

# Um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação

**Eula Dantas Taveira Cabral**  
Organizadora



Coleção Comunicação, Cultura e Informação  
VOLUME V

**Um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação**

Eula Dantas Taveira Cabral  
Organizadora

2023



## Comitê Científico e Editorial

- Dr. Adilson Vaz Cabral Filho - Universidade Federal Fluminense  
Dra. Andrea Medrado - Universidade Federal Fluminense  
Dra. Ângela Maria Grossi - Universidade Estadual Paulista de Bauru  
Dra. Betânia Maciel - Centro Latino Americano de Estudos de Cultura  
Dr. Bruno Lima Rocha - Universidade do Vale do Rio dos Sinos  
Dra. Eula Dantas Taveira Cabral - Fundação Casa de Rui Barbosa  
Dr. Fernando Oliveira Paulino - Universidade de Brasília  
Dr. Francisco Sierra Caballero - Universidad de Sevilla  
Dra. Jacqueline Lima Dourado - Universidade Federal do Piauí  
Dr. Juliano Maurício de Carvalho - Universidade Estadual Paulista de Bauru  
Dra. Lia Calabre - Fundação Casa de Rui Barbosa  
Dr. Luis Alfonso Albornoz - Universidade Carlos III de Madrid  
Dr. Marco Schneider - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia  
Dr. Marcos Dantas - Universidade Federal do Rio de Janeiro  
Dr. Murilo César Ramos - Universidade de Brasília  
Dra. Patricia Bandeira de Melo - Fundação Joaquim Nabuco  
Dra. Patrícia Maurício - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Dr. Paulo Faustino - Universidade do Porto

EULA DANTAS TAVEIRA CABRAL  
Organizadora

## **Um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação**

Adilson Vaz Cabral Filho  
Adriana Mesquita Figueiredo  
Cintia Augustinha dos Santos Freire  
Clarisa López Galarza  
Claudia Pereira Galhardi  
Danielle Fernandes Rodrigues Furlani  
Denise Jorge Trindade  
Dylan Pereira Campos Araujo  
Eula Dantas Taveira Cabral  
Fabrício Alves da Silva  
Fernanda Menezes Balbi  
Filipe Farias Maciel Araújo  
Gabriela de Souza Pascoal  
Júlia do Carmo Aranha  
Juliana Meneses  
Julio Lamilla  
Larissa Gama Louback  
Luana Matos do Nascimento  
Mariana Franco Teixeira  
Marilda Samico da Silva  
Natalia Aguerre  
Patricia Bandeira de Melo  
Patrícia Ávila  
Rachel Bertol  
Rodrigo Vieira de Assis

2023





Meus Ritmos Editora & Produções Artísticas MEI.  
Rua Cabo Maurício Dos Santos, 42 – Anchieta  
Divinópolis – MG – CEP 35502-825

#### Conselho Editorial

Adilson Vaz Cabral Filho (UFF), Albertina Batista de Sousa da Silva (IFRJ), Ana Maria Martensen Roland Kaleff (UFF), Carla Silva de Medeiros (IFRJ), Clarissa Alexandra Guajardo Semensato (UECE), Dayenny Neves Miranda (IFRJ), Eula Dantas Taveira Cabral (FCRB), Giselle Carino Lage (IFRJ), Karen Kristien (FLACSO Brasil), Leonardo Salamanca López (UNIMINUTO), Marcelo Silva Bastos (IFRJ), Marcelo Viana Estevão de Moraes (PUC-Rio), Mariluci da Cunha Guberman (UFRJ), Ximena Antonia Díaz Merino (UFRRJ).

#### Contato:

editorameusritmos@gmail.com  
www.facebook.com/editorameusritmos  
Instagram: @MeusRitmosEditora  
(21) 9 8441-1642

Um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação

Copyright ©2023 by Autores  
editorameusritmos@gmail.com

Obra sob licença Creative Commons



Projeto editorial – Anderson Albérico Ferreira  
Diretora da Coleção – Eula Dantas Taveira Cabral  
Projeto Editorial – Meus Ritmos Editora  
Diagramação – Meus Ritmos Editora  
Capa – Anderson Albérico Ferreira  
Revisão – Eula Dantas Taveira Cabral  
Imagem da capa – Pixabay

#### Catálogo na publicação

Elaborada por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

---

N945

Um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação / Eula Dantas Taveira Cabral  
(Organizadora) – Divinópolis-MG: Meus Ritmos Editora, 2023.

(Comunicação, Cultura e Informação, V.5)

Livro em PDF

342 p.

ISBN 978-65-00-89698-5

1. Educação. 2. Comunicação. 3. Cultura. I. Cabral, Eula Dantas Taveira  
(Organizadora). II. Título.

CDD 370

---

Índice para catálogo sistemático:

I. Cultura : Comunicação : Informação : Mídia

# Sumário

- 7 **Apresentação – Sobre um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação**  
Eula Dantas Taveira Cabral

## PARTE 1

- 13 **Democratização da mídia brasileira diante da concentração da radiodifusão: a importância das rádios comunitárias**  
Eula Dantas Taveira Cabral
- 23 **Comunicação pública em (des)construção: a participação das emissoras da EBC no cotidiano dos ouvintes**  
Dylan Pereira Campos Araújo e Adilson Vaz Cabral Filho
- 37 **A TV aberta é mais que uma paixão nacional para os brasileiros**  
Eula Dantas Taveira Cabral, Adilson Vaz Cabral Filho e  
Cintia Augustinha dos Santos Freire
- 49 **O uso dos meios de comunicação do Brasil Colônia à internet: tecnologias em evolução**  
Cintia Augustinha dos Santos Freire
- 65 **A desinformação na sociedade da informação: Proposta de uma abordagem freiriana para a promoção da literacia mediática**  
Patrícia Bandeira de Melo e Patrícia Ávila
- 92 **Presidenciáveis e sociedade: democratização e direito à comunicação, à informação e à cultura nos programas de governo dos candidatos à Presidência do Brasil**  
Eula Dantas Taveira Cabral, Larissa Gama Louback, Júlia do Carmo Aranha e Filipe Farias Maciel Araújo
- 113 **A Cultura voltou: O plano de governo do Presidente Lula para a área cultural**  
Eula Dantas Taveira Cabral e Larissa Gama Louback

## PARTE 2

- 125 **Referent-individual: A theoretical outline to think about crime and consumer culture in Brazilian youth**  
Patrícia Bandeira de Melo e Rodrigo Vieira de Assis
- 147 **A Web Rádio Yandê e outras experiências comunicacionais indígenas contemporâneas**  
Marilda Samico da Silva
- 165 **Mídia, mulher e atualidade: um reflexo da imagem feminina na contemporaneidade**  
Juliana Meneses
- 178 **Mulheres antifeministas no Brasil: Campagnolo e o combate ao feminismo**  
Danielle Fernandes Rodrigues Furlani

**206 Cidadania ou poder de consumo? A representação do Nordeste e da Cidadania nos conteúdos de Whindersson Nunes**  
Luana Matos do Nascimento

**217 Linhas de ação em sustentabilidade aplicadas à modelagem de projeto Piloto de Rede de instituições - Rede Memorial Digital**  
Fernanda Menezes Balbi

### **PARTE 3**

**234 Memórias de um país sem ‘cabimento’ nos dez anos da homenagem ao Brasil na Feira do Livro de Frankfurt**  
Rachel Bertol

**247 Rearticulaciones editoriales creativas en el Fondo Documental de Arte Correo del Centro de Arte Experimental Vigo**  
Natalia Aguerre, Clarisa López Galarza e Julio Lamilla

**257 Cinema e Artes Plásticas: vanguardas, ensaios e experiência**  
Denise Trindade

**269 A importância dos repositórios digitais nas políticas culturais no Brasil**  
Eula Dantas Taveira Cabral, Mariana F. Teixeira e Cintia Augustinha dos S. Freire

**280 Arquivos pessoais e a instituição de custódia: um estudo de caso do fundo Ubaldino do Amaral**  
Gabriela de Souza Pascoal

**299 Literatura popular em verso: a experiência da Fundação Casa de Rui Barbosa com a difusão do seu raro acervo de cordéis em ambientes digitais**  
Adriana Mesquita Figueiredo e Fabrício Alves da Silva

**321 Oferta da grade de programação do SBT e sua inadequação em face de audiência infantojuvenil**  
Claudia Pereira Galhardi

**340 Sobre os autores**

# **Apresentação**

## **Sobre um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação**

O ano de 2023 ressurgiu na vida dos brasileiros com uma nova chance de se retomar a democracia e a cidadania. As áreas de Cultura, Informação e Comunicação voltam a ser valorizadas pelo governo federal. Porém, entraves ainda se mantêm com os conglomerados de mídia que concentram os meios de comunicação e de telecomunicações e evitam que meios comunitários sobrevivam no país. Além disso, com o avanço das tecnologias, a falta de segurança digital e a distorção de informações e imagens crescem assustadoramente, exigindo que o governo federal e a sociedade se mobilizem em prol de uma nova regulamentação e regulação dos meios de comunicação e de telecomunicações.

Mesmo sob um cenário de reconquista da democracia brasileira, pesquisar os temas Comunicação, Cultura e Informação continua sendo um desafio para os pesquisadores das áreas de Ciências Sociais e Humanas diante da conjuntura que ainda se mantém envolvida por crises políticas, econômicas, sociais, tecnológicas e midiáticas. Entretanto, para que a sociedade compreenda a importância dessas temáticas em seu dia a dia, o grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), reúne nesta obra estudos que vêm sendo realizados por pesquisadores brasileiros e estrangeiros em território nacional e em outras partes do mundo.

A obra, **Um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação**, é o quinto número da coleção “Comunicação, Cultura e Informação”. Oferece ao leitor análises sobre democratização da comunicação, da cultura e da informação, políticas públicas, memória, cultura digital, povos originários, mulheres, instituições de cultura, artes, acervos e letramento midiático. Capítulos nos idiomas português brasileiro e de Portugal, espanhol e em inglês, que passaram pelo exame do Comitê Científico e Editorial, formado por investigadores científicos nacionais e internacionais que são especialistas e referências nas áreas abordadas.

**Um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação** reúne 25 pesquisadores e oferece ao leitor 20 artigos, organizados em três partes, como peças de um quebra cabeça, que, bem encaixadas, mostram a importância de se entender o cenário

mediático e o real sentido do direito e da democratização das áreas comunicacional, cultural e informacional. Textos resultantes de pesquisas científicas dos membros do grupo de pesquisa EPCC (CNPq/FCRB) e por pesquisadores convidados.

Na primeira parte da obra foram escritos sete capítulos por nove pesquisadores. O primeiro, “Democratização da mídia brasileira diante da concentração da radiodifusão: a importância das rádios comunitárias”, de Eula D.T.Cabral, evidencia a relevância de se entender a legislação atual em relação à radiodifusão e a expectativa da sociedade civil, que atua na área de democratização midiática, em relação ao novo governo do Presidente Lula (2023-2026) se irá (ou não) atuar em prol de uma mídia mais democrática. Trabalha-se com a hipótese que, mesmo que a concentração da radiodifusão seja realidade no país, onde cinco grupos alcançam mais de 90% dos lares onde têm rádio e TV aberta no Brasil, se o capítulo V (artigos 220 a 224) da Constituição federal de 1988 for regulado e a radiodifusão comunitária tiver uma regulamentação e regulação favoráveis à sociedade, poderá existir democratização na radiodifusão brasileira.

O segundo capítulo “Comunicação pública em (des)construção: a participação das emissoras da EBC no cotidiano dos ouvintes”, de Dylan Pereira Campos Araújo e de Adilson Vaz Cabral Filho, analisa os sentidos e papéis atribuídos às emissoras públicas sob a gestão da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) em relação à campanha “Fica EBC” contra a privatização ou extinção da estatal.

“A TV aberta é mais que uma paixão nacional para os brasileiros”, assinado por Eula Dantas Taveira Cabral, Adilson Vaz Cabral Filho e Cintia Augustinha dos Santos Freire, verifica que a televisão, mesmo sendo o veículo queridinho do brasileiro, é uma concessão pública que precisa ser regulada no Brasil. Capítulo que leva à leitura de “O uso dos meios de comunicação do Brasil Colônia à internet: tecnologias em evolução”, de Cintia A. dos S. Freire, que mostra como as tecnologias impactaram a comunicação brasileira, a partir da recriação do veículo televisivo com a convergência midiática.

O quinto capítulo, “A desinformação na sociedade da informação: Proposta de uma abordagem freiriana para a promoção da literacia mediática”, de Patrícia Bandeira de Melo e Patrícia Ávila, apresenta um modelo de educação midiática em ambientes informais e não formais de educação, tornando possível o desenvolvimento de habilidades para recepção, produção e compartilhamento de informações dos e nos meios de comunicação.

“Presidenciáveis e sociedade: democratização e direito à comunicação, à informação e à cultura nos programas de governo dos candidatos à Presidência do Brasil”,

de Eula Dantas Taveira Cabral, Larissa Gama Louback, Júlia do Carmo Aranha e Filipe Farias Maciel Araújo, examina os projetos dos 12 presidenciáveis da décima eleição para o cargo de Presidente da República Pós-Redemocratização de 1985, verificando se colocam em pauta a democratização da comunicação, da cultura e da informação. Esse olhar do cenário político no Brasil leva ao capítulo que fecha a primeira parte da obra, “A Cultura voltou: O plano de governo do Presidente Lula para a área cultural”, de Eula Dantas Taveira Cabral e Larissa Gama Louback. Analisa-se como a cultura foi apresentada no projeto do atual Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, e o que já foi implementado no período de janeiro a junho de 2023.

A segunda parte da obra tem seis capítulos escritos por sete pesquisadores, sendo seis mulheres. O primeiro “Referent-individual: a theoretical outline to think about crime and consumer culture in Brazilian youth”, de Patricia Bandeira de Melo e Rodrigo Vieira de Assis, traça um esboço teórico para análise sobre o crime e a cultura do consumo na juventude brasileira. Já o segundo capítulo, “A Web Rádio Yandê e outras experiências comunicacionais indígenas contemporâneas”, de Marilda Samico da Silva, mostra como a web rádio possibilitou a amplificação das vozes dos povos originários e o seu papel no surgimento de novos canais digitais de etnocomunicação.

O ano de 2023 também foi um marco para lembrar do papel das mulheres na sociedade brasileira. Tema que ganhou o cinema, dando um novo sentido para a tão sonhada boneca Barbie, e a redação do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). Juliana Meneses assina o capítulo “Mídia, mulher e atualidade: um reflexo da imagem feminina na contemporaneidade”, mostrando a construção social da imagem da mulher que veio sendo construída na sociedade contemporânea e o seu real potencial. “Mulheres antifeministas no Brasil: Campagnolo e o combate ao feminismo”, de Danielle Fernandes Rodrigues Furlani, analisa a retórica antifeminista de Ana Caroline Campagnolo, a partir do cenário sociopolítico brasileiro dos últimos anos, verificando como Campagnolo construiu o Outro feminista e o antifeminismo.

“Cidadania ou poder de consumo? A representação do Nordeste e da Cidadania nos conteúdos de Whindersson Nunes”, de Luana Matos do Nascimento, verifica se o tema cidadania vem sendo associado ao poder de consumo pelo influenciador digital nordestino Whindersson Nunes, a partir da análise do discurso de seu vídeo “De Volta Para Minha Terra”.

Assim, como a digitalização é uma realidade na vida das pessoas, Fernanda Menezes Balbi fecha a segunda parte da obra com o capítulo “Linhas de ação em

sustentabilidade aplicadas à modelagem de projeto Piloto de Rede de instituições - Rede memorial digital”. Apresenta o modelo desenvolvido pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que leva em consideração a criação da rede de instituições de guarda memorial de acervos digitais, uso de ferramentas tecnológicas com soluções tecnológicas para atender as demandas, capacitação na área de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e ações de sustentabilidade institucional e financeira.

A terceira parte da obra tem sete artigos, escritos por 12 pesquisadores, sendo 10 mulheres. O primeiro é “Memórias de um país sem ‘cabimento’ nos dez anos da homenagem ao Brasil na Feira do Livro de Frankfurt”, de Rachel Bertol. Registra como foi o evento na Alemanha, em 2013, evidenciando o racismo no mercado editorial brasileiro como pauta internacional e a desconexão do país com sua história e imagem.

Os pesquisadores argentinos Natalia Aguerre, Clarisa López Galarza e Julio Lamilla assinam “Rearticulaciones editoriales creativas en el Fondo Documental de Arte Correo del Centro de Arte Experimental Vigo”. Mostram como a instituição, localizada em La Plata, na Argentina, organiza as peças documentais do artista Edgardo Antonio Vigo e quais são as estratégias de difusão de sua equipe de produção e pesquisa. Em conexão, Denise Trindade, em “Cinema e Artes Plásticas: vanguardas, ensaios e experiência” faz as relações entre estética e política no cinema brasileiro contemporâneo, com “Elena”, de Petra Costa, e “Diário de Sintra”, de Paula Gaetan.

Entender a área cultural é fundamental, principalmente no que tange ao uso das novas tecnologias. O capítulo “A importância dos repositórios digitais nas políticas culturais no Brasil”, de Eula Dantas Taveira Cabral, Mariana Franco Teixeira e Cintia Augustinha dos Santos Freire, mostra os repositórios desenvolvidos pelo grupo de pesquisa EPCC (CNPq/FCRB) como lugar de memória, de democratização da informação, proporcionando o acesso e a preservação dos documentos que registram a cultura brasileira.

Nesta linha, Gabriela de Souza Pascoal apresenta “Arquivos pessoais e a instituição de custódia: um estudo de caso do fundo Ubaldino do Amaral”, verificando o acervo pessoal disponibilizado digitalmente pela FCRB à sociedade e sua importância no entendimento de mudanças ocorridas nos séculos XIX e XX. “Literatura popular em verso: a experiência da Fundação Casa de Rui Barbosa com a difusão do seu raro acervo de cordéis em ambientes digitais”, de Adriana Mesquita Figueiredo e Fabrício Alves da

Silva, analisa o acervo digital da FCRB, que abriga a maior coleção de folhetos da América Latina, e sua importância para a cultura brasileira.

Ao avaliar a cultura brasileira e sua relação com a sociedade, a última peça deste quebra-cabeça, que mostra o novo cenário que vem se construindo no Brasil nas áreas de comunicação, cultura e informação, é “Oferta da grade de programação do SBT e sua inadequação em face de audiência infantojuvenil”, de Claudia Pereira Galhardi. Mapeia a programação do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) destinada ao público infantojuvenil em 2016 e 2017, considerada inadequada e com veiculação de publicidade.

Capítulos que nos levam a refletir sobre a memória cultural, comunicacional e informacional no Brasil e a importância de se desenhar uma nova história onde o direito e a democratização da Cultura, da Comunicação e da Informação se tornem realidade.

É preciso acreditar, mesmo que o cenário nacional esteja sendo impactado por falta de consenso na política e as desigualdades econômicas, sociais, culturais e tecnológicas continuem impactando no desenvolvimento do país que ainda necessita, principalmente, de investimentos em educação e em conhecimento científico para que sua população não continue sendo enganada.

Estar em meio ao caos de guerras militares e sofrendo o impacto das mudanças climáticas causadas pelo desmatamento ilegal das florestas e por investimentos inadequados em projetos que acabam com o meio ambiente também são grandes desafios. Mas, é preciso resistir, ler e pesquisar bastante para entender o cenário e buscar soluções – a partir de embasamento científico.

Lidar também com as novas tecnologias exige conhecimento. Ter um equipamento em mãos não é suficiente. É preciso entender as possibilidades que oferece para que a sociedade se aproprie e use a tecnologia a favor de todo(a)s. A mídia domina a cultura, a comunicação e a informação. Ter uma regulamentação e regulação voltadas para o bem de todo(a)s torna-se imprescindível, pois afeta a vida da população e pode determinar o futuro da nação.

Esta obra traz muitas peças que podem ajudar a entender esse panorama, dando indicações em como se ter uma vida melhor a partir do reconhecimento do direito e da democratização da Cultura, da Comunicação e da Informação.

Boa leitura!

**Eula Dantas Taveira Cabral**

Coordenadora do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura  
(EPCC - CNPq/FCRB)

## **PARTE 1**

# **Democratização da mídia brasileira diante da concentração da radiodifusão: a importância das rádios comunitárias**

Eula Dantas Taveira Cabral

Nos últimos anos, o Brasil passou por períodos complexos, atingindo, muitas vezes, de forma drástica, a vida dos brasileiros. Foram epidemias, mudanças climáticas, resultado da destruição da Amazônia, aumento da pobreza e das desigualdades sociais. Até mesmo o avanço das tecnologias acabou prejudicando os que tinham pouco, pois deixou nítido que somente alguns podem ter acesso ao “novo”. A desinformação, espalhada pelas redes digitais, resultou no crescimento de dúvidas sobre o amanhã, na falta de fé, em buscar o que é certo, levando até ao descrédito em relação à contribuição da ciência na vida da sociedade.

Viver em um país onde as pessoas são consumidoras midiáticas, sendo induzidas a aceitar o que é disponibilizado por poucos grupos que controlam a mídia no país, tanto na área de radiodifusão quanto nas telecomunicações, é algo que não deveria acontecer, uma vez que a legislação brasileira proíbe monopólios e oligopólios midiáticos e coloca a comunicação, a cultura e a informação como direito de todo(a)s.

Democratizar a mídia brasileira é uma luta diária da sociedade que busca se ver representada nas telinhas, de televisão e digitais, e no conteúdo da programação de todos os meios de comunicação. População que se reconhece como consumidora midiática em um país formado por mais de 200 milhões de habitantes, espalhados em um território de 8.510.417,771 km<sup>2</sup> (IBGE, 2023<sup>1</sup>), consumindo tecnologias e conteúdos midiáticos, com várias culturas que envolvem desde os seus povos originários (indígenas) até brancos e negros.

Mesmo sendo um país multicultural, com uma diversidade de culturas espalhadas em seus 5.568 municípios mais o Distrito Federal (com Brasília) e o distrito estadual de Fernando de Noronha (PE), seu povo só consegue se identificar pela língua que fala, ou seja: pelo idioma português brasileiro. Pessoas que têm parentes nas cinco regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Sudeste), que constroem e fortalecem o

---

<sup>1</sup> Disponível em <https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/estrutura-territorial/15761-areas-dos-municipios.html#:~:text=Para a superfície do Brasil,21 de março de 2023>.

Brasil, que depende de cada cidadão para continuar no 4º lugar do ranking global de crescimento econômico<sup>2</sup> e em destaque internacional por sua “preservação” da Amazônia brasileira.

Mesmo tendo uma história conturbada, marcada por colonizadores e por golpes militares e políticos, por ter tantas riquezas e terras, a estratégia de controlar o Brasil a partir dos investimentos em comunicação e telecomunicações sempre foi usada por políticos e empresários. E, nesse embate, a população sempre é deixada de lado.

Depois do processo de redemocratização do país, que se dá no período de 1975 a 1985, e com o início do que se chama de nova República (de 1985 até os dias de hoje, no caso, 2023) e, principalmente, com a promulgação da atual Constituição federal (1988), mirou-se em um país que pudesse ter uma população com direitos e deveres. Pessoas que pudessem olhar também para comunicação como um direito de todo(a)s, tendo uma mídia democratizada. Mas, pouca coisa mudou.

Durante o governo em que o Partido dos Trabalhadores (PT) esteve na Presidência do país (2003 a 2016), esperou-se que o governo pudesse colocar em pauta uma mídia mais democrática. Projetos foram feitos, porém, vontades políticas e empresariais se sobrepuseram sobre o que poderia ser melhor para a população e, mais uma vez, a mídia democrática ficou em segundo plano.

Com o novo governo do Presidente Lula (2023-2026), a sociedade civil, que luta em prol da democratização da comunicação, espera que, finalmente, a mídia seja democratizada, uma vez que, durante todos os governos brasileiros, somente nos que foram dirigidos pelo Partido dos Trabalhadores (2003 - 2016) cogitou-se regulamentar e regular a mídia brasileira. Mas, é possível democratizar diante da concentração midiática, principalmente na área de radiodifusão?

Neste artigo trabalha-se com a hipótese que, mesmo que a concentração da radiodifusão seja realidade no país, onde cinco grupos alcançam mais de 90% dos lares onde têm rádio e TV aberta no Brasil, se o capítulo V (artigos 220 a 224) da Constituição federal de 1988 for regulado e a radiodifusão comunitária puder ter uma regulamentação e regulação favoráveis à sociedade, poderá existir democratização na radiodifusão brasileira.

---

<sup>2</sup> Disponível em <https://www.infomoney.com.br/economia/pib-do-1-tri-coloca-o-brasil-no-4-lugar-de-ranking-global-de-crescimento-diz-austin-rating/#>

Trabalha-se com os termos regulação e regulamentação ao se falar sobre a legislação brasileira, distinguindo-se a regulação como um conjunto de regras e normas que regem o mercado e protegem o interesse público, atribuídas ao órgão regulador. A regulamentação é entendida como um conjunto de medidas legais que regem um determinado setor, atribuídas ao Poder Executivo. No caso da legislação existente sobre radiodifusão, nosso olhar se dá para o capítulo V (artigos 220 a 224) da Constituição federal de 1988 e, no caso da comunitária, para a Lei n. 9.612, de 19/2/1998, que institui o serviço de radiodifusão comunitária, e o Decreto 2.615, de 3/6/1998, que aprova o regulamento do serviço de radiodifusão comunitária.

Para analisar o tema democratização da mídia brasileira diante da concentração da radiodifusão leva-se em consideração os métodos qualitativo e quantitativo, utilizando-se pesquisa bibliográfica, em obras que analisam a temática a partir da Economia Política da Comunicação e da Cultura, Políticas de Comunicação, Direito, Ciência Política, Economia e Geografia da Comunicação, verificando-se os aspectos ligados às questões política, econômica, social, cultural e tecnológica.

Evidencia-se também o uso da pesquisa documental, verificando-se a legislação brasileira e as que o Brasil é signatário, analisando-se a radiodifusão no que tange às emissoras de rádio e televisão, que são concessões públicas. Além de pesquisas de mercado, como as do Mídia Dados, e as que vêm sendo feitas pelo IBGE.

### **Mídia democrática mesmo diante da concentração**

Para entender a democratização da mídia brasileira diante da concentração da radiodifusão, leva-se em consideração os estudos que vêm sendo feitos por pesquisadores com o olhar mais analítico, como Adilson e Eula Cabral. Eles chamam a atenção para a democratização da comunicação a partir da luta dos movimentos sociais no Brasil, da preocupação de organizações sociais em suas atuações diárias, em busca da “reformulação de políticas públicas para o setor, considerando a diversidade de produtores capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre os meios de grande circulação, além de implementar meios de alcance local e comunitário” (CABRAL FILHO, CABRAL, 2007, p.134).

De acordo com Adilson e Eula Cabral (2007, p.136), a democratização da comunicação está ligada tanto à reivindicação da dimensão original de diálogo e horizontalidade da comunicação quanto ao direito humano à comunicação, levando à

mobilização dos que buscam exercê-la na prática, como ativistas e jornalistas, expandindo esse direito a todos os membros da sociedade.

Mas, não se pode ignorar que, nesse processo, as pessoas precisam se apropriar das novas tecnologias e usá-las em prol da melhoria da sociedade, como um todo, tendo a certeza que a Comunicação, a Cultura e a Informação são direitos de todo(a)s e que precisam ser democratizadas.

Cees Hamelink (in MELO e SATHLER, 2005, p. 144) chama atenção para o direito à comunicação, pontuando que, desde a introdução deste direito pela UNESCO, em 1994, “o direito a comunicar é percebido por seus protagonistas como mais fundamental do que o direito à informação, como atualmente disposto pelas leis internacionais”. Para Marcos Alberto Bitelli (2004, p.168), há “o interesse tão grande da sociedade e do Estado por ela organizado diante desses direitos (de informar e ser informado), pois somente uma pessoa humana ‘consciente’ poderá ter satisfeito o atendimento desse princípio fundamental”.

No que tange à concentração midiática, de acordo com Alfonso Sánchez-Taberero e Miguel Carvajal (2002, p.131), as primeiras reflexões sobre os efeitos da Concentração das empresas de comunicação se remontam à Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945), com o trabalho de H.Luce, em 1942, fundador da revista Time, que, após anos de investigação, publicou o trabalho *Freedom of the Press* (1947) que “identificava el fenómeno de la concentración como uno de los tres grandes riesgos para La libertad de prensa”. Ou seja, a concentração midiática é um risco para a liberdade de imprensa.

Juliano da Silva (2015) registra que é nos Estados Unidos que se origina o debate sobre Concentração, identificando como principais pesquisas a obra “*Who owns media*”, de Compaine (1979), e “*The media monopoly*”, de Bagdikian (1983). Enfatiza, ainda, que nesta época aparece a área Políticas de Comunicação, como subcampo da grande área Análise Política.

Os pesquisadores norte-americanos Jonh Sinclair e Joseph Straubhaar verificaram que a América Latina é fortemente influenciada pela TV e os “donos da mídia” concentram serviços e propriedades para atingirem sob todos os ângulos os latinos. Guillermo Mastrini e Martín Becerra (2003), ao analisarem a concentração televisiva na América Latina, verificaram que o mercado é altamente concentrado, sem nenhuma preocupação do Estado em acompanhar as consequências em cada país.

Em relação ao Brasil, verifica-se que os dispositivos legais não são cumpridos (CABRAL, 2023). Anamaria Fadul (1998) chama a atenção para o grande poder de

concentração dos grupos que atuam na radiodifusão, descumprindo o parágrafo 5. do artigo 220 da atual Constituição, que proíbe o monopólio e oligopólio, e o Código Brasileiro de Telecomunicações (1962), que determina que o grupo ou pessoa não pode ter participação em mais de 10 emissoras de TV no país, sendo cinco, no máximo, em VHF. Outro problema é a falta de diversidade, pluralidade do conteúdo exibido no país.

Ao se analisar a Constituição federal de 1988 observa-se um capítulo para descrever a Comunicação Social. É o capítulo V, com cinco artigos (220 a 224). No primeiro artigo, o 220, o foco é que a “manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição”. Registra-se a importância da liberdade de informação jornalística, de se vetar a censura.

No parágrafo terceiro do artigo 220 mostra-se o papel do Estado em regular as diversões e espetáculos públicos, garantir “à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente”. Inclusive, a propaganda também é destacada no parágrafo quarto.

Nos parágrafos quinto e sexto tenta-se prever uma mídia mais democrática, mas que até 2023 o Estado e o mercado só defendem o cumprimento do artigo sexto: “A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade”. Na imprensa brasileira não se vê implicações de se cumprir o artigo e se manter a total liberdade. No que tange ao artigo quinto, é diferente. Registra-se: “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”.

Se o artigo quinto do Capítulo 220 da Constituição federal de 1988 fosse regulado pelo Estado, o Brasil teria apenas a Rede Globo, o SBT, a Rede TV!, a Bandeirantes e a Record dominando a TV aberta no Brasil? Como explicar que é permitido o processo de afiliação de grupos pequenos e médios a cinco grandes grupos de comunicação que chegam em todos os lares que têm televisão?

A concentração da mídia no Brasil é fato, mas por que esse poderio ainda se mantém? Por que não se exige que os artigos do capítulo V sejam cumpridos?

No artigo 221 registra-se que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão precisam seguir quatro princípios. Primeiro: “finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”. Segundo: “promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação”. Terceiro: “regionalização da

produção cultural, artística e jornalística”. Quarto: “respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família”.

Ao se analisar a programação das emissoras de rádio e TV, não é possível ver colocado em prática esse conjunto de princípios exigidos pela Constituição federal de 1988. Educação e cultura são vistos como problemas para os que não querem uma população com conhecimento e que tenha condições de agir e melhorar a situação em que se encontra. Não se leva em consideração a diversidade cultural do país e nem os valores éticos e sociais dos brasileiros. A população tem acesso a uma programação que só exhibe a realidade do Sudeste. E a cultura local e regional de cada parte do Brasil, onde fica? Tenta-se apagar as identidades regionais de cada brasileiro?

No artigo 222 o foco é voltado para a “propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens” que pode ser de pessoas físicas e jurídicas. No 223 registra-se sobre a competência do Estado em “outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens” e de se observar o “princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”. No 224, a instituição do Conselho de Comunicação Social.

Para se retomar o tema da democratização diante da concentração da mídia, em relação aos artigos 222 a 224, é interessante voltar ao 223, destacando-se o “princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”. Em qual momento o Estado desenhou os sistemas privado, público e estatal?

Se a maioria dos brasileiros tem um aparelho de TV em casa e se cada um assiste um programa, seja na TV aberta ou de assinatura ou via *streaming*, por que o controle da radiodifusão está nas mãos de cinco conglomerados privados? Por que a população não pode investir na mídia comunitária (sistema público)?

### **Mídia democratizada com meios de comunicação comunitários**

O serviço de radiodifusão comunitária foi instituído pela Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998, e regulamentado pelo Decreto nº 2.615, de 3 de junho de 1998. Ele seria um dos melhores caminhos para se democratizar a mídia, mesmo diante do domínio do mercado. Mas, por que ele não dá certo no Brasil?

A Lei nº 9.612, de 19/02/1998, foi assinada no governo de Fernando Henrique Cardoso. Ela restringiu e quase aniquilou, em seus registros, a rádio comunitária. Em seu primeiro artigo registrou-se que a rádio comunitária, em um país que tem realidades geográficas diferenciadas, precisa ter “frequência modulada, operada em baixa potência

e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos”. A potência deve ser “limitada a um máximo de 25 watts ERP” e altura da antena, o sistema irradiante, não pode ser superior a 30 metros.

Como exigir controle técnico em comunidades que são maiores que muitos municípios brasileiros e que são construídas e cortadas por morros?

Além disso, de acordo com o artigo 18, “as prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida”. Mas, como é fato, patrocínio não é suficiente para financiar as despesas das emissoras, logo, como a rádio comunitária não se enquadra nos sistemas privado e estatal, mas ao público, deveria ter apoio financeiro do Estado para funcionar e atender cada comunidade. Por que isso não acontece?

A falta de sustentabilidade das rádios comunitárias (que também devem pagar as taxas exigidas pelo Estado, conforme cita a legislação e é cumprida pela Anatel) é um tema polêmico. Como um meio de comunicação vai funcionar sem financiamento? Quem vai pagar os equipamentos, os funcionários e todas as despesas resultantes do funcionamento da emissora? Se a falta de recursos torna inviável, por que é colocada como exigência para sua existência na comunidade? Por que as outras concessões de emissoras de rádio (que não são comunitárias) podem ter lucro e agir como quiserem, sem restrições e sem cumprir os artigos 220 a 224 da Constituição federal de 1988?

Ao se verificar a regulamentação da Lei nº 9.612, de 19/02/1998, que institui o serviço de radiodifusão comunitária, através do Decreto nº 2.615, de 3/6/1998, em seu artigo sexto registra-se que a cobertura da emissora deve ser limitada “por um raio igual ou inferior a mil metros a partir da antena transmissora, destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro, uma vila ou uma localidade de pequeno porte”.

Como controlar as ondas eletromagnéticas em lugares com morros? Não se pode ter rádio da comunidade em lugares como a cidade do Rio de Janeiro? Como ignorar a geografia do país?

Sobre a execução do serviço de radiodifusão da emissora comunitária, no artigo 25 do Decreto nº 2.615, de 3/6/1998, registra-se que a “a emissora do RadCom operará sem direito a proteção contra eventuais interferências causadas por estações de Serviços de Telecomunicações e de Radiodifusão regularmente instaladas”. Entretanto, se ela provocar “interferência indesejável nos demais Serviços regulares de Telecomunicações

e de Radiodifusão, a ANATEL determinará a interrupção do serviço da emissora de RadCom interferente” (artigo 26).

Dentre as dezenas de infrações com multas registradas no artigo 40, destacam-se: “XIV - transmissão de patrocínio em desacordo com as normas legais pertinentes” e “XV - transmissão de propaganda ou publicidade comercial a qualquer título”. Ou seja, uma solução para se cumprir uma parte do artigo 223 que diz respeito ao “princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”, onde as rádios comunitárias entrariam no pacote do sistema público, não é possível. Por que o próprio Estado cria uma legislação contrária à sua Constituição federal (a Constituição cidadã)?

Nos estudos e pesquisas de Adilson Cabral sobre a mídia comunitária no Brasil ressalta-se a importância das rádios comunitárias para que haja uma mídia democrática no país. Em uma entrevista dada à Fundação Perseu Abramo, em 2009, ano em que foi realizada no Brasil a Conferência Nacional de Comunicação (a única que aconteceu no país até 2023), sobre a presença das rádios comunitárias na sociedade, destacou que elas “são uma contribuição para o desenvolvimento local, num primeiro momento, e para o desdobramento da comunidade como um todo”. Além disso,

os projetos onde existem rádios efetivamente comunitárias, com uma gestão e programação comunitárias, ou seja, de forma plural e diversificada, são um meio de expressão da comunidade, onde esta se sente mais consciente, mais integrada à vida política do seu espaço de moradia e também mais integrada às questões sociais<sup>3</sup>.

Se as rádios comunitárias são fundamentais para o desenvolvimento das comunidades e para se ter uma mídia democrática no Brasil, é hora de rever a legislação e estudar mais as políticas e estratégias de comunicação em prol da sociedade brasileira.

Os brasileiros precisam ter seus direitos e deveres cumpridos. Os representantes políticos não podem ignorar a importância de cada cidadão no desenvolvimento do país. A mídia precisa estar a favor da sociedade e as tecnologias midiáticas precisam ser apropriadas por todo(a)s, cumprindo as exigências do texto constitucional.

---

<sup>3</sup> Entrevista disponível em <https://fpabramo.org.br/2009/06/16/entrevista-adilson-cabral-neto-confecom-a-construcao-de-um-processo-de-baixo-para-cima/>

## Considerações finais

O século XXI não melhorou a vida dos brasileiros. O conhecimento precisa chegar a todo(a)s. No caso da mídia, faz-se de vital importância entender que a democratização da comunicação é direito de todos os brasileiros, que a concentração midiática pode interferir no cotidiano e até nos posicionamentos da sociedade, pois não há diversidade de conteúdo e nem se leva em consideração que o país é multicultural.

Como os representantes políticos não se importam com a concentração midiática, pois permitem que redes locais, regionais e nacionais sejam formadas, possibilitando o controle das emissoras de rádio e televisão por cinco conglomerados privados (Rede Globo, SBT, Bandeirantes, Rede TV! e Record), é preciso pensar em outras possibilidades.

Uma nova frente em prol da democratização midiática é fazer com que o capítulo V (artigos 220 a 224) da Constituição federal de 1988 e a Lei no 9.612, de 19/2/1998, junto com o Decreto 2.615, de 3/6/1998, sejam revistos pelo Estado, em prol de regulamentação e regulação dessa legislação em favor da sociedade brasileira.

A comunidade científica precisa continuar analisando o cenário, mostrando como a mídia atual interfere na seleção de informações e opiniões e como consegue evitar que a democratização da comunicação e a diversidade cultural se tornem reais. Se não é possível acabar com o poderio de conglomerados na radiodifusão brasileira, deve-se levar e discutir a realidade com a sociedade brasileira e com os dirigentes do Estado, buscando soluções que não perpetuem e nem piorem o retrato atual.

## Referências bibliográficas

- BITELLI, Marcos Alberto S. **O direito da comunicação e da comunicação social**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- CABRAL, Eula D.T. **Concentração da mídia no Brasil: radiodifusão e telecomunicações**. Rio de Janeiro: Anagrama, 2023.
- CABRAL FILHO, Adilson V., CABRAL, Eula D.T. Cabral. A contribuição da apropriação social das TIC's para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil. **Redes.com**: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación. N.4, 2007. P. 131-142. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/281703>. Acesso em 13 jul.2023.
- FADUL, Anamaria. A internacionalização da mídia brasileira. **Comunicação e Sociedade**, n. 30, p.67-91, 1998.
- HAMELINK, Cees Jan. Direitos humanos para a sociedade da informação. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano (Eds.). **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: Umesp, 2005, p. 103-152.

MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín. 50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala por Guillermo. **Sala de Prensa**, n. 58, ano V, v. 2, ago. 2003. Disponível em: <http://www.saladeprensa.org/art473.htm>. Acesso em: 29 mar. 2015.

SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso; CARVAJAL, Miguel. Concentración de empresas de comunicación en Europa: nuevos datos contradicen los viejos mitos. **Comunicación y sociedad**, v. XV, n. 1, p. 129-162. 2002. Disponível em: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/7987/1/20100226125222.pdf>. Acesso em: 20 mai. 2015.

SILVA, Juliano M. D. da. **Frágil democracia e políticas de comunicação**: processos regulatórios, diversidade e concentração na TV aberta no Brasil e na Argentina. 2015. Tese (Doutorado em Ciência Política). UFPE, Recife, 2015.

# **Comunicação pública em (des)construção: a participação das emissoras da EBC no cotidiano dos ouvintes**

Dylan Pereira Campos Araujo  
Adilson Vaz Cabral Filho

As tentativas de silenciar, literalmente, as emissoras públicas da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) não são inéditas, mas se avolumaram durante a gestão de Jair Bolsonaro (2018/2022). Sobrevivente, a estatal representa a principal iniciativa brasileira, nas últimas décadas, na direção de um Sistema Público de Comunicação. Porém, antes mesmo do cumprimento efetivo de seu papel institucional, a empresa esteve sob risco de fechamento.

A EBC foi incluída, em 2021, no Programa de Parcerias de Investimentos (PPI), do Ministério da Economia. A estatal esteve submetida a estudos técnicos do BNDES, que poderiam indicar um modelo de privatização ou um plano de extinção. Atrasos no cronograma do PPI deram uma sobrevida para a EBC, até o primeiro semestre de 2023. Ou seja, o destino da empresa passou a depender do resultado das eleições de 2022. Com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva, a empresa foi retirada do PPI e deixou de estar ameaçada de privatização ou extinção.

Enquanto durou, o risco de fechamento da empresa teve como resposta a mobilização de trabalhadores e apoiadores das emissoras públicas. O movimento gerou a campanha Fica EBC, organizada, principalmente, a partir de três grupos no WhatsApp. A campanha promoveu um alerta sobre o risco de fechamento das emissoras públicas e convidou diversos atores da sociedade civil para que produzissem vídeos com mensagens de apoio à empresa e contrárias à sua extinção.

As mensagens produzidas foram veiculadas, principalmente, em perfis no Facebook, no Instagram e no YouTube. A importância dessas manifestações de apoio extrapola a causa da defesa das emissoras públicas. Essas mensagens transportam diferentes formas de pensar os papéis e os sentidos que a comunicação pública pode assumir, diante de suas audiências.

O pano de fundo das manifestações dos espectadores das emissoras públicas é um cenário nacional, no qual a Comunicação Pública ainda é um conceito frágil (OTONDO, 2008). Por um lado, essa fragilidade está associada à ausência de um projeto brasileiro que tenha conquistado reconhecimento e relevância social. Outro fator que concorre para a falta de alcance da ideia de comunicação pública é a pluralidade de sentidos que a expressão assumiu, em diferentes elaborações teóricas.

Essa pluralidade foi apresentada por Elizabeth Brandão (2006), em sua busca pelo estado da arte da comunicação pública, no país. Entre os diversos sentidos apresentados na obra, a autora assinalou um modelo de comunicação pública comprometido com a democracia e com a cidadania, reivindicado através de um processo histórico de lutas, com a participação de pesquisadores, ativistas, militantes, profissionais da comunicação, espectadores e representantes de diversas emissoras educativas, universitárias, legislativas e comunitárias.

Um dos marcos desse processo de mobilizações foi o I Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2007. O evento deu forma a um documento que defendia o fortalecimento de veículos públicos com independência editorial, em relação aos interesses de mercados e de governos. De acordo com o manifesto, as emissoras públicas deveriam promover a formação crítica e o exercício da cidadania, além de servir de instrumento para a garantia “dos direitos à informação, à comunicação, à educação e à cultura, bem como dos outros direitos humanos e sociais” (CARTA DE BRASÍLIA, 2007).

Do ponto de vista legal, o surgimento da EBC canalizou boa parte dessa pauta de reivindicações. A Lei nº 11.652/2008<sup>4</sup> materializou a missão de favorecer o debate público; a construção da cidadania; e a formação do cidadão, de maneira a englobar a consciência crítica, a inclusão social e o desenvolvimento de potencialidades e talentos, através do incentivo à criação e à inovação. É esse o espírito de comunicação pública que surge majoritariamente nas manifestações de atores dos campos político e acadêmico, no contexto da campanha Fica EBC.

Do papel para a realidade percebida pelas audiências, muitos fatores concorrem para a produção de sentidos em torno das emissoras. Conforme demonstraremos na análise, a percepção que os públicos manifestam acerca das emissoras é, majoritariamente, fruto de uma construção histórica, a partir da relação desses veículos

---

<sup>4</sup> BRASIL. Lei 11.652 de 7 de abril de 2008. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/11652.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11652.htm)>. Acesso em 08/07/2021.

com as realidades específicas produzidas com suas audiências<sup>5</sup>. Isso acontece porque os veículos encampados pela EBC têm trajetórias distintas e ao mesmo tempo marcantes, na história das comunicações do Brasil.

O que surge de inovador no contexto do Fica EBC é o encontro dessa relação histórica, construída com os públicos das emissoras, com a pauta das lutas pelo Sistema Público de Comunicação; e ainda com as estratégias institucionais da empresa, que estão em curso. Assim, o nosso principal interesse é analisar *quais sentidos e papéis são atribuídos às emissoras públicas da EBC, nos depoimentos produzidos por suas audiências, no contexto do FICA EBC.*

Para essa investigação, selecionamos mensagens produzidas por espectadores da Rádio Nacional da Amazônia, da Rádio Nacional do Rio de Janeiro e da TV Brasil, herdeira da antiga TV Educativa do Rio de Janeiro. A investigação apontou que esses papéis são consolidados a partir da construção histórica do cotidiano desses ouvintes/telespectadores, a partir de processos de mediação.

### **Histórias particulares das emissoras públicas**

Um breve panorama sobre a história das emissoras públicas parece importante para a compreensão das representações simbólicas da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, da Rádio Nacional da Amazônia e da TV Brasil, junto aos respectivos públicos. É preciso reforçar que se trata de um olhar de sobrevoo, para dar conta apenas do modo como as emissoras são citadas nos depoimentos de seus públicos. Assim, os relatos dos ouvintes foram utilizados como base, para delimitar a abrangência desse resgate histórico.

### **A Rádio Nacional do Rio de Janeiro**

A Rádio Nacional do Rio de Janeiro está na história da comunicação, no Brasil, como maior símbolo da “Era de Ouro do Rádio”. Embora encampada pelo Estado na gestão de Getúlio Vargas, a emissora consolidou o padrão radiofônico comercial, predominante até hoje em alcance e modelo de programação (ZUCOLOTO, 2017, p. 1).

A emissora teve um papel relevante como instrumento de propaganda do Estado Novo. A Nacional do Rio contou com recursos de publicidade e propaganda para os

---

<sup>5</sup> O enfoque desse artigo é para as mensagens produzidas por ouvintes e telespectadores das emissoras públicas da EBC. A descrição das mensagens de outros atores sociais, incluindo políticos e pesquisadores, é explorada numa pesquisa de doutorado, em andamento.

investimentos em estrutura e para a formação de um *casting* com alguns dos principais locutores, músicos, dramaturgos e atores da época.

A Rádio Nacional é lembrada para explicar a paixão da população brasileira pelas telenovelas, já que formou amplo público para o consumo da dramaturgia, pelas ondas do rádio. A emissora apresentou a primeira radionovela do país, em 1941. A obra “Em busca da Felicidade” inaugurou uma era de grande presença da radiodramaturgia no cotidiano de milhões de brasileiros. Diversos autores registraram o modo como as transmissões radiofônicas estavam presentes na vida social:

Quando da apresentação dos capítulos de O direito de nascer [...] os cinemas, os teatros e outros meios de entretenimento ficavam vazios, as ruas como por encanto silenciavam e ninguém perambulava por elas... Era um horário religioso, uma imensa reunião emudecida e atenta que comungava, junto aos receptores, todas aquelas emoções vividas por Albertinho Limonta e os demais personagens inventados por Félix Caignet (TAVARES, 1997, p. 203).

A Rádio Nacional também teve influência marcante para o desenvolvimento das estruturas e formatos utilizados no radiojornalismo brasileiro. O Repórter Esso surgiu, em 1941, com o objetivo de noticiar a Segunda Guerra Mundial, na perspectiva dos Aliados. O noticiário tinha cinco minutos de duração e apresentava um texto curto e conciso, que privilegiava a voz ativa e a ordem direta. Outro marco importante foi a criação da Seção de Jornais Falados e Reportagens, no final da década de 1940, por Heron Domingues (KLÖCKNER, 2006).

Para além da contribuição para a profissionalização dos trabalhadores da imprensa no rádio, a organização de uma rotina de produção também favoreceu a formação de públicos para o consumo de notícias locais e de diversos produtos associados ao modo de vida americano, ou *american way of life*. De um lado, o noticiário informa a cotação do café e as condições do tempo. De outro, os comerciais veiculados, antes da última notícia, promovem a venda de produtos que variam de chicletes até automóveis.

Por fim, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro teve um importante papel na formação de públicos para consumo da música brasileira, através dos programas de auditório, dos concursos de calouros, das polêmicas e badaladas eleições das “rainhas” do rádio e pelos cantores e cantoras, que marcaram época, como Linda Batista, Emilinha Borba, Marlene, Dalva de Oliveira, Francisco Alves, Orlando Silva e Cauby Peixoto, entre outros.

Esse olhar de sobrevoos poderia ainda considerar o papel da Rádio Nacional para a popularização das transmissões esportivas e das atrações do gênero humorístico. No entanto, mantivemos o enfoque nas produções que surgiram de forma mais direta, nas

manifestações dos ouvintes reunidas nessa análise. Ainda hoje, a defesa da permanência da emissora é perpassada por esse passado, já que “a sintonia maior com o público ocorre bem mais calcada na sua representação pela memória histórica e menos pela programação que coloca no ar” (ZUCULOTO, 2017, p. 12).

### **Orelhão da Amazônia**

Outro exemplo do modo como a jornada individual das emissoras perpassa a presente discussão é a relação peculiar da Rádio Nacional da Amazônia com seu público. Em diálogo com ouvintes de áreas remotas, a emissora é lembrada frequentemente como uma central de recados, por facilitar a comunicação entre pessoas que não dispunham de outros meios de contato com familiares. A emissora chegou a ser conhecida como o “orelhão da Amazônia”<sup>6</sup>.

O maior símbolo dessa forma de apropriação pelo público foi o programa “Ponto de Encontro”. A atração foi criada, em 1985, com o objetivo de dar conta dos cerca de 10 mil pedidos de recados que chegavam, mensalmente, na emissora, através de cartas. A demanda surgia pela dispersão territorial, na Região Amazônica, provocada pela busca por trabalho. Eram famílias que migravam de diversas regiões para ocupar a Amazônia, especialmente pela chamada corrida do Ouro, em Serra Pelada.

O longo tempo sem notícias de familiares e a ausência de outros meios de comunicação transformaram, aos poucos, a Nacional da Amazônia em uma central para transmissão de recados simples, mas também em um instrumento para localizar pessoas desaparecidas. Mesmo com a chegada dos serviços de telefonia em parte das regiões atingidas pela emissora, o hábito das conversações entre os ouvintes prosseguiu.

A vocação da Nacional da Amazônia para levar informações para populações isoladas no território brasileiro começa desde sua primeira transmissão, em 1977. Nesse período, o principal objetivo era a promoção da soberania e da segurança nacional, através da garantia da disseminação de informações em língua portuguesa.

Não é por acaso que a emissora é fundada no período da ditadura militar, no Brasil. Terminado o regime, a rádio seguiu com a missão de dialogar com a população ribeirinha, de áreas rurais e fronteiriças. A emissora também seguiu permitindo o uso do poder público para o envio de informações para povos indígenas e quilombolas.

---

<sup>6</sup> C.f. Portal da EBC. Disponível em: <<https://bit.ly/3Uw9rHS>>. Acesso em 01/09/2022.

A Nacional da Amazônia também contribuiu para a formação de público infantil para o rádio. A emissora levou ao ar, em 1979, o programa Encontro com Tia Leninha. A atração contava com a audiência de famílias que compartilhavam o momento de escuta do rádio e depois passavam os contos, as histórias e os episódios das radionovelas adiante. O programa apresentado por Helena Bortone ainda é promovido por um website na Internet<sup>7</sup> e por uma página no Facebook<sup>8</sup>. Os dois sítios estão cheios de depoimentos que envolvem a memória afetiva e a presença do programa no cotidiano dos ouvintes.

### **TVE do Rio de Janeiro**

Entre todos os veículos da EBC, a TV Brasil é de longe o mais citado em meio às ameaças de fechamento da EBC. Antes chamada de “TV Lula”, agora chamada de “TV Bolsonaro”, a emissora é herdeira da antiga TVE Brasil (TVE do Rio de Janeiro e TVE Maranhão).

Esses apelidos pejorativos carregam marcas da confusão, por vezes proposital, da relação entre a mídia pública e a mídia estatal. Por um lado, esses apodos representam denúncias de desvios da finalidade da EBC. Mas, em outras situações, esses apelidos fazem parte de uma campanha de desvalorização e descrédito da instituição, empreendida pelos representantes de interesses de conglomerados de mídia privada.

A disputa envolve a defesa da redução do papel do Estado brasileiro, mas também as receitas da publicidade oficial, bancadas pelas diferentes esferas do poder público. As empresas que exploram serviços de telefonia, no país, também demonstram contrariedade em relação à existência da EBC. O motivo mais evidente é o fato de que uma parte do imposto pago por essas companhias é destinada à comunicação pública, a partir da Contribuição para Fomento da Radiodifusão Pública (CFRP). Tanto a privatização quanto a extinção da EBC aumentariam a chance de elevar a renúncia fiscal do setor.

Para além da produção de sentidos relacionada às disputas em andamento, a TV Brasil também construiu uma relação histórica com seu público. A emissora carrega o legado de um projeto de TV educativa para o Brasil. A ideia ganhou força com a criação do Centro Brasileiro de TV Educativa (CBTVE), em 1967. O objetivo da instituição era produzir, adquirir e distribuir material audiovisual para formar programações educativas.

---

<sup>7</sup> <https://encontro-com-a-tia-leninha.webnode.page/>

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/HeleninhaBortone>

Apenas em novembro de 1975, a mobilização de um grupo de educadores, liderados por Gilson Amado, rendeu a criação de uma emissora no Rio de Janeiro. A TVE RJ operava pelo canal 2 VHF analógico e coordenava, junto com a TV Cultura, a Rede Pública de Televisão, uma cadeia nacional de emissoras públicas e educativas. A TVE RJ foi mantida pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP) até 2007, quando houve a fusão da ACERP com a Radiobrás, para formar a Empresa Brasil de Comunicação. As instalações e missão de coordenar a rede de televisões públicas ficaram a cargo da TV BRASIL.

### **Temporalidades e interações mediadas, na construção do comum**

A campanha Fica EBC mobilizou públicos de diferentes emissoras da EBC, para que produzissem e compartilhassem suas impressões acerca dos papéis das emissoras inseridas em seus cotidianos. Não parece fácil a tarefa de avaliar a influência da própria mídia na percepção desses papéis. Mas o convite para os espectadores pensarem a respeito do papel das mídias já enceta um dispositivo importante para a produção de significados. Ou seja, essas mesmas audiências poderiam interagir de formas diversas com as emissoras, sem jamais elaborarem discursos acerca de seus papéis. Assim, a campanha não é apenas uma oportunidade de coletar, mas também de produzir sentidos acerca das emissoras públicas.

Para aprofundar a reflexão sobre esse gesto de convidar o público a pensar e compartilhar os papéis das mídias, cabe recordar a proposta de Muniz Sodré (2014), para quem o processo de comunicação pode ocorrer no nível vincutivo, das relações interpessoais; no nível relacional, com a mediação tecnológica bancada pelas instituições; e no nível crítico-cognitivo, baseado nas investigações científicas, no campo da comunicação.

Acreditamos que seja possível dizer que o convite para que o público pense a mídia e seus papéis é também um convite para um deslocamento, por menor que seja, da operação do nível relacional, para o nível crítico-cognitivo.

O que podemos afirmar, a partir da leitura dos depoimentos, é que existe uma distância entre os objetivos institucionais da EBC e a percepção do público, em relação aos serviços prestados. Assim, não optamos aqui por uma abordagem institucionalista dos estudos de mídia. Em vez disso, utilizamos a abordagem socioconstrutivista dos estudos de midiatização que “ênfatiza o papel da mídia na construção comunicativa da realidade social e cultural e explora principalmente a midiatização a partir da perspectiva do

cotidiano” (HEPP, 2020, p. 8). Essa escolha se justifica pelo fato que as mensagens compartilhadas elencam diversas evidências do uso dessas mídias na construção do cotidiano de seus públicos.

Para que essas evidências possam ser identificadas e acolhidas, dois pressupostos são necessários. O primeiro e mais amplo diz respeito ao papel do processo comunicativo para ordenação do mundo sensível. O segundo e mais específico é o que aponta que as narrativas midiáticas são produtoras e ordenadoras de sentido (FRANÇA, 2006, p. 61). Nos dois casos, existe a constatação de que as mídias promovem intervenções concretas em culturas e realidades sociais e específicas (HEPP, 2020, p. 8).

Considerada essa participação da mídia, resta o trabalho de evidenciar as intervenções, em construções específicas. O primeiro conjunto de evidências que trazemos está na dimensão histórica e temporal da construção da vida cotidiana. Os depoimentos que coletamos descrevem relações de longo curso, entre ouvintes e mídias. A longevidade é possível pelo uso sequencial dessas mídias por décadas, por parte de muitos de seus espectadores.

A ordenação da vida cotidiana é fruto de uma certa consciência de mundo. “Uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido” (FRANÇA, 2006, p. 35). Essa consciência tem a temporalidade como uma propriedade intrínseca. Ao contar as próprias biografias, os espectadores retratam uma “estrutura temporal da vida cotidiana” (BERGER e LUCKMANN, 2014, p. 45) permeada pelo papel que atribuem às mídias. Assim, mesmo que parte da influência da mídia escape à percepção de seus públicos, os depoimentos ajudam a evidenciar a “profundidade histórica do processo de transformações relacionadas à mídia” (LUNT & LIVINGSTONE, 2016 *apud* HEPP, 2020, p. 4).

É o que encontramos no depoimento de um ouvinte da Rádio Nacional da Amazônia. A.D. relata etapas da própria vida e da vida de sua comunidade, atreladas à atuação da emissora:

Nasci e criei ouvindo a Rádio Nacional da Amazônia. [...] A gente sequer tinha luz elétrica. A gente ouvia no rádio de pilha. A gente só tinha aquele rádio [...] Meus primeiros passos pra aprender a assinar meu nome, graças a Deus, foram pela Rádio Nacional [...] Na época, basicamente um professor leigo ensinava a gente a ler e escrever. A Rádio Nacional teve esse papel importante na minha vida [...] Sou contra a privatização da Rádio Nacional e gostaria que a Rádio Nacional melhorasse os aplicativos e também os transmissores. Eu sou mais interativo hoje (A. D., de Presidente Jânio Quadros, Bahia. Ouvinte da Rádio Nacional da Amazônia).

Os depoimentos também citam o papel da mídia no processo de costura das associações entre os sujeitos. Não apenas pela produção e pelo compartilhamento do comum, mas também na perspectiva de Thompson (2018), para quem os meios de comunicação alteraram a ideia de pertencimento dos indivíduos. O autor cita uma forma de “socialidade mediada” (THOMPSON, 2018). Essa dimensão do processo de midiaticização está em depoimentos de ouvintes, como R.M., que faz parte de um grupo que interage, através dos recados veiculados na Nacional da Amazônia.

Sou ouvinte da Rádio Nacional da Amazônia desde os meus sete anos. Tem ouvintes esparramados por esse Brasilão aí afora. Através dessa rádio eu fiz várias amizades com pessoas maravilhosas. Eu tenho vários amigos que eu consegui através da Rádio Nacional da Amazônia (R. M., de Porto Esperidião, do Mato Grosso. Ouvinte da Rádio Nacional da Amazônia).

O processo de midiaticização também aparece na ambientação das relações familiares face a face. Diversos depoimentos mostram como as memórias afetivas estão imbricadas com os usos da mídia. O simples ato de ouvir a transmissão radiofônica já remete o ouvinte para um hábito antes partilhado em família. Sem a presença dos membros da família, resta resgatar o rito, como forma de rememorar os vínculos afetivos. Assim se pronunciaram os ouvintes A.D., em relação ao pai, e R.M, em relação à mãe. A mensagem da ouvinte M.Z. chega a ilustrar o papel do rádio como companhia, para passar por um processo de luto, após o falecimento de um familiar.

Através da EBC é que estou superando uma perda. Através desses locutores que estão aí hoje, eu estou superando muitos problemas da minha vida. Então, é a sustentabilidade que a gente tem de superar uma coisa, uma fase difícil da vida da gente é ouvindo a Rádio Nacional (M.Z. De Porto Velho Rondônia. Ouvinte da Rádio Nacional da Amazônia).

A partilha, entre sujeitos, de um momento produtor de sentidos é discutida por Vera França, a partir da noção de *acontecimento* do sociólogo Louis Quéré. Para a autora “o público não apenas representa papéis dentro de um modelo interacional definido, mas ele se constitui enquanto experiência, portanto, ação” (FRANÇA, 2006, p. 84). A autora encontra uma correlação com a ideia de Michel Maffesoli, para quem o sujeito se constitui na situação partilhada. O indivíduo tem um papel numa ambiência de comunhão, existe graças ao outro e aos recursos de seu ambiente social (FRANÇA, 2006, p. 74).

De forma curiosa, os depoimentos trazem diversos relatos vividos não pelo autor da mensagem, mas por outros ouvintes. Essa parece ser uma evidência de que o processo de midiaticização permite que os sujeitos “vivam” outras vidas, além das suas. Ao mesmo passo em que não parece possível que se constituam como indivíduos isolados. Temos

aqui uma noção semelhante à apresentada por Maurice Blanchot, ao tratar da questão da comunidade:

Ninguém pode viver a própria morte, a morte é sempre do outro. [...] E este é o segredo da comunidade: a partilha da impossibilidade de morrer a própria morte. [...] equivale portanto, à experiência de uma comunidade: já que a morte é a nossa comum impossibilidade de ser aquilo que nos esforçamos para a continuar a ser: indivíduos isolados. (BLANCHOT, 1983 *apud* TARIZZO, 2007, p. 48)

Os depoimentos que selecionamos não citam mortes. Mas narram reencontros a partir dos recados veiculados; citam casamentos entre pessoas que se conheceram a partir da interação com as emissoras; e outros tantos fatos, que marcaram não apenas os personagens dos episódios, mas também outros tantos ouvintes. Nesse sentido, é possível evidenciar o modo como as lembranças se constituem em sujeitos, mas é sempre elaborada em grupo, como apontou Maurice Halbwachs (1990) ao caracterizar a memória social.

As transmissões radiofônicas naturalmente favorecem essa partilha de um acontecimento, pela participação simultânea dos ouvintes no mesmo evento e pela possibilidade da interação, através das emissoras. Assim, a partir dos depoimentos, temos a participação inequívoca da mídia na costura de diversas dimensões do cotidiano, como um processo histórico, dentro de uma certa temporalidade.

### **O engajamento e a participação implicados na produção de sentido**

A campanha Fica EBC elegeu alguns papéis atribuídos às emissoras públicas. Esses papéis foram postos em circulação em cerca de 100 boletins disparados por grupos do WhatsApp. Esses significados, baseados na legislação que criou a empresa, apareceram nas mensagens de pesquisadores e militantes da área da comunicação. Mas foram pouco recorrentes entre ouvintes/telespectadores.

Uma das exceções, nesse sentido, foi o depoimento da telespectadora da TV Brasil, M.C.A, para quem “a EBC é uma empresa pública, que pertence ao povo brasileiro. Ela é de grande importância para a construção da cidadania e para o funcionamento da democracia”. Outro participante da campanha citou a distinção entre empresas públicas e privadas, no que se refere à subserviência aos lucros.

Sempre gostei de informações e, no meu modo de ver, ela nos ajuda a ampliar os nossos horizontes. Isso a EBC sempre fez com maestria através dos programas sobre museus, faróis, etc. Enquanto outros canais visam audiências e lucros, a EBC visa a informação, tanto na área social, quanto educacional. Inclusive acho que toda cidade deveria ter um canal educacional, por lei. Portanto, acho que a EBC não deveria deixar de existir (G. R., de Santa Cruz, Rio de Janeiro, telespectador da TV Brasil).

As duas exceções que registramos apresentaram algum conhecimento acerca do papel institucional das emissoras públicas, seja no incentivo ao exercício da cidadania e da democracia, seja no modo como se posiciona em relação ao mercado. Nesse último depoimento há uma menção ao papel educativo, historicamente relacionado às emissoras públicas. Foi nesse sentido a mensagem do ouvinte da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, L.S, de Niterói, no leste fluminense: “A Rádio Nacional, emissora responsável pela minha educação. Eu me eduquei ouvindo a Rádio Nacional. Uma emissora de uma trajetória, de uma importância histórica, muito grande pra esse país”.

Em todos os outros depoimentos, os argumentos mobilizados estiveram mais calcados em realidades específicas, do que em missões institucionais. A presença da mídia na construção do cotidiano ainda ficou evidente de forma especial quando as transmissões das emissoras chegaram a ser interrompidas, por problemas técnicos, tanto na antena da Rádio MEC do Rio de Janeiro, quanto na antena da Rádio Nacional da Amazônia. Um relato como esse está na mensagem da ouvinte M.Z:

Uma coisa que eu peço, pelo amor de Deus, façam uma coisa de consciência. Porque vai matar muito o povo brasileiro de tristeza. Já tem muita gente que ficou triste, nesse tempo em que a EBC ficou fora do ar. Mais de uma vez a gente tentou ligar o rádio e nada. Não tinha os programas. A gente ficava no desespero porque é a única companhia de muitos ribeirinhos e muitas pessoas que estão distantes de comunicação nenhuma, de telefone, de uma TV. Porque o radinho à pilha pega em longa distância (M.Z, de Porto Velho, Rondônia. Ouvinte da Rádio Nacional da Amazônia).

A interrupção momentânea dos serviços de mídia tem sido uma forma de evidenciar a dependência de uma estrutura material necessária para permitir os fluxos comunicativos. As suspensões momentâneas das plataformas contemporâneas chamam a atenção para a existências de cabos e servidores, implantados e operados a partir de interesses específicos.

No caso das emissoras da Região Amazônica, a falta de viabilidade econômica ainda é uma barreira para ofertas de cobertura pela iniciativa privada. Assim, a presença da mídia pública é reivindicada de forma mais intensa e seu desligamento escancara a participação, por vezes interrompida, dessas emissoras, no cotidiano de seus públicos. A intensidade das reivindicações passa, portanto, pela percepção da participação das mídias em processos considerados fundamentais para o funcionamento da vida, desde a possibilidade da comunicação, até a manutenção das memórias afetivas.

Esse modo como o público percebe a vida, implicada pela atuação da mídia, e busca agir para preservá-la, dialoga com a noção de engajamento de Nico Carpentier (2018). Ao propor instrumentos de análise crítica aos modos de participação dos públicos,

o autor cita o engajamento como a condição daquele que se sente convidado, comprometido, inclinado a tomar parte na decisão política/social.

No contexto do Fica EBC, concluímos que o público engajado na disputa atendeu ao chamado para reforçar a campanha, a partir de um “dar-se conta” de que o objeto em disputa lhe diz respeito. No entanto, na perspectiva crítica, em Carpentier, a participação efetiva na tomada de decisão só ocorre quando existem possibilidades efetivas desses atores interferirem nas resoluções, tomando parte no exercício de poder.

### **Algumas considerações**

A análise dos depoimentos dos ouvintes, a partir da compreensão do processo de midiaticização, no contexto do cotidiano, permitiu elencar alguns dos significados que as emissoras públicas assumem, na percepção de seus públicos. Entre os papéis preconizados institucionalmente, houve menção direta: ao compromisso com a formação de seus públicos; ao enfoque no exercício da cidadania; e à missão de favorecer a efetividade da democracia. Também foi lembrada a busca de objetivos que não estejam orientados ao lucro. Nesse sentido, também foi citada a necessidade de garantir o direito à comunicação para comunidades que vivem isoladas, em locais que não há viabilidade para negócios da área da comunicação.

Já os significados que não estavam dados de antemão, pela missão institucional das emissoras, demonstraram profunda conexão das mídias com o cotidiano de seus públicos. Essa presença se faz perceber com facilidade pelo modo como as emissoras estão presentes na vida de seus atuais ouvintes, desde a infância até a fase adulta. Em alguns casos, até a terceira idade.

Essa presença, no espaço e no tempo, criou relações entre o uso da mídia e os diversos acontecimentos que conformam a vida social. Assim, a presença das mídias é citada como mediadora do convívio familiar; como mantenedora das memórias afetivas; como referência para a organização da rotina, conciliada com a programação; como espaço público para a interação entre pessoas, servindo como ponto de partida para relações de amizade e casamentos e até mesmo como pilar de sustentação, ou fator de presença e continuidade da vida, diante da experiência do luto familiar.

Existe, portanto, uma variedade de sentidos que o uso das mídias públicas assumiu, no contexto da produção do cotidiano. A participação efetiva desses públicos no processo de tomada de decisão sobre o futuro das emissoras públicas certamente

acrescentaria novos objetivos institucionais a serem perseguidos, como forma de estabelecer uma comunicação pública que esteja a serviço das demandas da população.

### Referências bibliográficas

- BERGER, Peter. LUCKMANN, Thomas. **Os fundamentos do conhecimento na vida cotidiana**. Petrópolis, Editora Vozes, 2014.
- BRANDÃO, Elizabeth. Usos e significados do conceito Comunicação Pública. **Encontro dos núcleos de pesquisa da Intercom**, v.6, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>>. Acesso em: 17/09/2021.
- BRASIL. **Lei 11.652 de 7 de abril de 2008**. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm)>. Acesso em 08/07/2021.
- BRASIL. **Lei 13.417 de 1. de março de 2017**. Brasília: Presidência da República. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/lei/L13417.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13417.htm)>. Acesso em 10/07/2021.
- BRASIL. **Medida Provisória 398 de 10 de outubro de 2007**. Brasília: Presidência da República, 2007. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/mpv/398.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/mpv/398.htm)>. Acesso em 08/07/2021.
- BRASIL. **Medida provisória no 744 de 1o de setembro de 2016**. Brasília: Presidência da República, 2016. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2016/mpv/mpv744.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/mpv/mpv744.htm)>. Acesso em 10/07/2021.
- CABRAL, Adilson. Nem privado nem estatal: a ideia de público como um sistema de comunicação. **Revista eCOMPÓS**. Brasília, v.15, n.1, jan./abr. 2012. Disponível em <https://www.ecompos.org.br/e-compos/article/download/668/572/3629>. Acesso em 17/09/2021.
- CARPENTIER, Nico. Além da escada da participação: ferramentas analíticas para a análise crítica dos processos midiáticos participativos. **Revista Mídia e Cotidiano**. v.12, n. 3, dez. 2018.
- CARTA DE BRASÍLIA. Manifesto pela TV Pública independente e democrática. **I Fórum Nacional de TVs Públicas**. Brasília: 11 de maio de 2007.
- FRANÇA, Vera. Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação. In: FRANÇA, VERA. GUIMARÃES, César. (Orgs.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte, Autêntica, 2006.
- HELLER, Agnes. Estrutura da Vida Cotidiana. In: **O cotidiano e a história**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- HEPP, Andreas. **Deep mediatization**. New York: Routledge, 2020.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso: A Síntese Radiofônica Mundial que Fez História**. Rio Grande do Sul: EdiPUCRS, 2008

- OTONDO, Teresa. **Televisão pública na América Latina: para quê e para quem?**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.
- SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum** - Notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- TAVARES, Reynaldo. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Negócio, 1997.
- TARIZZO, Davide. Filósofos em comunidade. Nancy, Espósito e Agamben. In. PAIVA, Raquel (org.) **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. P. 31-62.
- THOMPSON, John B. A interação mediada na era digital. **MATRIZES**, V.12 - Nº 3, p. 17-44, set./dez. 2018. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/153199/149813>. Acesso em: 22/08/2022.
- ZUCULOTO, Valci. Registros históricos dos tempos recentes da Rádio Nacional do Rio de Janeiro - de emissora comercial nacional a rádio pública local? **XXXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM**, 40, 2017, Curitiba. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1034-1.pdf>. Acesso em: 17/09/2021.

# **A TV aberta é mais que uma paixão nacional para os brasileiros**

Eula Dantas Taveira Cabral  
Adilson Vaz Cabral Filho  
Cíntia Augustinha Dos Santos Freire

Os meios de comunicação sempre foram apreciados pelos brasileiros. Com o aparecimento da televisão aberta no Brasil, em 1950, as pessoas foram sendo seduzidas pelos textos, áudio e imagem de um veículo de comunicação que conseguiu atingir a maioria dos lares onde tem energia elétrica e/ou solar. De acordo com o Mídia Dados 2022<sup>9</sup>, a TV aberta está hoje em quase 100% do território brasileiro, algo interessante e que merece análise, uma vez que, mesmo que a digitalização já tenha invadido o cotidiano da população, o acesso à televisão gratuita ainda seduz os brasileiros. No entanto, observa-se que esse veículo de comunicação evolui tecnologicamente, mas não é regulado pelo Estado.

Ao se analisar a história da TV no Brasil, verifica-se que o Estado se fez presente, tendo em vista o interesse de utilizar a nova tecnologia para disseminar os próprios interesses políticos. A Rede Globo, criada em 1965, se expandiu rapidamente em um país com dimensões continentais e áreas de difícil acesso, sendo beneficiada por políticas públicas que tinham como objetivo integrar o país, a partir do desenvolvimento de integração nacional, numa economia baseada na industrialização, crescimento econômico, geração de emprego e aumento da renda.

Dezenove anos depois do surgimento da televisão no país (1950), em 1969, o governo militar, por meio do Ministério das Comunicações (1967) e da Embratel (1965), conseguiu interligar algumas regiões, mas somente em 1985 todo o território brasileiro tinha a possibilidade de assistir televisão com uma programação ao vivo e simultânea em todo o país. Porém, se faz necessário destacar que o aparelho de TV era um eletrodoméstico de luxo, um bem de consumo exclusivo do grupo social com maior poder aquisitivo, mesmo sendo sua recepção gratuita nos aparelhos televisivos.

---

<sup>9</sup> Cobertura geográfica da TV aberta. Mídia Dados 2022. Disponível em <[https://midiadados.gm.org.br/tv\\_aberta/cobertura-geografica-de-tv](https://midiadados.gm.org.br/tv_aberta/cobertura-geografica-de-tv)>. Acesso em 19 mai.2023.

Como concessão pública e com a função de transmitir conteúdos, já atingindo quase todos os lares brasileiros, a TV aberta (assim como as emissoras de rádio), desde a Constituição federal de 1988, de acordo com o artigo 221, passou a adotar os seguintes princípios para a produção e programação:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Mesmo com princípios interessantes, não se vê seu cumprimento nos canais televisivos. No entanto, ao longo de seu desenvolvimento, verificou-se que as emissoras se consolidaram de forma comercial, tendo em vista o lucro. Os conteúdos transmitidos passaram a evidenciar o cotidiano da sociedade, a partir dos interesses dos grupos midiáticos, fazendo com que as pessoas passassem a acreditar em tudo que era exibido na telinha, tornando “o domínio do realismo cotidiano” em um verdadeiro “código comunicativo” (JAGUARIBE, 2007, p. 112). Isso fez com que as pessoas acreditassem, até a década de 90, do século passado, que: “o mundo existe na medida em que passe pela televisão” (HOINEFF, 1991, p.23).

Na década de 90 observou-se que a comunicação televisiva abrigava “não apenas uma tecnologia, mas uma resposta política e estética ao debate sobre o papel da televisão tanto na sociedade atual quanto futura” (HOINEFF, 1991, p.18). No Brasil, a TV aberta passou a se tornar um grande negócio dos grupos regionais. Como observou Eula D.Taveira Cabral (2000, 2016), a regionalização da mídia brasileira se consolidou no país nos anos 90. Grupos regionais fortaleceram seu poderio nas regiões brasileiras, concentrando, principalmente, as emissoras de rádio e TV aberta, chamando a atenção dos conglomerados nacionais que passaram a investir mais em programações locais e regionais, tendo como foco principal lucrar a partir da aproximação com a sociedade.

Nos anos 2000, com o forte controle da mídia televisiva por poucos grupos, Dênis de Moraes (2000, p.1) registrava que Dick Parsons, ex-presidente da Time Warner, declarava que “quando o poder está oscilando entre diferentes partes da cadeia de valor, você precisa deter toda a cadeia”. Isso se dava porque como o poderio midiático atingia a sociedade nos níveis local, regional, nacional e internacional, os conglomerados fortaleciam o controle sobre as pessoas que acabavam seguindo os direcionamentos dados pelos conglomerados midiáticos.

Vinte anos depois, como observou Pablo Bastos (2020, p.202), “a mídia, tanto pelos meios de comunicação interativos, como através dos meios de comunicação de massa, já se integrou ao cotidiano de outras instituições como política, família, trabalho e religião”. Em 2023 observa-se como o poderio midiático influencia a sociedade, sendo pelos meios eletrônicos ou digitais.

A TV aberta no Brasil tem alcance em quase 100% dos lares e continua concentrada em cinco grandes grupos de mídia: Rede Globo, Record, SBT, Bandeirantes e RedeTV!, cujas sedes estão localizadas no eixo Rio-São Paulo. Com a internet, esses grupos também se fazem presente nesse ambiente através da convergência das mídias, criando, inclusive, suas plataformas de *streaming*.

Nicholas Negroponte (1995, p.166), mesmo na década de 90, já vislumbrava a evolução digital e a convergência das tecnologias. Para o autor, no mundo digital, a mistura de áudio, vídeo e dados seria possível. “Em um futuro mais distante, os bits não ficarão restritos a nenhum meio específico quando saírem do transmissor” (NEGROPONTE, 1995, p.55), fazendo com que a televisão se tornasse “qualquer coisa, a qualquer hora, em qualquer lugar” (NEGROPONTE, 1995, p. 166).

Nos anos 2000, Suely Fragoso (2006) analisava a convergência midiática a partir de três vertentes: a convergência dos modos de codificação, dos tipos de suporte e dos modos de distribuição dos produtos. “Por ‘convergência dos modos de codificação’, entendo a possibilidade de “empacotar” em um único formato (no caso, o código binário) enunciados originalmente pertencentes a categorias semióticas distintas (texto, som e imagem)” (FRAGOSO, 2006, p.17).

Suely Fragoso (2006, p.17) verificou que “essa indiferenciação viabiliza a reunião de tipos distintos de mensagens em um único suporte. Na prática, trata-se da possibilidade de utilizar uma mesma unidade de armazenamento um disquete ou CD, por exemplo, para guardar indiferenciadamente”, seja “o texto de uma carta em andamento, um conjunto de imagens fotográficas e uma seqüência melódica. Hoje, a própria idéia de utilizar suportes diferentes para cada uma dessas coisas chega a parecer absurda”. A autora evidencia as transformações ocorridas e sua influência nos meios de comunicação: “basta pensar a quão pouco tempo uma carta era algo que demandava papel e tinta; uma foto precisava de filme, papel especial e reveladores químicos e trechos de música eram gravados em fitas cassete para compreender o furor causado pela multimídia na passagem dos 1980 para os 1990” (FRAGOSO, 2006, p. 17).

Henry Jenkins (2008, p.29), já no início do século XXI, atualiza o conceito de convergência, chamando atenção da sociedade para as transformações ocorridas com as novas tecnologias. “Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”. No contexto cultural, “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2008, p. 29).

Diante do quadro de convergência digital, a TV se transforma. De acordo com Michael Wolff (2015, p.17), “a web não apenas não destruiu a TV, como a fonte da força da nova mídia - que atrai cada vez mais tráfego, um tráfego verdadeiramente fenomenal - pode se tornar sua maior fraqueza”. Assim, nesse novo contexto, “o modelo econômico para adquirir produtos de entretenimento na mídia digital se torna bem parecido com o modelo da mídia tradicional” e, nele, o digital, que acreditava que seria capaz de “superar e substituir a televisão”, não consegue se concretizar, uma vez que “essa era uma visão de sistema - um modelo de eficiência” (WOLFF, 2015, p. 150 e 186).

É importante ressaltar que Nicholas Negroponte (1995), ao analisar a evolução tecnológica, imaginava que a televisão teria o seu fim decretado, pois, para ele, as novas mídias digitais iriam substituir as antigas. Entretanto, Henry Jenkins (2008, p.31) evidenciava que “novas e antigas mídias irão interagir de forma cada vez mais complexa”. Assim, dificilmente, a velha mídia ficaria totalmente obsoleta, pois as mídias se convergem. E é essa convergência que consegue modificar a lógica de operação da indústria midiática, fazendo com que haja relação com o público e os conteúdos desses meios.

Diante desse cenário, se faz necessário entender também a importância do ambiente da internet e sua lógica comunicacional, uma vez que os grupos de mídia brasileiros (que atuam na mídia televisiva), por uma ausência regulatória, se fazem presentes tanto no meio analógico quanto no digital, fazendo com que seus negócios se expandam a partir de tecnologias mais convergentes, resultando na diversificação das atividades dos grupos. “As companhias evoluem de uma mercadoria a outra com tamanha rapidez que quase não sobram condições reais de competitividade para firmas de médio porte. As que não se vinculam a conglomerados ou não descobrem nichos rentáveis estão condenadas a desaparecer” (MORAES, 2000, p.3).

Eula Cabral (2020, p.5), ao analisar as estratégias dos grupos midiáticos brasileiros, verificou que “a concentração midiática é uma realidade no Brasil”, onde apenas cinco conglomerados nacionais controlam a maioria das emissoras televisivas do país, influenciando na política, na economia e na sociedade. Esse cenário, de acordo com Laurindo Leal Filho (2006), faz com que a ausência de pluralismo e de regulação impactem de sobremaneira o cotidiano, se tornando um grave problema para a consolidação da democracia no Brasil.

Com um cenário de mídia concentrada, como observaram Adilson Cabral Filho e Eula Cabral (2005), faz-se de vital importância lutar em prol da democratização midiática. Pois, não se pode ignorar que a televisão se consolidou como um meio massivo, atingindo e influenciando a maioria dos lares brasileiros, sendo controlada por cinco grupos de mídia que também se fazem presentes no ambiente da internet e, com isso, ascendem poderosamente, à medida que se reestruturam para atuar no novo nicho e atender às novas demandas comunicacionais.

Como pontuou Dênis de Moraes (2011, p.16), “as ambições monopólicas foram beneficiadas por legislações omissas ou complacentes e pela adesão de sucessivos governos às doxas neoliberais do ‘Estado mínimo’ e do ‘máximo de mercado’”. Nesse sentido, é importante entender a convergência que atinge a radiodifusão, principalmente a TV aberta (pública e gratuita), e as telecomunicações.

### **A nova televisão e a regulação**

A despeito das tensões geradas entre as emissoras de televisão e o ambiente da internet, que proporciona o crescimento das plataformas digitais e dos serviços de *streaming*, verifica-se uma conexão cada vez maior entre esses dois meios, graças à convergência. De acordo com Armand Mattelart (1999, p.129), “progressivos deslocamentos se operaram, de uma significação centrada sobretudo na mídia”, fazendo com que a comunicação assumisse “uma definição totalizante, mesclando tecnologias múltiplas destinadas a estruturar uma nova sociedade”.

Martín Becerra e Guillermo Mastrini (2015, p.66), ao analisarem o novo cenário midiático que vem sendo constituído, verificaram que “o processo de convergência tecnológica produz uma metamorfose cardinal na estruturação de indústrias voltadas à produção, circulação e comercialização de fluxos de comunicação e cultura”. Chuck Tyron (2014, p.3) pontuou que as múltiplas formas de distribuição e o acesso aos conteúdos audiovisuais incentivaram uma cultura audiovisual sob demanda, em que “os

textos midiáticos circulam de forma mais rápida, barata e mais abrangente que antes, conduzindo para uma noção utópica onde se imagina o potencial de filmes e programas televisivos acessíveis em qualquer lugar”.

Os pesquisadores Adilson Cabral Filho e Eula Cabral (2018, p.16) chamam atenção para as “transformações tecnológicas e seus impactos na recomposição dos mercados e na entrada de novos e diferentes atores”. Segundo eles, “as dinâmicas de produção, circulação e consumo de conteúdos e os negócios estabelecidos em torno de tecnologias como a internet, a digitalização das comunicações, suas implicações na configuração de novos cenários, podem” e assim devem “ser apreendidos como variações de aprofundamento do capitalismo contemporâneo, mas cabe compreender as nuances de sua lógica para melhor assimilar seus impactos”.

Nota-se que os meios de comunicação estão em constante evolução e o atual momento apresenta um cenário em que as tecnologias estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas, fazendo com que o debate sobre a regulação dos meios volte a emergir para que as políticas públicas de comunicação atuem a favor da sociedade. Pois, sem uma regulação adequada, observa-se que o mercado evidencia as demandas do setor e vem se reestruturando em benefício próprio.

Quanto à regulação da mídia, principalmente em relação à TV aberta, que é uma concessão pública, Adilson Cabral (2015, p. 47) verificou que o Estado precisa atuar com uma política de comunicação capaz de suprir as solicitações da sociedade em busca do bem comum. Temas como concentração de propriedade, publicidade infantil, concessões de canais de radiodifusão para parlamentares, proselitismo religioso em rádios e TVs e inovações tecnológicas necessitam de regulação atualizada, pois “vai sendo delineada para o favorecimento do Mercado também no âmbito local, tornando as oportunidades de participação de ativistas da comunicação cada vez mais restritas no espaço radioelétrico”.

Em entrevista ao Portal Eptic<sup>10</sup>, Adilson Cabral (2014) aponta que “não há interesse significativo por parte dos parlamentares, na medida em que o tempo de exposição é agendado nos mesmos moldes de concentração e os mesmos não se arriscam a não serem mais agendados. Além disso, há não só o desconhecimento, como um conhecimento rasteiro que não compreende a comunicação como cultura, desenvolvimento e indústria, mas como negócio, na pior acepção do termo”.

---

<sup>10</sup><https://eptic.com.br/adilson-cabral-debate-comunicacao-e-o-segundo-governo-dilma-rousseff/>

A TV aberta é uma concessão pública e o capítulo V da Constituição federal de 1988, com seus artigos 220 a 224, que regem a radiodifusão no Brasil, não é regulado no país. O que esperar de uma televisão que vem se concretizando digitalmente sem regulação do Estado? Essa questão é muito importante, pois atinge a sociedade brasileira e, sem processos regulatórios, fica difícil colocar em prática a democratização dos meios, uma vez que o Estado deve se pautar em prol do bem estar da sociedade, embora os indícios mostrem que ele age em favor dos grupos de mídia.

Na América Latina, Martín Becerra (2014) verificou que “as mudanças regulatórias são promovidas ou acompanhadas – dependendo do país – pela mobilização das organizações sociais, o que representa um evento inédito na configuração do sistema de meios de comunicação”. Para o autor, “os interesses em conflito entre atores industriais e político-sociais, incluindo obviamente os governos em seu papel de enunciadores diretos” assim como “o embate entre a lógica da intervenção global da indústria e a lógica da regulação local, são indicativos de um cenário em plena mutação” (BECERRA, 2014, p. 69-70).

Desde o início do processo de colonização no Brasil e o surgimento dos meios de comunicação, observa-se uma concentração dos meios comunicacionais nas mãos de poucos. Suzy Santos (2006) verificou que, no início, era a serviço dos colonizadores, posteriormente a serviços dos coronéis e sequencialmente do mercado. No caso da televisão, o meio vem sendo o mais influente e abrangente entre todos, pois pode trafegar em diferentes mídias. De acordo com Renata Rezende (2016, p.70),

com novos desafios de produção, de consumo e distribuição de conteúdo, a TV continua sendo um poderoso veículo de comunicação, cujo dinamismo e criatividade apontam para novos modos de fazer e de ver TV. Particularmente no Brasil, onde ocupa mais de 90% dos lares, a televisão não se tornou coisa do passado. A própria história do dispositivo demonstra que as transformações tecnológicas colaboraram para o contexto que a redefine no século XXI. Primeiro, a passagem do preto-e-branco para a cor, o advento do VT, o controle remoto, e, mais recentemente, as telas de tubo, LCD e LED, às denominadas smartvts, que oferecem diversos serviços, entre compras e programação sob demanda. As transformações tecnológicas atingem todos os domínios, da produção à distribuição de conteúdo, da linguagem às formas de narrar e estética.

Muniz Sodré (2020), em entrevista ao site Conexão UFRJ<sup>11</sup>, verificou que o poder da televisão está também em seu discurso: “a televisão fala e você não pode responder”. No caso, levanta como exceção a pesquisa de audiência, onde o consumidor midiático pode evidenciar se gosta ou não de determinado produto televisivo. Para Sobré (2020),

---

<sup>11</sup> <https://conexao.ufrj.br/2020/04/o-odio-como-forma-social/>

mesmo com a internet, a TV tem o poder de “modificar o interlocutor”, uma vez que a televisão se torna dona do discurso e “os algoritmos estão sequestrando a fala”, onde o cidadão “não tem o poder de intervir”, pois “a linguagem que surgiu na televisão e que passou para a rede é a linguagem matemática dos algoritmos, que estão ganhando autonomia”.

Já Nick Couldry e Ulises A. Mejías (2019) afirmam que os algoritmos estão para além da televisão. Para os autores, a mineração de dados equivale a “uma nova apropriação de terras”, sendo que os novos colonizadores, desta vez, não estão tomando as terras como fizeram no Brasil há mais de 500 anos. O novo território envolve a vida humana, o espaço das experiências, das práticas sociais no cotidiano. Assim, a extração de dados se justifica tal qual o colonialismo histórico, onde a nova racionalidade possibilita melhores negócios, maior eficiência e aumento na lucratividade global. Para os autores, a mineração de dados não é apenas a continuação do capitalismo, mas “uma ordem emergente para a apropriação da vida humana em que todos os dados podem ser continuamente extraídos para gerar lucro” (COULDRY, MEJÍAS, 2019, p.188).

A mineração de dados vem sendo usada para entender as tendências e o comportamento do usuário, fazendo com que os grupos de mídia explorem os dados dos seus consumidores para entender melhor o comportamento de cada um e oferecer aquilo que ele “deseja”. Algo que vem sendo bastante utilizado pelos cinco conglomerados que comandam a mídia televisiva no Brasil.

O algoritmo em uso na plataforma de *streaming* Globoplay da Rede Globo, por exemplo, foi criado por Felipe Ferreira (2020)<sup>12</sup> que evidenciou: “temos uma escassez de metadados de vídeo e identificamos também que nossos algoritmos de recomendação baseados em conteúdo, especificamente de vídeo, não tinham um bom desempenho. Então, isso nos motivou a buscar alternativas”, sempre “relacionadas à pesquisa, para que pudéssemos atacar esse problema”. Para ele, “explorando as múltiplas modalidades do conteúdo, fica mais fácil recomendar, captar informações e descobrir a preferência do usuário e as nuances de suas mudanças de preferência” (FERREIRA, 2020).

É importante detectar como as emissoras de TV se posicionam no mercado criando suas próprias plataformas de *streaming*, onde a coleta de dados dos usuários se torna possível, e assim descobrir as suas preferências para recomendar seus produtos,

---

<sup>12</sup><https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc/single-post/pesquisa-de-doutorando-felipe-ferreira-e-a-cria%C3%A7%C3%A3o-do-algoritmo-em-uso-no-globoplay>

prevendo o seu gosto e, com todas essas informações, produzir conteúdos personalizados e exclusivos. Esse fenômeno possibilita multiplicidade de serviços e permite um realocamento dos grupos de mídia televisiva, ao se inserir em um novo ambiente: o da internet.

Sob o signo da globalização, a ‘fase da multiplicidade da oferta’ caracteriza-se pelo oferecimento de uma maior quantidade de canais ao consumidor, como a denominação indica. Isso deve-se ao surgimento e à consolidação de mais emissoras e redes de televisão e sinal aberto e à proliferação de tecnologias de tevê por assinatura, que, em alguns casos, contam com cerca de cem canais, mas podem ir bem além disso (BRITTOS, 1999, p. 22).

Ao corroborar com esse pensamento, Maria Clara Estrêla Almeida (2019, p.26) verificou que

a análise estrutural do setor, neste sentido, permite afirmar, portanto, que se vive uma Fase da Multiplicidade da Oferta (BRITTOS, 2009), que se refere justamente à presença de um maior número de agentes entrando no mercado, na disputa pela mesma audiência. Tal disputa constitui o impasse que se vive ante a coexistência de mídias tradicionais, como a televisão, e mídias mais fluidas flexíveis (TARAN, 2015), como o conteúdo transmitido via internet, por exemplo.

Diante da ampliação da oferta de produtos culturais, os sistemas de mídia tenderão a trabalhar com a criação e a replicação de fórmulas e padrões estéticos que os façam ganhar distinção em meio a um setor cada vez mais diversificado.

Nesse contexto, para além da concorrência com as plataformas de *streaming*, as emissoras de televisão estrategicamente lançam seu próprio player. Nota-se o surgimento da “televisão é a nova televisão” (WOLFF, 2015, p.187). A mídia tradicional televisiva, ao “adotar um formato digital”, passou a ser “réplica” de si mesma, ou seja, “a revolução iniciada nos anos 1950 continua a acontecer” (WOLFF, 2015, p. 187).

Maria Clara Almeida (2019) verificou que, nesse cenário onde a televisão vai evoluindo digitalmente, observa-se “um movimento que acontece de fora para dentro: a televisão, enquanto agente de mercado, remodela toda, ou ao menos parte de sua estrutura, para continuar tendo condições de ocupar um espaço relevante no dia a dia dos consumidores”. Segundo a autora, “ela se descentraliza em múltiplas telas de modo a se encaixar em um protocolo de comunicação móvel e fluido, amplamente aceito e adotado por suas audiências, tidas até então como fixas” (ALMEIDA, 2019, p.18).

Entender como o novo cenário televisivo vem se reconstruindo, também no ambiente da internet, é muito importante, principalmente ao considerar uma forte solidez entre os interesses políticos e a comunicação desde o início da televisão, em 1950, até os dias atuais com a sua digitalização.

## Considerações finais

A televisão ainda é o veículo predileto do brasileiro. Ela chega em mais de 90% dos lares. Com a internet, evoluiu em seu formato e foi sendo utilizada pela população também como um veículo que acessa a rede mundial de computadores, se tornando em 2023 o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros para se conectar à web. Hoje as pessoas continuam “vidradas” no que veem.

Entretanto, o veículo midiático queridinho dos brasileiros continua concentrado apenas nas mãos de cinco conglomerados midiáticos, dificultando a democratização da comunicação no Brasil.

Verificou-se o imbricamento entre o poder político e os meios de comunicação e que tal ligação possibilita o oligopólio e o monopólio midiático, pois muitos congressistas, que aprovam as concessões das emissoras, são proprietários de empresas concessionárias de radiodifusão, se submetendo aos acordos de afiliadas aos grandes conglomerados. Assim, evita-se a democratização e a regulação da mídia no Brasil.

A televisão surgiu como uma grande novidade, composta de áudio e vídeo, e sua transmissão ao vivo foi concebida para grandes distâncias e audiências simultaneamente. Com grande aporte financeiro por parte do governo, atraiu as pessoas e se tornou o primeiro meio de comunicação a fazer frente à imprensa.

A mídia televisiva reinou por mais de 70 anos sem concorrente, mas, a partir da internet, novos atores surgiram, bem como novos fluxos comunicacionais que impactaram o mercado televisivo, cabendo às emissoras de televisão buscar outros caminhos para continuar existindo.

A convergência midiática trouxe novas possibilidades. Os serviços de *streaming* que, por algum tempo, colocavam-se como o fio condutor para o fim da televisão, foram incorporados a ela. Assim, a televisão convergiu da radiodifusão para o ambiente da internet e passou a atuar nas duas ambiências, principalmente aproveitando-se da ausência regulatória para tal questão.

Com a digitalização das tecnologias, a mineração de dados e sua interferência na vida cotidiana se colocam como um novo colonialismo. Cenário que traz complexidade, uma vez que envolve a democratização da comunicação, um tema caro para a sociedade, principalmente por não se perceber empenho dos deputados e senadores em abrir essa agenda, visto envolver principalmente a internet e as plataformas de mídia, temas estes que requerem uma reflexão maior em suas ramificações.

Diante desse cenário, faz-se de vital importância continuar estudando a mídia televisiva e sua evolução, pois ela seduz o brasileiro e continua se transformando com as novas tecnologias. É preciso que seja regulada como um meio de comunicação que tanto atinge a área de radiodifusão como de telecomunicações.

### Referências bibliográficas

- ALMEIDA, M. C. E. O. **Televisão sob demanda:** As estratégias da Tv aberta no Brasil para o reposicionamento no mercado de nicho. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2019. Disponível em: . Acesso em: 12 de mar. 2019
- BASTOS, P. **Dialética do engajamento:** uma contribuição crítica ao conceito. *MATRIZES*, v.14 - n. 1 jan./abr. 2020 São Paulo – Brasil, p. 193-220.
- BECERRA, M.; MASTRINI, G. **Concentración y convergencia de medios en América Latina.** Revista Ensembles primavera 2015, año 2, n.3, pp. 64-83. Disponível em:<http://www.revistaensambles.com.ar/ojs-2.4.1/index.php/ensambles/article/view/62/33>. acesso em 12 abr.2021
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em 13 mai.2023.
- BRITTOS, V. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 31, pp. 9-34, 1º sem.1999.
- CABRAL, E. D.T (Org.); CABRAL FILHO, A. V. (Org.). **Comunicação e cultura no Brasil:** diálogos com a Economia Política da Comunicação e da Cultura. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2018.
- CABRAL, E. D. T. Entre o local e o global: estratégias dos conglomerados de mídia no Brasil. **Eptic** (UFS), v. 18, p. 76-94, 2016. Disponível em <<https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/5805/4813>>. Acesso em 8 maio de 2023.
- CABRAL, E. D. T. Comunicação, Cultura e informação como direitos humanos. In: CABRAL, Eula Dantas Taveira. (Org.). **Comunicação, cultura e informação em perspectiva.** Divinópolis: Meus Ritmos Editora, 2020, p. 138-152
- CABRAL, E. D.T; CABRAL FILHO, A. V. **Sistêmica, crítica... e incansável:** a contribuição da EPC para a análise de cenários complexos. Disponível em: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zhb2JqyW7zkJ:www.repositorio.uff.br/bitstream/riuffc/47276/3/2019\\_art\\_avcabralfilho2.pdf+&cd=12&hl=pt-BR&ct=clnk&gl](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zhb2JqyW7zkJ:www.repositorio.uff.br/bitstream/riuffc/47276/3/2019_art_avcabralfilho2.pdf+&cd=12&hl=pt-BR&ct=clnk&gl)
- CABRAL FILHO, A. V. **Nossa TV Digital:** o cenário internacional da apropriação social da TV. Rio de Janeiro: E-Papers, 2015.
- CABRAL FILHO, A. V.; CABRAL, E.D.T. A contribuição da apropriação social das TICs para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil. In: **Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura**, 2005, Salvador.

- COULDRY, N.; MEJIAS, U. **The costs of connection**: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford, Stanford University Press, 2019.
- FRAGOSO, S. **Reflexões sobre a convergência midiática**. Líbero, São Paulo, v. viii, n. 15-16, p. 17-21, 2006.
- HOINEFF, N. **TV em expansão**. Rio de Janeiro: Record, 1991.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JAGUARIBE, B. **O Choque do real** – estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- LEAL FILHO, L. L. **A TV sob controle a resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus Editorial, 2006.
- MARCIEL, L. A. **Cultura e tecnologia**: a constituição do serviço telegráfico no Brasil. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/rrXsdCMRcbJRK5Xx6VpBLvD/?lang=pt>. Acesso 21 de mai.2022.
- MATTELART, A. **História das teorias da comunicação**, S. Paulo, Loyola, 1999.
- MORAES, D. de. **A hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html>. Junho de 2000. Acesso em 23 de mar. 2021
- \_\_\_\_\_. **Vozes abertas da América Latina**: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: Mauad/Faperj, 2011.
- NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- REZENDE, R. A potência imagética e a televisão do século XXI: algumas reflexões. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, vol. 3, número 6, 2016. pp. 69-76.
- SANTOS, S. dos. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. **Revista e-compos**. 2006. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/104>. Acesso em 24 de mar.2021.
- TAVEIRA, E. D. **Rede Amazônica de Rádio e Televisão e seu processo de regionalização (1968-1998)**. São Bernardo do Campo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, 2000. Disponível em < [https://www.academia.edu/41434870/Parte\\_2\\_Dissertação\\_Rede\\_Amazônica\\_de\\_Rádio\\_e\\_Televisão\\_e\\_seu\\_processo\\_de\\_regionalização\\_1968\\_1998\\_](https://www.academia.edu/41434870/Parte_2_Disserta%C3%A7%C3%A3o_Rede_Amaz%C3%B4nica_de_R%C3%A1dio_e_Televis%C3%A3o_e_seu_processo_de_regionaliza%C3%A7%C3%A3o_1968_1998_) >. Acesso em 8 maio2023.
- TYRON, C. **On-demand Culture**: Digital Delivery and the Future of Movies. Rutgers University Press. New Jersey, 2015.
- WOLFF, M. **A televisão é a nova televisão**: o triunfo da velha mídia na era digital. 1a ed. Globo Livros, Rio de Janeiro, 2015

# **O uso dos meios de comunicação do Brasil Colônia à internet: tecnologias em evolução**

Cintia Augustinha dos Santos Freire

A palavra comunicação tem sua origem no latim *communicare*, que significa tornar comum, partindo da compreensão de uma ação, um esforço daquele que se comunica, que busca estabelecer uma relação com alguém, trocar informações e ideias. Essa é uma atividade essencial para a vida cotidiana em sociedade. Para corroborar com esse pensamento, em seu livro “Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado”, Lucia Santaella (2001) cita Dieter Watzlawick: “O comportamento não tem oposição. Não há algo como o não comportamento. Ninguém pode não se comportar” (ibid.: 48). Assim, também “ninguém pode não se comunicar” (ibid.: 49). Mesmo o silêncio e o “não comportamento” têm o caráter de uma mensagem (p.21). A pesquisadora cita também De Vito, que define comunicação como “inevitável, irreversível e irrepitível” (SANTAELLA, 2001, p. 21).

No Brasil, desde sua implantação, os meios de comunicação exercem o papel de inserir mensagens que atuam na construção do imaginário social e da memória coletiva. No ano de 1663, a comunicação entre os colonizadores se configurava através do serviço postal denominado Correio-Mor. Nele, cabia ao capitão do navio a função de distribuir as cartas e fazer com que estas fossem entregues aos seus destinatários. A comunicação era restrita ao grupo de pessoas conhecidas e que podiam ter acesso ao meio, ou seja, mesmo entre os colonizadores havia distinção entre os que podiam ou não se comunicar. Ao longo dos séculos, os serviços de correios sofreram muitas transformações, se adequando às mudanças necessárias a cada época.

Sabe-se que, nesse período, a comunicação no Brasil acontecia através de cartas com narrativas sobre, por exemplo, conflitos entre os colonizadores e os povos indígenas. O último sempre retratado como selvagem, perigoso e sem cultura. A comunicação se insere como uma forma de controle e com viés político, sobretudo porque a imprensa era considerada crime, pois a Coroa tinha como objetivo manter a Colônia na ignorância, engendrada a seu domínio.

Entretanto, várias tentativas para implementar a imprensa no Brasil foram feitas. A primeira aconteceu no ano de 1706, em Pernambuco. A segunda, em 1747, no Rio de Janeiro e a terceira, em 1807, em Vila Rica, Minas Gerais. Todavia, foram extintas por ordem da Coroa portuguesa. Mas, no ano de 1808, quando a Corte de D. João VI veio para o Rio de Janeiro, fugindo das forças de Napoleão Bonaparte, a imprensa deixou de ser um ato criminoso e foi oficializada mediante o Ato Real, que garantiu uma imprensa mais livre e regular. No mesmo ano, nasceu oficialmente o primeiro jornal brasileiro chamado a Gazeta do Rio de Janeiro<sup>13</sup>.

Para manter a colônia fechada à cultura, no contexto social real em que se vivia, era papel da imprensa focar nos interesses da Coroa, que tinha como objetivo levar o público a se entreter e deixar de atentar para as contradições entre as mensagens veiculadas e a vida cotidiana, uma característica própria da dominação. A ideologia dominante mantinha o povo ignorante, criando uma ambiência de ausência de reflexão.

Assim, foram se estabelecendo as relações, envolvendo esferas de poder desiguais. A forma de resistência dos colonizados implicou negociar suas práticas culturais, uma vida cotidiana entre o ceder e resistir. A partir da compreensão que não se pode quebrar padrões habituais de referências, valores, pensamentos e ações, uma vez que todas essas coisas são intrínsecas à cultura, ela “não consiste em receber, mas em realizar o ato pelo qual cada um marca aquilo que outros lhe dão para viver e pensar” (CERTEAU, 2012, p.10).

A usurpação cometida no âmbito da cultura não foi somente por ação direta nas práticas sociais e nos costumes, mas, principalmente, na alteração da composição social local, ocasionando outras formas de significá-lo. O que faz pensar que as práticas cotidianas estão no cerne da constituição social.

A cultura européia capitalista não apenas se coloca como télos, como o fim necessário do desenvolvimento de toda cultura ou de toda civilização, isto é adota uma posição etnocêntrica, mas sobretudo ao se oferecer como modelo necessário do desenvolvimento histórico legitimou e justificou, primeiro, a colonização e, depois, o imperialismo (CHAUÍ, 2008, p.55).

O Brasil, governado por Dom Pedro II, teve sua primeira linha telegráfica<sup>14</sup> em 1852 e, cinco anos depois, a construção de uma outra possibilitou a comunicação entre o Rio de Janeiro e Petrópolis. Somente no ano de 1874 o mesmo foi possível entre Brasil e

---

<sup>13</sup><https://avozdaserra.com.br/noticias/memoria-da-imprensa-em-10-de-setembro-de-1808-era-lancado-o-primeiro-jornal-do-brasil>

<sup>14</sup>[https://www.gov.br/arquivonacional/pt-br/canais\\_atendimento/imprensa/copy\\_of\\_noticias/cartografia-mapa-das-linhas-telegraficas](https://www.gov.br/arquivonacional/pt-br/canais_atendimento/imprensa/copy_of_noticias/cartografia-mapa-das-linhas-telegraficas)

Portugal com a instalação de uma nova linha. Para o então ministro Eusébio de Queiroz, “a comunicação dos pensamentos, das ordens, das notícias já não encontra demora na distância” (ANTUNES, 2001; BRASIL, 1850).

O telégrafo criou a matemática denominada teoria da informação, por isso é considerado uma tecnologia revolucionária<sup>15</sup>. Quanto aos meios de comunicação, essa tecnologia ainda vem sendo importante na atualidade, apesar de ter sido criada em 1837, por Samuel Morse, tornando-se um dos inventos mais significativos para a tecnologia da comunicação. O telégrafo foi o primeiro sistema comunicacional capaz de transmitir qualquer mensagem a longa distância de forma confiável, segura e assim realizar negócios por inúmeras pessoas em todo o mundo.

Nesse sentido, a telegrafia possibilitou uma comunicação mais eficiente e ocasionou uma mudança também na dinâmica do capital, pois viabilizou a garantia dos negócios, aumentou as demandas, em razão da comunicação e da informação possibilitarem agilidade e eficácia na circulação do dinheiro.

De acordo com Marcos Dantas (2012, p.191), a importância do telégrafo “de modo cada vez mais dominante, aos bancos e corretoras de valores que já percebiam, na velocidade da comunicação, um vetor determinante para o êxito de seus movimentos financeiros: em 1854, 50% dos despachos telegráficos britânicos relacionavam-se à Bolsa; na França, 39%”.

Na economia em transformação, os impactos cometidos em torno do globo também são sentidos no Brasil, acarretando mudanças institucionais que reverberaram em grande pressão política, social, econômica. Tais acontecimentos culminaram na abolição da escravatura, na derrubada da monarquia e na instauração da República. As mudanças na governança política imprimiram novos rumos à economia brasileira.

Nota-se que “o surgimento do telégrafo também teve um impacto qualitativo decisivo na comunicação global. Tornou-se um componente essencial e motor da globalização em meados do século XIX”. Haja visto que, “a telegrafia elétrica foi a primeira tecnologia de telecomunicações totalmente madura e, como tal, tornou possível a desmaterialização dos fluxos globais de informação”(WENZLHUEMER, 2010, p.9, tradução minha)<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup><https://impa.br/noticias/telegrafo-anunciou-a-comunicacao-moderna/#:~:text=O%20primeiro%20tipo%20foi%20o,espalhou%20por%20todo%20o%20mundo.>

<sup>16</sup> And still, the emergence of the telegraph also had a decisive qualitative impact on global communication. It became an essential component and motor of globalization in the middle of the

Nesse cenário há também no Brasil a expansão das cidades. O processo de urbanização intensifica o avanço nos sistemas de transporte e comunicação, porém a imprensa brasileira, mesmo com a consolidação dos avanços tecnológicos na segunda metade do século XIX, encontra dificuldades em manter-se. Segundo Alexandre Alves (2007, p.42),

O jornal, de linha conservadora, contava com o apoio do poder municipal e publicava as atas municipais, mas conseguiu manter-se apenas até 1860.” Assim, “a maior parte das publicações desse período não conseguiu manter-se por muito tempo, (...) alto custo do papel, ausência de mão-de-obra qualificada, público leitor e anúncios insuficientes para viabilizar comercialmente os periódicos.

Os meios de comunicação continuaram em seu processo de evolução tecnológica, sempre em busca de melhores formas para a transmissão de informação, que pode ser sujeita “à manipulação da informação por quem a emite e tem o poder, seja de não informar, seja de derramar uma enxurrada de informações irrelevantes que impedem uma tomada de decisão autônoma por aquele que recebe a informação” (BOLAÑO, 2000, p. 32).

Percebe-se que a comunicação, desde o processo de colonização do Brasil, vem sendo usada de forma a controlar a cotidianidade, em todas as esferas da vida, por aqueles que detêm o poder, através das muitas tecnologias de informação. De acordo com Dênis de Moraes (2000), a manipulação existe conforme os interesses mercadológicos e partidários, são os meios de comunicação que continuam sendo o poder e os formadores de opiniões, que informam ou deformam quando lhes convém. Embora a omissão da verdade não seja considerada uma mentira, tal ocorrência pode ser utilizada para desestabilizar o país ou colocar em risco a democracia.

Neste artigo, analisa-se como as tecnologias impactaram a comunicação no Brasil, destacando-se a televisão aberta, que atinge quase todo o território brasileiro, e que precisou se recriar a partir da convergência midiática. A pesquisa tem como base os projetos “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (CABRAL, 2020) e “Cultura, Comunicação e Informação na era digital” (CABRAL, 2021).

---

nineteenth century. Electric telegraphy was the first fully mature telecommunication technology and as such made possible the dematerialization of global information flows.

## **A televisão e seu surgimento no Brasil**

Ao refletir sobre a inserção da televisão no Brasil em 1950, o Estado se fez presente, tendo em vista o interesse de utilizar a nova tecnologia para disseminar os próprios interesses políticos. A Rede Globo, criada em 1965, se expandiu rapidamente em um país com dimensões continentais e áreas de difícil acesso, por ter sido beneficiada com políticas públicas criadas com esse objetivo.

Sendo assim, a sua consolidação aconteceu movida por uma combinação de diversos fatores estrategicamente organizados pelo governo naquele momento, tendo em vista realizar uma transformação social através de uma política de desenvolvimento de integração nacional, numa economia baseada na industrialização, crescimento econômico, geração de emprego e aumento da renda. Para tanto, era necessário usar as telecomunicações de forma estratégica.

Dezenove anos depois do surgimento da televisão no país, em 1969 o governo militar, por meio do Ministério das Comunicações e da Embratel, conseguiu interligar algumas regiões, mas somente em 1985 todo o território brasileiro tinha a possibilidade de assistir televisão com uma programação ao vivo e simultânea para todo o país. Porém, se faz necessário destacar que o aparelho de TV era um eletrodoméstico de luxo, um bem de consumo exclusivo do grupo social com maior poder aquisitivo. Uma outra questão importante se relaciona com a gratuita da TV Aberta, por ser uma concessão pública, tem a função de transmitir conteúdos que estejam de acordo com o artigo 221 da Constituição Federal Brasileira que registra os princípios para a produção e programação das emissoras de rádio e televisão, nos incisos I a IV enumeram-se como princípios da produção e programação:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Entretanto, ao longo de seu desenvolvimento, as emissoras se consolidam de forma comercial, tendo em vista o lucro. Não se pode ignorar que, diariamente, há uma enxurrada de imagens que a população vem sendo submetida. Essas imagens televisivas com um realismo contundente influenciam o dia a dia, o sujeito absorve a realidade social e “o predomínio do realismo cotidiano torna-se um código comunicativo”(JAGUARIBE, 2007, p. 112).

Assim, o discurso das narrativas ficcionais da mídia que tornou a televisão brasileira uma referência mundial, coloca-se como um retrato real da vida cotidiana. “O mundo existe na medida em que passe pela televisão” (HOINEFF, 1991, p.23).

O predomínio da cultura televisiva no país está centrada no conhecimento construído e exposto sobre a vida cotidiana. Sua linguagem, de aparência neutra e transparente, traz elementos saídos da realidade, mas não são de fato representação da realidade. A comunicação televisiva vem sendo usada de forma que os novos recursos tecnológicos “abriga não apenas uma tecnologia, mas uma resposta política e estética ao debate sobre o papel da televisão tanto na sociedade atual quanto futura” (HOINEFF, 1991, p. 18).

Segundo Pablo Bastos (2020 p.202), “a mídia, tanto pelos meios de comunicação interativos, como através dos meios de comunicação de massa, já se integrou ao cotidiano de outras instituições como política, família, trabalho e religião”.

Dênis de Moraes (2000, p.1), ao citar Dick Parsons, presidente da Time Warner, declarou: “Quando o poder está oscilando entre diferentes partes da cadeia de valor, você precisa deter toda a cadeia”. Em se tratando do Brasil, os grupos de mídia se fazem presentes em todos os meios de comunicação, assim sua hegemonia mantém os interesses da classe dominante.

De acordo com Eula Cabral (2020), a TV aberta no Brasil tem alcance em quase 100% dos lares e continua concentrada em cinco grandes grupos de mídia: Rede Globo, Record TV, SBT, Bandeirantes e RedeTV!, cujas sedes estão localizadas no eixo Rio-São Paulo. Com a internet, esses grupos também se fazem presentes nesse ambiente através da convergência entre mídias, criando suas plataformas de *streaming*.

De acordo com Negroponte (1995, p.55), a convergência está centrada nas tecnologias. Para o autor, no mundo digital, a mistura de áudio, vídeo e dados seria possível “em um futuro mais distante, os bits não ficarão restritos a nenhum meio específico quando saírem do transmissor”. Para ele, a televisão acabaria por se tornar “qualquer coisa, a qualquer hora, em qualquer lugar” (NEGROPONTE, 1995, p. 166).

Em suas pesquisas sobre convergência midiática, a pesquisadora Suely Fragoso (2006, p.17) a compreende a partir de três vertentes: a convergência dos modos de codificação; dos tipos de suporte e dos modos de distribuição dos produtos. “Por ‘convergência dos modos de codificação’, entendo a possibilidade de “empacotar” em um único formato (no caso, o código binário) enunciados originalmente pertencentes a categorias semióticas distintas (texto, som e imagem)”.

Suely Fragoso (2006, p.17) afirma que “essa indiferenciação viabiliza a reunião de tipos distintos de mensagens em um único suporte. Na prática, trata-se da possibilidade utilizar uma mesma unidade de armazenamento um disquete ou CD, por exemplo) para guardar indiferenciadamente e” que “ao mesmo tempo o texto de uma carta em andamento, um conjunto de imagens fotográficas e uma seqüência melódica. Hoje, a própria idéia de utilizar suportes diferentes para cada uma dessas coisas chega a parecer absurda”. Verifica também que “mas basta pensar a quão pouco tempo uma carta era algo que demandava papel e tinta; uma foto precisava de filme, papel especial e reveladores químicos e trechos de música eram gravados em fitas cassete para compreender o furor causado pela multimídia na passagem dos 1980 para os 1990.”

Para Henry Jenkins (2008, p.29), convergência é “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.” Como também “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2008, p. 29).

Michael Wolff (2015, p.17), ao analisar a importância da TV, afirma que ela seria transformada e abduzida pelas novas tecnologias digitais, verificando que “o problema dessa história é que nada disso é verdade. Quanto mais o futuro da nova mídia se aproxima, mais distante parece a vitória.” (...) Assim, “a web não apenas não destruiu a TV, como a fonte da força da nova mídia - que atrai cada vez mais tráfego, um tráfego verdadeiramente fenomenal - pode se tornar sua maior fraqueza.”

Wolff (2015) aponta uma cultura televisiva ascendente, coexistindo com as novas tecnologias. “O modelo econômico para adquirir produtos de entretenimento na mídia digital se torna bem parecido com o modelo da mídia tradicional” (WOLFF, 2015, p. 150). Já “o digital se acreditava capaz de superar e substituir a televisão. Mas essa era uma visão de sistema - um modelo de eficiência” (WOLFF, 2015, p. 186).

Nicholas Negroponte (1995) também previu o fim da televisão. Segundo ele, as novas mídias digitais iriam substituir as antigas. Entretanto, Henry Jenkins (2008, p.31) afirma que “novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas”. Assim, a velha mídia não ficará obsoleta. Hoje todas as mídias se relacionam e coexistem. A convergência modificou a lógica de operação da indústria midiática e, também, a lógica como o público se relaciona com ela e seus conteúdos.

Diante desse cenário, se faz necessário entender a importância do ambiente da internet e sua lógica comunicacional, uma vez que os grupos de mídia, por uma ausência regulatória, se fazem presente tanto no meio analógico quanto no digital e seus negócios se expandem a partir de tecnologias mais convergentes, resultando na diversificação das atividades dos grupos. “As companhias evoluem de uma mercadoria a outra com tamanha rapidez que quase não sobram condições reais de competitividade para firmas de médio porte. As que não se vinculam a conglomerados ou não descobrem nichos rentáveis estão condenadas a desaparecer (MORAES, 2011, p.3).

Eula Cabral (2020, p.5) verifica que “a concentração midiática é uma realidade no Brasil”, onde apenas cinco conglomerados controlam todas as emissoras do país e assim têm influência na política, na economia e na sociedade. “Faz-se de vital importância analisar o cenário atual, verificando como a mídia interfere na seleção de informações e opiniões e como consegue evitar que a democratização da comunicação e a diversidade cultural se tornem reais” (CABRAL, 2020, p.21).

Laurindo Leal Filho (2006) verificou que esse cenário de concentração dos meios de comunicação, ausência de pluralismo e regulação impactam sobremaneira o cotidiano, pois o controle de uma minoria dos meios comunicacionais vem sendo um grave problema para a consolidação da democracia no Brasil. De acordo com Paulo Faustino (2013, p.415), ao se analisar a concentração midiática, “é necessário avaliar se afeta o pluralismo da informação ou comporta benefícios para a sociedade”.

Como verificado anteriormente, a televisão se consolidou através de uma comunicação massiva. Tal possibilidade insere os cinco grupos de mídia televisiva que controlam a comunicação, no ambiente da internet e com isso ascendem poderosamente, à medida que se reestruturam para atuar no novo nicho e atender às novas demandas comunicacionais.

Nesse sentido, convergir da radiodifusão para as plataformas digitais vem sendo muito importante. Por outro lado, a concentração da mídia se mantém monopolizada. “As ambições monopólicas foram beneficiadas por legislações omissas ou complacentes e pela adesão de sucessivos governos às doxas neoliberais do “Estado mínimo” e do “máximo de mercado” (MORAES, 2011, p. 16)

## **A nova televisão e a regulação**

A despeito das tensões geradas entre as emissoras de televisão e o ambiente da internet que proporciona o crescimento das plataformas digitais e dos serviços de *streaming*, verifica-se uma conexão cada vez maior entre esses dois meios, graças à convergência. De acordo com Armand Mattelart (1999, p.129), “progressivos deslocamentos se operaram, de uma significação centrada sobretudo na mídia, a comunicação pouco a pouco assumiu uma definição totalizante, mesclando tecnologias múltiplas destinadas a estruturar uma nova sociedade”.

Para corroborar com esse imbricamento, Martín Becerra e Guillermo Mastrini (2015, p.66) afirmam que “o processo de convergência tecnológica produz uma metamorfose cardinal na estruturação de indústrias voltadas à produção, circulação e comercialização de fluxos de comunicação e cultura”.

Para Chuck Tyron (2014, p.3), as múltiplas formas de distribuição e o acesso aos conteúdos audiovisuais incentivaram uma cultura audiovisual sob demanda, em que “os textos midiáticos circulam de forma mais rápida, barata e mais abrangente que antes, conduzindo para uma noção utópica onde se imagina o potencial de filmes e programas televisivos acessíveis em qualquer lugar”.

Os pesquisadores Adilson Cabral e Eula Cabral (2019, p.14) verificam as “transformações tecnológicas e seus impactos na recomposição dos mercados e na entrada de novos e diferentes atores”. Segundo eles, “as dinâmicas de produção, circulação e consumo de conteúdos e os negócios estabelecidos em torno de tecnologias como a internet, a digitalização das comunicações, suas implicações na configuração de novos cenários, podem” e assim “ser apreendidos como variações de aprofundamento do capitalismo contemporâneo, mas cabe compreender as nuances de sua lógica para melhor assimilar seus impactos”.

Nota-se que os meios de comunicação estão em constante evolução e o atual momento apresenta um cenário em que as tecnologias estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas o debate acerca da regulação dos meios necessita emergir para que as políticas públicas de comunicação atuem em detrimento da sociedade. Sem uma regulação adequada, o mercado se anteviu às demandas do setor e vem se reestruturando para benefício próprio.

Quanto à regulação da mídia, Adilson Cabral (2015, p. 47) verifica que o Estado precisa atuar com uma política de comunicação capaz de suprir as solicitações da sociedade em detrimento do bem comum. Temas como concentração de propriedade,

publicidade infantil, concessões de canais de radiodifusão para parlamentares, proselitismo religioso em rádios e TVs e inovações tecnológicas necessitam de regulação atualizada, pois “vai sendo delineada para o favorecimento do Mercado também no âmbito local, tornando as oportunidades de participação de ativistas da comunicação cada vez mais restritas no espaço radioelétrico”.

Em entrevista ao portal Eptic<sup>17</sup>, o pesquisador Adilson Cabral (2014) aponta que “não há interesse significativo por parte dos parlamentares, na medida em que o tempo de exposição é agendado nos mesmos moldes de concentração e os mesmos não se arriscam a não serem mais agendados”. Além disso, “há não só o desconhecimento, como um conhecimento rasteiro que não compreende a comunicação como cultura, desenvolvimento e indústria, mas como negócio, na pior acepção do termo”.

Essa questão é muito importante, pois percebe-se que os processos regulatórios são insuficientes para a democratização do acesso aos meios, uma vez que intervenção do Estado deve acontecer em defesa e benefício da sociedade, embora os indícios mostram que convergem em favor dos grupos de mídia.

Becerra (2014) explica que “as mudanças regulatórias são promovidas ou acompanhadas – dependendo do país – pela mobilização das organizações sociais, o que representa um evento inédito na configuração do sistema de meios de comunicação”. Para ele, “os interesses em conflito entre atores industriais e político-sociais, incluindo obviamente os governos em seu papel de enunciadores diretos,” assim “bem como o embate entre a lógica da intervenção 151 global da indústria e a lógica da regulação local, são indicativos de um cenário em plena mutação” (BECERRA, 2014, p. 69-70).

Desde o início do processo de colonização no Brasil e o surgimento dos meios de comunicação, observa-se uma concentração dos meios comunicacionais nas mãos de poucos. No início, a serviço dos colonizadores, posteriormente a serviços dos coronéis e sequencialmente do mercado, como observou Suzy Santos (2006).

Quanto à televisão, é o mais influente e abrangente entre todos os meios, pois pode trafegar em diferentes mídias. Para a pesquisadora Renata Rezende (2016, p.70),

com novos desafios de produção, de consumo e distribuição de conteúdo, a TV continua sendo um poderoso veículo de comunicação, cujo dinamismo e criatividade apontam para novos modos de fazer e de ver TV. Particularmente no Brasil, onde ocupa mais de 90% dos lares, a televisão não se tornou coisa do passado. A própria história do dispositivo demonstra que as transformações tecnológicas colaboraram para o contexto que a redefine no século XXI. Primeiro, a passagem do preto-e-branco para a cor, o advento do VT, o controle remoto, e, mais recentemente, as telas

---

<sup>17</sup><https://eptic.com.br/adilson-cabral-debate-comunicacao-e-o-segundo-governo-dilma-rousseff/>

de tubo, LCD e LED, às denominadas smartvts, que oferecem diversos serviços, entre compras e programação sob demanda. As transformações tecnológicas atingem todos os domínios, da produção à distribuição de conteúdo, da linguagem às formas de narrar e estética.

Muniz Sodré (2020), em entrevista ao site Conexão UFRJ<sup>18</sup>, afirma que “o poder da televisão está também em seu discurso “A televisão fala e você não pode responder”. A não ser por meio de uma pesquisa de audiência em que você diga se gosta ou não de determinado produto televisivo, em uma lógica binária. Para o autor, mesmo com a internet, ela tem o poder de “modificar o interlocutor”. E a televisão é “dona do discurso”, uma vez que “os algoritmos estão sequestrando a fala”, “em que você não tem o poder de intervir” (...) ou seja, “a linguagem que surgiu na televisão e que passou para a rede é a linguagem matemática dos algoritmos, que estão ganhando autonomia” (SODRÉ, 2020).

Já Nick Couldry e Ulises A. Mejías (2019), afirmam que os algoritmos estão para além da televisão. A mineração de dados, para eles, equivale a “uma nova apropriação de terras”, sendo que os novos colonizadores, desta vez, não estão tomando as terras como fizeram no Brasil há mais de 500 anos. Significa, agora, tomar um novo território, a vida humana, todo o espaço de nossas experiências, nossas práticas sociais em todo o nosso cotidiano. A extração de dados se justifica tal qual o colonialismo histórico; a racionalidade superior. A nova racionalidade possibilita melhores negócios, maior eficiência e aumento na lucratividade global. Para os autores, a mineração de dados não é apenas a continuação do capitalismo é “uma ordem emergente para a apropriação da vida humana em que todos os dados podem ser continuamente extraídos para gerar lucro” (COULDRY, MEJÍAS (2019, p.188, tradução minha).

A mineração de dados vem sendo usada para filtrar os dados com o objetivo de entender as tendências e o comportamento do usuário. Nesse sentido, os grupos de mídia exploram os dados dos seus consumidores para entender melhor o comportamento de cada um e oferecer aquilo que ele “deseja”.

O algoritmo, em uso na plataforma de streaming Globoplay, da Rede Globo, foi criado pelo pesquisador Felipe Ferreira (2020)<sup>19</sup> que afirma: “temos uma escassez de metadados de vídeo e identificamos também que nossos algoritmos de recomendação baseados em conteúdo, especificamente de vídeo, não tinham um bom desempenho.

---

<sup>18</sup> <https://conexao.ufrj.br/2020/04/o-odio-como-forma-social/>

<sup>19</sup> <https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc/single-post/pesquisa-de-doutorando-felipe-ferreira-e-a-cria%C3%A7%C3%A3o-do-algoritmo-em-uso-no-globoplay>

Então, isso nos motivou a buscar alternativas” sempre “relacionadas à pesquisa, para que pudéssemos atacar esse problema”. Para ele “explorando as múltiplas modalidades do conteúdo, fica mais fácil recomendar, captar informações e descobrir a preferência do usuário e as nuances de suas mudanças de preferência” (FERREIRA, 2020).

Observa-se que as emissoras de TV se posicionam no mercado, criando suas próprias plataformas de *streaming*, onde a coleta de dados dos usuários torna possível descobrir suas preferências para recomendar-lhes produtos, prevendo o seu gosto e, com todas essas informações, produzir conteúdos personalizados e exclusivos.

Valério Brittos (1999), já no final da década de 90, do século passado, ao estudar a TV por assinatura, chamava atenção para a multiplicidade de serviços que a televisão proporciona, conforme investe-se mais em sua evolução tecnológica.

Sob o signo da globalização, a ‘fase da multiplicidade da oferta’ caracteriza-se pelo oferecimento de uma maior quantidade de canais ao consumidor, como a denominação indica. Isso deve-se ao surgimento e à consolidação de mais emissoras e redes de televisão e sinal aberto e à proliferação de tecnologias de tevê por assinatura, que, em alguns casos, contam com cerca de cem canais, mas podem ir bem além disso (BRITTOS, 1999, p. 22).

Para Maria Clara Estrêla Almeida (2019, p.26),

a análise estrutural do setor, neste sentido, permite afirmar, portanto, que se vive uma Fase da Multiplicidade da Oferta (BRITTOS, 2009), que se refere justamente à presença de um maior número de agentes entrando no mercado, na disputa pela mesma audiência. Tal disputa constitui o impasse que se vive ante a coexistência de mídias tradicionais, como a televisão, e mídias mais fluidas flexíveis (TARAN, 2015), como o conteúdo transmitido via internet, por exemplo.

Diante da ampliação da oferta de produtos culturais, os sistemas de mídia tenderão a trabalhar com a criação e a replicação de fórmulas e padrões estéticos que os façam ganhar distinção em meio a um setor cada vez mais diversificado.

Nesse contexto, para além da concorrência com as plataformas de *streaming*, as emissoras de televisão, estrategicamente, lançam seu próprio *player*. Nota-se que a “televisão é a nova televisão” (WOLFF, 2015). A mídia tradicional televisiva ao “adotar um formato digital” passou a ser “réplica” de si mesma, ou seja “a revolução iniciada nos anos 1950 continua a acontecer” (WOLFF, 2015, p. 187).

Já Maria Clara Estrêla Almeida (2019) afirma que “é um movimento que acontece de fora para dentro: a televisão, enquanto agente de mercado, remodela toda, ou ao menos parte de sua estrutura, para continuar tendo condições de ocupar um espaço relevante no dia a dia dos consumidores”. Segundo a autora, “ela se descentraliza em múltiplas telas de modo a se encaixar em um protocolo de comunicação móvel e fluido, amplamente aceito e adotado por suas audiências, tidas até então como fixas” (ALMEIDA, 2019, p.18).

De acordo com Eula Cabral (2021, p.6),

Os conglomerados midiáticos e os representantes políticos verificaram que, com as novas tecnologias, suas atividades podem se expandir e conquistar a sociedade. Tornava-se necessário investir em produções e públicos regionalizados e compreender melhor as facilidades criadas pela Internet, implicando numa forma diferenciada de produção e transmissão, bem como de participação e integração do público. Era necessário compreender o suporte da Internet e sua lógica comunicacional em suas estratégias midiáticas. Pois já era inevitável incorporar negócios tanto no meio analógico quanto no digital, pensando e preparando a incorporação de tecnologias mais convergentes, num cenário onde se tem acesso amplo à Internet de alta velocidade. Ter a possibilidade de se ter radiodifusão, telecomunicações e informática atuando juntas fizeram com que os conglomerados se organizassem e alavancassem seus negócios, agravando a concentração midiática.

Entender como o novo cenário televisivo vem se reconstruindo, também no ambiente da internet, é muito importante, principalmente ao considerar uma forte solidez entre os interesses políticos e a comunicação desde os tempos imperiais até a atualidade com a chegada da Internet.

### **Considerações finais**

A comunicação não se limitou ao espaço imposto nos tempos imperiais. Foi se desenvolvendo à medida que novas tecnologias de comunicação chegaram ao Brasil, visto que a atividade política em todos os tempos limita as fronteiras comunicacionais.

A chegada da família real ao país impulsionou a implementação de meios de comunicação mais inovadores e eficientes. Verificou-se o imbricamento entre o poder político e os meios de comunicação. Tal ligação possibilita o oligopólio e o monopólio, pois são os congressistas os proprietários de empresas concessionárias da radiodifusão, ao mesmo tempo que participam das comissões legislativas, que outorgam os serviços e regulam os meios comunicacionais no país.

O presente trabalho apresentou diversas tecnologias que impactaram a comunicação no Brasil ao longo dos séculos. Entretanto, a televisão surgiu como uma grande novidade, composta de áudio e vídeo, sua transmissão ao vivo foi concebida para grandes distâncias e audiências simultaneamente. Com grande aporte financeiro por parte do governo atraiu as pessoas e se tornou o primeiro meio de comunicação a fazer frente à imprensa.

A mídia televisiva reinou por mais de 70 anos sem concorrente, mas a partir da internet, novos atores surgiram, bem como novos fluxos comunicacionais que impactaram o mercado televisivo e coube às emissoras de televisão buscar outros caminhos para continuar existindo.

A convergência midiática trouxe novas possibilidades. Os serviços de *streaming*, que por algum tempo, colocaram-se como o fio condutor para o fim da televisão, foi incorporado a ela. Assim, a televisão convergiu da radiodifusão para o ambiente da internet e passou a atuar nas duas ambiências, principalmente aproveitando-se da ausência regulatória para tal questão.

Na pesquisa buscou-se apresentar o uso dos meios de comunicação no país, com as suas diferentes tecnologias sendo um campo em constante evolução, onde, hoje, a mineração de dados e sua interferência na vida cotidiana se colocam como um novo colonialismo.

Tal cenário traz complexidade, uma vez que envolve a democratização da comunicação, um tema caro para a sociedade, principalmente por não se perceber empenho dos deputados e senadores em abrir essa agenda, visto envolver principalmente a internet e as plataformas de mídia, temas estes que requerem uma reflexão maior em suas ramificações.

### Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Maria Clara Estrêla Oliveira. **Televisão sob demanda:** As estratégias da Tv aberta no Brasil para o reposicionamento no mercado de nicho. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2019. Disponível em: . Acesso em: 12 de mar. 2019
- ALVES, Alexandre. A imprensa na cidade de Santos: 1849-1930. **Projeto História**. São Paulo, n. 35, dez. 2007, p. 39-62. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/2205>. acesso em abr.2022
- BASTOS, Pablo. Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito. **MATRIZES**, v.14 - n. 1 jan./abr. 2020 São Paulo – Brasil, p. 193-220.
- BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo. **Concentración y convergencia de medios en América Latina**. Revista Ensembles primavera 2015, año 2, n.3, pp. 64-83. Disponível em:<http://www.revistaensambles.com.ar/ojs-2.4.1/index.php/ensambles/article/view/62/33>. acesso em 12 abr.2021
- BECERRA, Martín. Medios de comunicación: América Latina a contramano. **Revista Nueva Sociedad:** democracia y política en América Latina. n. 249. Buenos Aires, 2014.
- BOLAÑO, César. **Indústria Cultural: Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em . Acesso em 13 mai.2019.
- BRITTOS, V. **A televisão no Brasil, hoje:** a multiplicidade da oferta. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, n. 31, pp. 9-34, 1º sem.1999.

- CABRAL, Eula D. T. Comunicação, Cultura e informação como direitos humanos. In: CABRAL, Eula D. T. (Org.). **Comunicação, cultura e informação em perspectiva**. Divinópolis: Meus Ritmos Editora, 2020, p. 138-152.
- CABRAL, Eula D.T. **Cultura, Comunicação e Informação na era digital**. Rio de Janeiro: FCRB, 2021. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em 8 mai.2023.
- CABRAL, Eula D.T. **Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural**: análise das estratégias dos grandes conglomerados. Rio de Janeiro: FCRB, 2020. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em 8 mai.2023.
- CABRAL, Eula D.T; CABRAL FILHO, Adilson V. **Sistêmica, crítica... e incansável**: a contribuição da EPC para a análise de cenários complexos. **Revista Passagens** - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Volume 10. Número 1. Ano 2019. Páginas 6-22. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/47276/3/2019\\_art\\_avcabralfilho2.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/47276/3/2019_art_avcabralfilho2.pdf) . Acesso em: 8 mai.2023.
- CABRAL, Adilson. V. **Nossa TV Digital**: o cenário internacional da apropriação social da TV. 1. ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2015.
- CERTEAU, Michel de. **A Cultura no plural**. São Paulo: Papirus, 2012.
- COULDRY, Nick and MEJIAS, Ulises. **The costs of connection**: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford, Stanford University Press, 2019.
- CHAUI, Marilena. Cultura e democracia. In: Crítica y emancipación: **Revista latinoamericana de Ciencias Sociales**. Año 1, no. 1 (jun. 2008- ). Buenos Aires: CLACSO, 2008. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/secret/CyE/cye3S2a.pdf> . Acesso em: jun..2018.
- DANTAS, Marcos. **Trabalho com informação**: valor, acumulação, apropriação nas redes do capital. Disponível em: [https://marcosdantas.com.br/conteudos/wp-content/uploads/2013/03/livro\\_trabalho\\_com\\_informacao\\_marcos\\_dantas.pdf](https://marcosdantas.com.br/conteudos/wp-content/uploads/2013/03/livro_trabalho_com_informacao_marcos_dantas.pdf). Acesso em: 05 de dez. 2021.
- FAUSTINO, Paulo. **Pluralismo dos Media e Indicadores de Mercado e Grupos Empresariais em Portugal e na Europa**. Lisboa: Media XXI, 2013.
- FRAGOSO, Suely. **Reflexões sobre a convergência midiática**. Líbero, São Paulo, v. viii, n. 15-16, p. 17-21, 2006.
- HOINEFF, Nelson. **TV em expansão**. Rio de Janeiro: Record, 1991.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JAGUARIBE, Beatriz. **O Choque do real** – estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A TV sob controle a resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus Editorial, 2006.

- MARCIEL, Laura Antunes. **Cultura e tecnologia**: a constituição do serviço telegráfico no Brasil. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/rrXsdCMRcbJRK5Xx6VpBLvD/?lang=pt>. Acesso 21 de mai.2022.
- MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. Trad. Laureano Pelegrin. São Paulo/Bauru: EDUSC, 2000.
- MATTELART, Armand – **História das teorias da comunicação**, S. Paulo, Loyola, 1999.
- MORAES, Dênis de. **A hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global**. Junho de 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html>. Acesso em: 23 de mar. 2021.
- \_\_\_\_\_. **Vozes abertas da América Latina**: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: Mauad/Faperj, 2011.
- MOTA, Joanne. Adilson Cabral debate comunicação e o segundo governo Dilma Rousseff. **Portal Eptic**. 16/12/2014. Disponível em: <https://epitic.com.br/adilson-cabral-debate-comunicacao-e-o-segundo-governo-dilma-rousseff/>. Acesso 8 mai. 2022.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- REZENDE, R. A potência imagética e a televisão do século XXI: algumas reflexões. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, vol. 3, número 6, 2016. p. 69-76.
- SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001, 216 p.
- SANTOS, Suzy dos. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. **Revista e-compos**. 2006. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/104>. Acesso em 24 de mar.2021.
- TYRON, Chuck. **On-demand Culture**: Digital Delivery and the Future of Movies. Rutgers University Press. New Jersey, 2015.
- WENZLHUEMER, Roland. Telecommunication and globalization in the nineteenth century: editorial. In: **Historical Social Research**. V. 35, n. 1, 2010, pp. 7-18. Disponível em: <https://doi.org/10.12759/hsr.35.2010.1.7-18>. Acesso em: 21 de mai.2022.
- WOLFF, Michael. **A televisão é a nova televisão**: o triunfo da velha mídia na era digital. Globo Livros, Rio de Janeiro, 2015
- POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras** - estudos midiáticos. 22(1):2-10 janeiro/abril 2020. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/19838/0>. Acesso em: 12 out.2022.

# **A desinformação na sociedade da informação: Proposta de uma abordagem freiriana para a promoção da literacia mediática<sup>20</sup>**

Patricia Bandeira de Melo  
Patrícia Ávila

Em que pese estejamos a viver em plena sociedade do conhecimento, alguns estudiosos apontam que ingressamos nos anos recentes na sociedade da desinformação (PICKARD, 2016). Muito se fala acerca da viralidade da desinformação, da informação imprecisa, falsa ou enganosa<sup>21</sup> na sociedade contemporânea, mas permanecem escassos os instrumentos para a superação das condições dessa difusão de modo a reduzir a desordem informativa. O objetivo deste capítulo é de apresentar uma proposta de educação mediática em ambientes informais e não formais de educação, para tornar possível o desenvolvimento nos indivíduos de habilidades necessárias para a receção, a produção e a partilha de informações dos e nos diversos media. Alguns autores (FIGUEIREDO F<sup>o</sup> *et al.*, 2015; SOARES, 2005) reconhecem que, na pesquisa académica brasileira, o padrão é a ausência de método porque há uma resistência ao debate teórico-metodológico tanto para a pesquisa tradicional como para a investigação-ação. A consequência disso é a inexistência de uma discussão sobre modelos a serem testados e reproduzidos, o que pode redundar em métodos frágeis em grande parte da produção de artigos ou pesquisas. Daí a relevância deste capítulo.

Os estudos relativos à literacia ou letramento<sup>22</sup> reportam há cerca de 30 anos, sendo fundamental configurar o conceito de literacia mediática para o contexto das redes sociais e dos novos media, considerando os efeitos da velocidade da circulação como uma variável interveniente acerca da capacidade que têm as informações falsas de interferir na

---

<sup>20</sup> Esse capítulo resulta de pesquisa de pós-doutoramento intitulada Por uma Metodologia Freiriana de Educação para os Media, desenvolvida no Instituto Universitário de Lisboa - Iscte.

<sup>21</sup> Ainda que seja de uso corrente a expressão *fake news*, alguns estudiosos optam por desinformação ou informação imprecisa, falsa ou enganosa, em um ecossistema de desinformação. A ideia de *fake news* expõe sentidos contraditórios, segundo a Unesco (2013), já que a definição de notícia é de algo que pode ser verificado, logo, prima pelo fundamento de verdade. Assim, preferimos usar *informação falsa, imprecisa e desinformação*.

<sup>22</sup> Autores portugueses usam o termo literacia, enquanto os brasileiros adotam letramento. Como este capítulo parte de estudo realizado no Iscte, este texto aplica a terminologia da literatura portuguesa.

forma de pensar e de agir dos indivíduos, como por exemplo, na hora de votar, como o que ocorreu nas eleições presidenciais dos Estados Unidos, em 2016, e do Brasil, em 2018, assim como o que aconteceu na campanha do Brexit no Reino Unido devido à manipulação produzida por notícias falsas, fatos que estão no topo dos exemplos de campanhas de desinformação destinadas a perturbar a ordem democrática (BENNETT; LIVINGSTON, 2018).

Relatórios indicam que, no caso estadunidense, as informações falsas propagaram-se com mais frequência do que as notícias nas semanas anteriores à eleição (SILVERMAN, 2016). No Brasil, depois da posse de Jair Bolsonaro, foi criado o chamado Gabinete do Ódio, setor do governo responsável por espalhar informações falsas, o que foi submetido à investigação pela Polícia Federal.<sup>23</sup> Isso demonstra ser mandatória a proposição de formas de capacitação dos indivíduos para impulsionar a decodificação de informações manipuladas.

Definimos literacia como uma prática social, um exercício de competência: ser capaz de se envolver, num ambiente social, e resolver problemas para solucionar situações complexas, entender para além da escrita, polemizar, tomar decisões em circunstâncias críticas e ainda exercer a reflexividade e entender os mecanismos de reflexão (ÁVILA, 2008; BENAVENTE *et al.*, 1996; COSTA, 2003). O domínio de certas competências-chave é uma potencialidade que pode facultar a um indivíduo ingressar no contexto informacional em um dado cenário sociocultural em condições de refletir criticamente acerca deste mesmo cenário.

Entretanto, nem sempre a literacia é alcançada no tempo da escola ou, quando o é, pode-se perder ao longo da vida, caso não seja atualizada através da prática. O oposto também pode acontecer, uma vez que as competências desenvolvidas em contexto escolar podem ser mantidas e aprimoradas no decorrer da existência, a partir de práticas que marcam as trajetórias dos indivíduos, entre as quais se destaca o hábito da leitura, em diferentes contextos e situações sociais (BENAVENTE *et al.*, 1996).

As mudanças nas formas de interagir, de aceder, criar e transmitir informações e de trabalhar e continuar a aprender caracterizam a evolução das novas tecnologias na sociedade contemporânea. Nesse contexto, a literacia é um instrumento de uso transversal no quotidiano, que reforça a capacidade operativa, interpretativa e reflexiva dos indivíduos. A ineficiência dessa habilidade incapacita a muitos a elucidar informações

---

<sup>23</sup> Disponível em: [https://encurtador.com.br/hLW05\\_](https://encurtador.com.br/hLW05_) Acesso em: 29 jun. 2023.

expressas pelos media e pelas redes sociais, produzindo muitas vezes um enviesamento interpretativo e a consequente disseminação de informações sem confirmação. Ainda que as novas tecnologias tenham promovido novos espaços de liberdade de expressão, também abriu caminho para a criação e difusão de informações falsas, cujos efeitos estão a ser colhidos em várias partes do mundo.

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2013), a Literacia em Media e Informação (LMI) contribui para o desenvolvimento do pensamento crítico e a compreensão de problemas complexos da vida social, ampliando a capacidade de colaboração e participação crítica do indivíduo. Ser crítico é se engajar na análise, apreciação ou avaliação de algo; o pensamento crítico é a potência de interpretar e de julgar de modo reflexivo uma experiência, uma informação, um texto ou um conjunto de argumentos, inferências e informações, podendo valorar o sentido daquilo que é objeto de observação e no fim deliberar acerca de sua relevância ou fundamento de modo a acatá-lo ou não como legítimo (MOORE; PARKER, 2017).

A ideia de um pensamento crítico se associa à ideia da práxis de Freire (1975), numa lógica de ação e reflexão sobre a realidade, de modo a fazer um juízo intencional acerca dos fatos observados - quer seja oral, textual ou imagético -, decidindo sobre o seu conteúdo e o seu valor: é relevante, tem precisão, credibilidade, profundidade e significância? A capacidade crítica pressupõe reflexividade, que é a faculdade de se pensar a si mesmo no mundo e a produção simbólica do mundo quando diante dos media. Para tal, é preciso exercitar a dúvida e efetivar comparação e julgamento, evitando a perpetuação de falsas opiniões, dogmas e superstições (ROUANET, 1987).

Na atualidade, os indivíduos acedem a uma grande quantidade de meios que difundem ideias e posições políticas, e são instigados a tomar posição. As redes sociais viabilizam uma nova interação, nas quais imagens e relatos são compartilhados e comentados a partir de variadas “visões de mundo”. Contudo, muitos não estão aptos a decifrar os sentidos das mensagens nem a selecionar informações confiáveis. A inclusão social é a soma entre as competências de fazer uso das novas tecnologias e de interpretar e analisar informações em diversos meios. Por isso, a nossa intenção é de refletir sobre como incentivar a cidadania ativa, através da promoção da literacia mediática e informacional, de modo a que os indivíduos estejam aptos a reconhecer e a produzir informações confiáveis e de qualidade.

## **Literacia e competências-chave**

A palavra literacia originou-se do inglês *literacy*, no sentido de alfabetização. O conceito evoluiu e passou a abranger as competências de leitura, escrita e cálculo para as ações da vida quotidiana, seguindo a mudança no modelo da sociedade industrial para sociedade da informação e do conhecimento. O termo literacia remete ao processo de inclusão social e cultural, que fornece ao indivíduo as disposições para as práticas sociais de consumo e produção de informação em diversas esferas sociais (BENAVENTE *et al.*, 1996; CASTANHEIRA *et al.*, 2008 apud VELLOSO, 2014).

Enquanto na Europa, as práticas de leitura e escrita começaram a se universalizar a partir do século XVI, consolidando-se no século XX com a massificação da escolarização, no Brasil, esse processo se deu apenas a partir dos anos 60 do século XX. Isso não quer dizer que, na Europa, o processo tenha sido uniforme: o acesso também foi marcado por desigualdades sociais, culturais e econômicas. No caso de Portugal, a generalização da literacia iniciou-se com a obrigatoriedade do ensino formal, a partir do século XIX, quando o Estado se encarregou do controle da educação. Assim como no Brasil, em Portugal a escolarização foi disponibilizada apenas às elites durante o século XIX e parte do século XX, não expandindo a massificação das competências como houve em outras regiões. Essas diferenças marcam as condições nacionais de acesso aos recursos cognitivos, hoje considerados essenciais para que os indivíduos possam enfrentar os diferentes problemas da vida quotidiana (ÁVILA, 2008).

As competências referidas são saberes em uso ou capacidades de utilização dos saberes para solucionar problemas, construir estratégias ou tomar decisões, uma vez que não há competência sem saberes. Enquanto os saberes se constituem em abstração, as competências se dão na prática concreta, ou seja, no exercício prático dos saberes. Como afirma Ávila (2008), no intuito de solucionar um dado problema, um indivíduo recorre em conjunto ou selecionando alguns dos inúmeros tipos de saber de que dispõe, sejam eles teóricos, procedimentais, práticos e saberes-fazer, de acordo com o que deseja resolver.

As competências-chave ou transversais são aquelas acionadas em determinado contexto sócio-histórico para resolução de questões relativas a múltiplas situações com as quais os indivíduos se deparam. Em dado momento histórico, um conjunto de habilidades se faz mais premente do que outro: na sociedade contemporânea, o uso da informação escrita é uma capacidade indispensável (ANÍBAL, 2014, p.47). Segundo a OCDE, a literacia remete à capacidade “de compreender, avaliar, usar e se envolver com textos

escritos para participar da sociedade, atingir seus objetivos e desenvolver seu conhecimento e potencial” (OCDE, 2016, p.1) [tradução nossa]. Assim, quanto maior a proficiência do indivíduo, maiores as chances de que participe ativamente em seu contexto social.

Em 1994, foi feito o primeiro estudo português sobre literacia (BENAVENTE *et al.*, 1996), com uma amostra representativa da população de 15 a 64 anos, no qual se observou a literacia em grupos e contextos específicos<sup>24</sup>. A abordagem considerou as três dimensões da literacia definidas à época - em prosa, documental e quantitativa - com a execução de atividades de leitura e interpretação, identificação e aplicação de informação presente em documentos, efetivação de contas a partir de tabelas de preços e propagandas. O principal foco do trabalho foi compreender as práticas e relações correntes com a leitura, a escrita e o cálculo, além de autoavaliações das capacidades de uso e interpretação de materiais escritos.

O objeto desse estudo já estava na pauta de preocupações da Unesco, da OCDE e da União Europeia na década de 90. Essas preocupações emergiram com a constatação de que o aumento da escolarização não seria suficiente para o superar o problema do analfabetismo nas sociedades modernas, em especial na Europa. Países como França, Canadá e EUA foram surpreendidos por um perfil de indivíduos que, ainda que oriundos de um sistema educacional obrigatório e longo, apresentavam dificuldades de lidar com materiais escritos. Nos Estados Unidos, o primeiro estudo a apontar o problema data de 1984, intitulado *A Nation at Risk* (Uma Nação em Risco) (DELGADO-MARTINS *et al.*, 2000). Isso trouxe à tona um novo tipo de analfabetismo, que evidencia “incapacidades de domínio da leitura, da escrita e do cálculo, vendo, por isso, diminuída a sua capacidade de participação na vida social” (BENAVENTE *et al.*, 1996, p.7). Esse tipo de analfabetismo foi qualificado como funcional, indicando aprendizagens deficientes, inconsistentes ou pouco aplicadas. Daí emergiu o conceito de literacia, como explicam Benavente *et al.* (1996, p.7):

Se o conceito de *alfabetização* traduz o acto de ensinar e de aprender (a leitura, a escrita e o cálculo), um novo conceito - a *literacia* - traduz a capacidade de usar as competências (ensinadas e aprendidas) de leitura, de escrita e de cálculo. Tal *capacidade de uso* escapa, assim, a categorizações dicotómicas, como sejam “analfabeto” e “alfabetizado”.

---

<sup>24</sup> Foram estudadas situações peculiares de minorias étnicas, jovens de meio operário, idosos em duas freguesias do centro histórico de Lisboa, agricultores do centro litoral, trabalhadores fabris e do pequeno comércio de uma vila do interior. Os estudos, de cariz qualitativo, intensivo e localizado, garantiram a contextualização sociocultural de alguns grupos e a informação escrita nas provas aplicadas (BENAVENTE *et al.*, 1996).

A nova concepção engendra uma compreensão do indivíduo fora de polos em oposição, numa linha de continuidade onde se possa apreender as competências que cada um de fato dispõe e faz uso em sua rotina, uma vez que todos os indivíduos são dotados de algum tipo de competência, em graus diversos, o que impede que se fale em *iliteracia* ou mesmo em analfabetismo, porque em alguma medida todas as pessoas, em graus distintos, são capazes de processar informações na vida diária. O estudo português permite compor o Quadro 1:

Quadro 1 - Níveis de Literacia

Nível	Competência
1	Não sabe ler, ausência de capacidade de execução de atividades
2	Sabe ler palavras simples, faz cálculos elementares
3	Sabe ler expressões simples, fazer duas operações aritméticas, com grau de inferência médio
4	Tem capacidade adequada de leitura, seleciona e organiza informações e relaciona ideias
5	Tem alta capacidade de leitura, conecta informações múltiplas e faz inferências de alto nível

Fonte: Elaboração própria a partir de Benavente *et al.* 1996.

Se a gradação de literacia resulta da relação entre o grau de dificuldade das atividades e o grau de aptidões dos indivíduos, ao se posicionar alguém no nível 1, verifica-se que ele dispõe de pouca aptidão para efetuar uma tarefa de baixa dificuldade, e assim continuamente até se atingir o nível 5. Em inúmeras pesquisas, percebeu-se que há uma relação forte entre escolaridade e literacia (a probabilidade de um indivíduo se situar em níveis de literacia altos é maior quanto maior for o seu grau de escolaridade), mas essa relação não é absoluta. Ou seja, embora a escola seja o principal preditor da literacia (sendo o principal contexto de aquisição de competências), os modos de vida e as práticas podem contribuir para que o nível de literacia seja superior ou inferior ao que seria esperado, podendo alterar-se ao longo da vida.

Assim, ao identificar o nível de literacia, está-se reconhecendo as aptidões de processamento de informação das pessoas. Quando se depara com uma tabela de preços e de lá se apreende o custo de bens ou quando se recebe mensagens dando conta da distribuição de certo item em uma escola, o indivíduo pode ser ou não capaz de perceber peculiaridades como: faz sentido que uma única tabela informe tanto valores de alimentos como de viagens turísticas? Faz sentido crer que o Estado distribui livros eróticos às crianças em idade de alfabetização? Isso remete aos media e a habilidade de leitura crítica

para checar a pertinência das informações. Dito de outra forma: devo crer ou conferir a informação?

Isso pode ajudar a entender porque indivíduos com ensino superior podem ser hábeis em suas atividades técnicas - por exemplo, um médico ao realizar a consulta e o diagnóstico de um paciente -, mas inaptos para identificar informações falsas em redes sociais. A escolarização não acompanha necessariamente o nível de literacia ou competência crítica acerca do seu entorno social, ainda que se detenha um diploma que certifique o conhecimento alcançado. Além disso, a condição de classe também é determinante nesse processo. A certificação de educação formal é um indicador de aquisição de saberes, mas, sozinho, não é suficiente para antever as práticas concretas de que cada detentor do certificado é capaz de executar. Se, para essas práticas, o indivíduo precisa aceder a *recursos* que exigem determinados *processos*, então, é chave a questão das competências necessárias para a realização das práticas (ÁVILA, 2008). As competências têm caráter dinâmico, podendo evoluir ou estagnar no tempo, exigindo do seu portador sua permanente atualização.

Além disso, as competências exigidas pelas sociedades também se transformam. As sociedades contemporâneas encontram-se num processo de transformação acelerado, visível na evolução das tecnologias da informação e comunicação (com múltiplos impactos sociais), as quais requerem novas competências dos indivíduos, alargando-se os riscos de exclusão social ou de uso incorreto para aqueles que não as detenham. Logo, não são apenas as competências desenvolvidas na escola que podem evoluir ou regredir, torna-se também necessário rever continuamente quais são as competências-chave em dado momento histórico. Assim, a literacia mediática, vocacionada para a utilização dos media, renova-se à medida em que os media ganham novos formatos e tecnologias. A baixa literacia neste campo pode fazer com que um diplomado não seja hábil para avaliar se são falsas ou verdadeiras informações sobre áreas específicas ou sobre tecnologias sobre as quais não dispõe de saberes.

A reflexão acerca da educação não formal e informal perpassa pelo reconhecimento de que há um processo educacional que acontece fora da escola, esse o espaço da aprendizagem formal por serem instituições reguladas por leis e diretrizes, aptas a certificar o conhecimento. Há ações coletivas a produzir e agenciar saberes fora da escola, tais como movimentos sociais e outros atores sociais do terceiro setor (GOHN, 2014; ÁVILA, 2023). Nesse sentido, a educação não formal abrange o engajamento político, a escolha, as experiências ao longo da vida. Há, por isso, uma intencionalidade

na ação, na permuta de conhecimento. No caso da educação informal, a troca ocorre em ambientes espontâneos, marcados pelo interesse e predileção, como família, grupos de amigos, espaços de lazer, em que os indivíduos aprendem nos processos de socialização (GOHN, 2006, 2014; ÁVILA, 2023).

### **Capital cultural mediático e literacia mediática**

No universo de possibilidades de meios capazes de contribuir para os processos informais e não formais de aprendizagem estão os media e as redes sociais em geral. Sua infinidade de informações é um convite à pesquisa consistente, mas também à perda de tempo e ao acesso a dados inexatos ou irrelevantes. Nesse sentido, em que medida é possível que se constituam em meios de autonomia e conquista de literacia? O desenvolvimento de saberes em uso para literacia em geral deve conduzir à habilitação dos indivíduos para o uso crítico da informação, tornando-o hábil para interpretar criticamente e criar mensagens nas redes digitais. Assim, políticas de educação que preparem os indivíduos para a análise crítica de informações mediáticas são fundamentais para o exercício da cidadania. Sendo a competência algo que apenas pode ser evidenciado em sua prática, para elevar os níveis de literacia dos media é preciso observar as manifestações dos indivíduos nas suas relações com os meios e a partir delas promover o processo de atualização de disposições e de aquisição de habilidades.

Numa perspectiva bourdieusiana, pensar condutas criativas é um modo de propor uma incorporação de novas disposições ao *habitus* de origem do indivíduo, já que o *habitus* é, ao mesmo tempo, princípio de unificação e de inventividade de práticas. O *habitus* é “um conhecimento adquirido e também um *haver*” (BOURDIEU, 2004, p.61) e o agente pode agir com criatividade para mudar e incorporar às suas disposições as novas condições ofertadas. Esse desejo de incorporar novas disposições emerge em estudos feitos por Ávila (2007), que indicam uma clara compreensão da necessidade de se mobilizar em torno de projetos capazes de reverter as limitações identificadas pela ausência de progressão escolar. Neste trabalho, os indivíduos investigados mudaram a sua relação com o conhecimento na medida em que recorreram a um centro de qualificação de competências<sup>25</sup>. Essa ação está associada ao esforço reflexivo, convertendo-se na práxis freiriana (1975).

---

<sup>25</sup> Os centros de Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências(RVCC), atualmente Centros Qualifica, capacitam adultos para aprimorar os seus níveis de educação e formação de modo a melhorar a qualificação e a empregabilidade da população portuguesa.

No caso da literacia mediática, conforme recomenda a Unesco (2013), mostra-se fundamental na atualidade fazer-se revelar nos indivíduos habilidades para acessar os media digitais, e para compreender e qualificar os conteúdos dos diversos meios. Isso exige que os indivíduos se munam de certo tipo de capital cultural, o capital cultural mediático (SETTON, 2005). Esse capital resulta de saberes informais e difusos obtidos via meios de comunicação, em telejornais, jornais impressos, novelas e informações disponíveis em sites e blogs: um acúmulo de saberes que pode ou não produzir a competência para a literacia para os media, uma vez que o fluxo contínuo de informações é captado de modo singular por cada indivíduo. Nessa perspectiva, seria a capacidade do indivíduo de interpretar a mensagem mediática e de produzir narrativas a partir dela, discernindo o seu valor ou potencial de significações, que designaria a sua competência em literacia mediática.

O capital cultural mediático é uma derivação do conceito bourdieusiano de capital cultural, que consiste no conjunto partilhado de esquemas e visões sobre o mundo decorrentes de investimentos socioculturais diversos, a partir de suas condições de existência, reunindo as habilidades herdadas da família, adquiridas ou reforçadas na escola. Seguindo a ampliação interpretativa do conceito proposto por Setton (2005), definimos o capital cultural mediático como aquele que se processa no ambiente familiar na sua relação com os media: as formas de *ver TV, ler jornais e livros, ouvir rádio, acessar e usar a Internet e as redes sociais* e que se corporifica nos indivíduos em suas histórias de vida, sendo em seguida reforçados ou não na escola e nos demais ambientes de socialização.

Um nível alto de literacia mediática exige que o indivíduo seja detentor de um elevado e reconhecido capital cultural mediático, de saberes que conferem a ele a aptidão para ler, interpretar, criticar e produzir mensagens consistentes, a partir das leituras das informações disponíveis nos diversos media. É, assim, qualificado a detetar a informação no material a que tem acesso, agregar dados que podem ser confrontados, propor sínteses interpretativas numa narrativa e produzir mensagens críticas derivadas daquilo a que acedeu nos media.

Ao longo dos anos, o conceito de literacia evoluiu, ganhando um sentido mais amplo segundo a configuração da sociedade atual, na qual novas tecnologias e sistemas de redes sociais ficam mais complexos e requerem adaptação ágil e flexível. Os domínios de competências avaliados no Programa de Avaliação Internacional de Competências para Adultos (PIACC) refletem essa mudança. São eles: literacia (compreensão,

avaliação, uso e envolvimento com textos escritos, atingir objetivos e desenvolver conhecimento), componentes de leitura (reconhecimento de palavras, nível e fluência vocabular), numeracia (uso, aplicação, interpretação e transmissão de informações e raciocínios matemáticos para engajamento e gerência de necessidades matemáticas em situações na vida adulta) e resolução de problemas em cenários ricos tecnologicamente (uso da tecnologia para solucionar problemas e executar atividades complexas, como acessar a Internet para a seleção, avaliação e uso da informação correta de forma crítica) (OCDE, 2013). A evolução do conceito se relaciona, assim, com as mudanças na sociedade: a literacia mediática ganha relevo na sociedade da informação, em especial no contexto das novas tecnologias.

Segundo Ávila (2008, p.13), “um dos mais espantosos fenómenos das sociedades avançadas dos finais do século XX consistiria na conjugação da informática com as telecomunicações, a qual prenunciaria o início de uma nova época”. O reconhecimento da eclosão da sociedade da informação está vinculado às mudanças económicas decorrentes da nova forma de manusear e processar a informação a partir das novas tecnologias. Isso não acontece sem problemas. Em verdade, esse contexto traz mais desigualdade, pautada nas diferenças de acesso e de conhecimento com base nas tecnologias disponíveis.

### **Freire e os estudos de literacia para os media**

Quanto mais baixo o nível de literacia, maior deve ser o investimento para que se atualizem os saberes necessários para o manuseio competente dos media. É possível pensar em dimensões do capital cultural mediático, refletindo sobre as competências do indivíduo em dimensões que vão desde *leitor crítico*, *leitor crítico e difusor de informações* e, por último, *leitor crítico, produtor e difusor de informações*. O caminho para a conquista da literacia para os media, considerando indivíduos que já foram alfabetizados poderá ser feito partindo da imersão das pessoas em seu quotidiano, conduzindo-as à percepção de sua condição no contexto concreto e estimulando a práxis para a compreensão dos possíveis sentidos em jogo. Freire (1977, p.14) ressalta que há um caráter alienador por ser superado:

Daí a necessidade que temos, de um lado, de ir mais além da mera captação da presença dos factos, buscando assim, não só a interdependência que há entre eles, mas também a que há entre as parcialidades constitutivas da totalidade de cada um e, de outro lado, a necessidade de estabelecermos uma vigilância constante sobre nossa própria atividade pensante.

O indivíduo que se engaja na conquista da literacia mediática não pode acatar a simples narração da realidade pelas mensagens. A dúvida, a inquietação permanente diante do discurso mediático - quer em texto ou em imagem - são exigências que precisam estar em alerta segundo a atividade pensante proposta por Freire (1977). Quando se está imerso na alienação do quotidiano, não é possível alcançar de forma espontânea a consciência. Esse passo exige a reflexão sobre as circunstâncias vividas e narradas para que se supere a manipulação da informação. O papel pedagógico de uma educação para os media é de fazer a ponte entre o texto e o tecido da realidade, de inspirar o indivíduo a se munir de potência crítica para pesquisar as informações, revê-las e avaliar suas fontes. As palavras de Freire (1977, p.26) se adequam à compreensão dos problemas de literacia em geral, quando ele se refere ao dia-a-dia dos indivíduos:

A vida quotidiana na qual cada um de nós está imerso possui uma força alienante. A perspectiva ou ponto de vista próprio a cada um e correspondente à sua inserção social e à problemática vivida cada dia tende a transformar-se no único ponto de vista correcto.

Ávila (2008, p.31), seguindo a classificação proposta por Lash (2000), salienta um ponto axial para a discussão acerca da dimensão reflexiva, ao dividir os indivíduos entre “vencedores” e “perdedores” da reflexividade:

Se os primeiros se encontram directamente envolvidos nas estruturas de informação e comunicação, ou, pelo menos, trabalham com elas, os segundos, pelo contrário, constituem cada vez mais uma ‘subclasse’, estando excluídos do acesso a essas mesmas estruturas.

Essa exclusão ocorre em vários aspetos da vida e do trabalho, tornando-se numa “exclusão de cidadania”. Daí ser necessário analisar as condições que possibilitam essa reflexividade, de modo a que as práticas no contexto dos media sejam consideradas a partir das desigualdades experimentadas pelos indivíduos. Desse modo, estar conectado em rede não significa ser capaz de interagir em rede, e mesmo ser apto a interagir não representa estar pronto a identificar a qualidade da informação e, por conseguinte, também não traduz potencial para produzir mensagem com robustez e excelência.

Assim, a Unesco recomenda que todos os países invistam na criação de um ambiente favorável para que as pessoas estejam aptas a acessar e a avaliar informações mediáticas, com base em competências de literacia em media e informação, que lhes habilitem ao exercício do pensamento crítico para reduzir os riscos de erros interpretativos, o que pressupõe uma perceção dialógica acerca das informações disseminadas. Uma metodologia de educação para os media de viés freiriano deve conduzir a formas de alcance de níveis elevados de literacia mediática pelos indivíduos de modo a buscar uma reversão dos quadros atuais de comportamento social – nos quais

se observa que mesmo as pessoas escolarizadas podem não estar aptas para uma leitura sofisticada da informação dos media e para elaboração de conteúdos críticos. As novas condições de produção dos meios favoreceram a interatividade, especialmente em páginas como Facebook, Instagram, blogs e sítios de jornais e revistas.

Com comentários, questionamentos ou descrença na notícia, o receptor se torna proativo, interferindo no fazer jornalístico. A interatividade também acontece entre os blogs, uma vez que cada um deles pode remeter a outros, criando um mundo virtual de trocas. Logo, a escolha que os media fazem acerca dos fatos a noticiar está sujeita a pontos de vista específicos e às vezes unilaterais, o que se reflete na escolha das fontes que expressam suas opiniões. Por isso, as escolhas não são neutras e os enquadramentos das narrativas mediáticas são políticos, ainda que as empresas de media forjem o seu lugar de fala (MELO, 2011).

Para desvelar as manipulações da informação no contexto contemporâneo, é preciso revelar os interesses que estão por trás do sistema das redes digitais. Quando se consome conteúdos pela Internet - sejam eles vídeos, notícias ou pesquisas no Google - as plataformas responsáveis pela distribuição das informações recolhem os dados dos usuários, tais como preferências temáticas, tempos de acesso, localização, contatos e interações. Assim, o que plataformas como o Facebook, o Instagram ou o Google ganham com a distribuição gratuita de conteúdos? Essa questão é respondida pelo Manual de instruções para a literacia digital<sup>26</sup>, que aponta as vantagens que essas plataformas têm ao oferecer o serviço de informação, especificamente no caso do Facebook: acesso à informação pessoal e gratuita dos usuários, com dados sobre hábitos de consumo de informação; recurso à publicidade personalizada, com ampliação de chances de chegar a clientes efetivos e potenciais; recolha de dados através de algoritmos, que garantem a distribuição de informações segundo não propriamente a preferência dos usuários, mas a preferência segundo a ótica desses algoritmos<sup>27</sup>.

A disseminação de informações falsas pode decorrer de decisões impensadas, como publicar conteúdos fora de contexto ou, em decorrência de se julgar verdadeiras informações falsas, replicar-se conteúdos inverídicos ou que induzem a uma visão parcial ou incompleta de fatos reais. Há ainda as sátiras tratadas como mensagens verdadeiras e

---

<sup>26</sup> O manual integra o portal da Rede de Bibliotecas Escolares, ligado ao Ministério da Educação de Portugal, e que visa a desenvolver as competências de jovens de 14 a 18 anos nos domínios da leitura, dos media e da cidadania digitais. Disponível em: <https://bit.ly/31k4Aju>. Acesso em: 05 nov.2019.

<sup>27</sup> Os media ajudam-te a ler os media? Disponível em: <https://bit.ly/3gmtKCt>. Acesso em: 05 nov. 2019.

não como humor ou provocação. Diversos estudos têm procurado perceber os complexos mecanismos psicossociais que levam a que as pessoas partilhem informações falsas (por exemplo, Pennycook et al (2018) mostram que a exposição repetida a essas informações faz aumentar a “ilusão de realidade”, comprometendo o distanciamento crítico e reflexivo). O que antecede a disseminação de qualquer uma dessas mensagens, no entanto, é a produção das informações falsas ou más interpretações, intencionais ou não.

As intencionalidades que permeiam essa elaboração são diversas e de difícil combate (SADIN, 2015), daí a relevância de se buscar uma elevação do capital cultural mediático para o enfrentamento da replicação de conteúdos falsos ou imprecisos. Os indivíduos, mesmo que sejam conscientes das dinâmicas que definem as redes sociais, não são capazes de se prevenir inteiramente dos interesses políticos e económicos. Para corrigir a desinformação, os media precisam repeti-la, e redizer mentiras dificulta sua retificação (LEWANDOWSKY *et al.*, 2012). Como o alcance de sítios de informações falsas e o seu consumo online (GRINBERG *et al.*, 2019; GUESS *et al.*, 2019) são limitados a parcelas reduzidas de pessoas, muitas delas tomam conhecimento de conteúdos falsos por meio dos media tradicionais durante a sua correção, o que conduz ao seguinte cenário: os grandes meios que cobrem a desinformação acabam por contribuir na sua difusão – ainda que pretendam corrigi-la (TSFATI *et al.*, 2020).

### **Metodologia de educação para os media: proposta de um modelo de intervenção**

Como prática social, o uso de ferramentas digitais precisa ser exercido de forma competente, mas isso somente faz sentido se os saberes forem renovados ao longo da vida. Para tal, um projeto de educação deve empoderar os indivíduos para habilitá-los a resolver problemas em situações complexas, compreender para além da escrita, nas entrelinhas da mensagem, de modo a ser apto a polemizar e tomar decisões em condições críticas. O projeto deve seguir uma proposta pedagógica reflexiva e dialógica, facilitando o desenvolvimento de competências para o uso crítico das ferramentas disponíveis nos diversos meios.

Todo trabalho pedagógico em educação para os media deve iniciar-se pelas perguntas. Nesse processo, os indivíduos observam as informações noticiadas selecionados para dar início ao plano de aprendizagem, num processo de “experimentação” (SHARE, 2015). A proposta é de um movimento dialético em que se parte da ação, segue-se para a reflexão, novamente se investe na ação acurada pela análise antecedente, e assim continuamente, o que garante não apenas o esclarecimento do grupo

pelo próprio grupo, mas fomenta uma metodologia capaz de se desenvolver de forma constante e promover a consciência crítica para o entendimento da realidade social. Trata-se de um tipo de abordagem que tem sido implementada sobretudo no campo da educação de adultos, assente numa orientação andragógica (CANÁRIO, 2000), que parte da ação e das práticas dos indivíduos com o intuito de as transformar, através do desenvolvimento de novas competências que se espera possam vir a ser transferidas e aplicadas noutras situações, operando-se assim uma “passagem da ação regida pelos hábitos à ação regida pela cognição” (MALGLAIVE, 1995 p.169).

Nossa proposta pedagógica prevê o empoderamento do educador e do educando para que realizem atividades de *fact checkers*, ou seja, de verificadores de fatos através dos próprios meios de comunicação, preparando-os para encontrar afirmações, localizar os fatos e corrigir e produzir as informações<sup>28</sup>. Com isso, aprendem como apurar as informações e como os media trabalham. Esta abordagem converge com os resultados de estudos recentes que demonstram que quando as pessoas são chamadas a refletir sobre a veracidade das informações melhoram as suas decisões acerca do que devem ou não partilhar (PENNYCOOK *et al.*, 2020). O estudo desses autores constatou que as pessoas se tornam hábeis na distinção entre informações falsas e verdadeiras quando advertidas sobre sua imprecisão, mudando sua conduta na partilha de mensagens. As alternativas de processo para aquisição da literacia mediática podem ter início a partir dos seguintes passos de modo a se construir de forma dialógica a metodologia a ser posta em prática (FREIRE, 1977):

- i. Integração do/a educador/a com o grupo social de modo a apreender suas visões de mundo, expressas de forma desorganizada ou errática pelos seus membros;
- ii. Enumeração pelo grupo de informações que viraram notícias, quer falsas, quer duvidosas e que alimentaram ou moveram decisões importantes de seus membros;
- iii. Organização, pelo/a educador/a, dos elementos que foram colhidos anteriormente, de forma cronológica, temática ou por outro critério a ser definido e esclarecido;
- iv. Prática da leitura<sup>29</sup> e debate em grupo como ação para compreensão do entorno social;
- v. Reflexão em grupo sobre ações comuns para compreensão da relação *fato* (fenômeno) X *informação mediática* a partir dos casos trazidos pelo grupo;
- vi. Definição de outras formas de ação reflexiva a partir da realidade do grupo para desnudamento e clarificação de sentidos das mensagens mediáticas.

---

<sup>28</sup> Existe uma gama de ferramentas de verificação de informações, que são atualizadas com regularidade. Para ter acesso a algumas delas, conferir IRETON, C.; POSETTI, J. Jornalismo, Fake News e Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo.

<sup>29</sup> Nos casos em que o grupo possua uma diversidade relativa ao nível de escolaridade e consequente capacidade de leitura, pode-se fazer leituras em grupo, com debates acerca dos textos lidos.

A primeira parte do trabalho (itens i/ii) é a reunião de informações ou imagens que tiveram efeitos de sentido que merecem discussão por seu caráter polêmico ou por sua natureza interventiva nas decisões individuais e coletivas (p.e., a associação entre a vacina tríplice viral - contra sarampo, caxumba e rubéola - e o autismo em crianças<sup>30</sup>). Depois de reunidas e organizadas essas informações (item iii), é preciso confrontá-las e tentar entender *o como* e *o porquê* (itens iv/v) da crença nessas mensagens, fazendo leituras críticas associadas ou não às informações elencadas. De forma assídua, a ideia é de compreender a realidade situando a si mesmo no seu ambiente social e daí interceder no cenário de modo consciente e criativo, integrando estudo e ação no entendimento da vida diária de modo a permitir a sua transformação (item vi): a mudança no paradigma de leitura dos media. A proposição segue o pensamento freiriano (1977) de recusa ao modelo bancário da educação, em que se concebe um saber acabado a ser depositado na mente de indivíduos “incultos”, fruto da acumulação de acontecimentos históricos e deslocados no tempo e no espaço. O educador pode propor o preenchimento do formulário conforme modelo do Quadro 2 a seguir, de modo a compreender os hábitos individuais de consumo de informação:

---

<sup>30</sup> No Estado de São Paulo, foram registrados 14.977 casos de sarampo em 2019, contra nenhum caso no ano anterior. Devido ao surto, o Brasil perdeu o certificado de erradicação da doença. Disponível em: <https://glo.bo/31jOsP8>. e: <https://glo.bo/3aX1Eg4>. Acesso em: 22 jan.2020.

Quadro 2 - Dieta mediática: como eu consumo informações?

Meio/Por quanto tempo	manhã	tarde	Noite	madrugada	Total
<b>Suporte impresso</b>					
Jornais ou revistas					
Livros					
<b>Suporte audiovisual ou digital</b>					
Rádio					
TV					
CDs, DVDs ou podcasts (offline)					
eBooks					
<b>Redes sociais</b>					
Facebook					
Instagram					
Twitter					
Outras redes (qual?)					
<b>Por quais equipamentos?</b>					
Desktop					
Portátil					
Celular					
Tablet					
E-reader					

Fonte: Elaboração própria a partir de <https://bit.ly/3gnRLc4>. Acesso em: 05 nov. 2019.

O educador pode sugerir a especificação de informações que foram relevantes, suas fontes e as deliberações adotadas devido à mensagem: partilha e/ou produção de informação, mudança de voto, de opinião ou posição acerca de um indivíduo, de um partido, de um projeto de lei ou de uma situação do cotidiano, como tomar ou não uma vacina, por exemplo. Aqui, podem ser trazidas mensagens, fotos, vídeos ou textos como parte da pesquisa. É relevante ter uma espécie de “gramática” e de “dicionário” acerca do que os indivíduos definem e pensam como temas que são associados pelos media à sua

realidade. Isso é fundamental para que não haja imposição de assuntos ou de sentidos às mensagens trazidas pelo grupo. A interpretação primeira, que emerge na primeira visão das informações selecionadas, deve ser preservada de modo a que os pontos de partida sejam percebidos por cada um.

Após a fase de reunião de elementos que compõem o conteúdo a ser objeto de estudo, a ordenação do programa de ação educativa tem como ponto inicial chegar à *necessidade dos educandos-educadores, às questões expressas por eles e às decisões que eles mesmos adotaram e não as que tomamos em seu lugar*. Todos os formulários, quadros ou diagramas apresentados são esboços de proposição para o estímulo à reflexão acerca de situações-problema que foram vivenciadas no contato com informações que interferiram em suas decisões. A metodologia da problematização se insere no construtivismo pedagógico, que parte da realidade do educando e traz o que ele já percebe sobre ela, colocando-o como protagonista de sua aprendizagem, estimulando o seu potencial crítico e reflexivo para enfrentar o que situa como problema.

Tendo o problema como ponto de inflexão, Freire (1975) discorre sobre o universo vocabular e dos eixos temáticos significativos da vida dos educandos, a partir dos quais se define o material a ser aplicado na prática pedagógica. As situações-problema devem ser listadas após a organização do pensamento expresso pelo grupo, quando deve emergir o universo temático ou os temas geradores (FREIRE, 1975) que vão dar consistência ao programa<sup>31</sup>. Em que pese a crítica freiriana aos roteiros de pesquisa, é preciso dar pistas para se iniciar as pesquisas. Para isso, enumera-se a seguir um conjunto de desafios para que se estimule a percepção das relações dos educandos com a mensagem mediática. A intenção é de que se investigue o tema gerador contido no universo temático, a partir da instigação do senso crítico dos indivíduos, sem com isso limitar a pesquisa a esses quadros, que são abertos a alterações ou mesmo à sua não utilização. A ideia é de uma renovação e ampliação contínua.

Os tópicos escolhidos devem ser cindidos em partes para que se possa conhecê-los na profundidade possível. Essa etapa consiste na verificação de sua ocorrência (real ou falsificada), a compreensão da narrativa, as suas relações com as pessoas envolvidas, as consequências sociais de sua divulgação. Essa fase, na metodologia freiriana, consiste

---

<sup>31</sup> Embora se fale aqui em ponto inicial, Freire (1975) afirma que não há divisão na ação educativa dialógica entre o momento de pesquisa temática e de ação cultural. Essa separação resultaria numa ideia dos investigadores como sujeitos e dos educandos como objetos. Ainda que os processos de análise e síntese sejam apresentados aqui em sequência, devem ser realizados de forma simultânea e contínua.

na primeira compreensão dos indivíduos das situações em foco, uma observação compreensiva que deve produzir as primeiras anotações a serem compiladas em relatório conciso para dar direção ao programa. Educandos e educadores integram-se na análise e síntese das informações selecionadas pelo grupo e nas compreensões particulares desses eventos. Essa etapa permite entender qual o nível de percepção acerca das informações escolhidas e o que esses episódios provocaram em cada um e a consciência que tem deles: eles conseguem ir até que ponto de entendimento real? Isso provocou alguma decisão em suas vidas? A ideia é de que possam apreender algo inédito, que antes não era percebido.

As primeiras percepções podem revelar contradições e são elas o foco de observação da segunda fase. A investigação temática será o objeto de análise crítica. A imersão nas próprias compreensões faz com que cada indivíduo capte distorções acerca de seu entendimento da informação e da realidade observada. É um processo de mediação entre o concreto e o teórico em que a reflexão crítica se realiza e inclui os educandos em sua condição competente de educador de si mesmo. Após as primeiras análises, os indivíduos se apercebem das relações entre as informações, as interações e as intencionalidades subjacentes a elas.

O exercício, que pode se iniciar com as proposições sugeridas, deve incluir todas as contradições perceptíveis dos elementos selecionados, de modo a dar conta das dimensões dialéticas da compreensão das informações dos diversos media. A clarificação deve emergir justamente pela justaposição de entendimentos. Como ato cognoscente, o plano em curso induz à evolução da percepção acerca das intenções nas mensagens ou notícias, até atingir os desvelamentos possíveis. O exercício sugerido no Quadro 3 contribui para esse esclarecimento:

Quadro 3 - Exercício de discussão

- 1. Quem enviou a mensagem e por quê?**
- 2. (e/ou) Quem pode ter pautado essa notícia ou mensagem?**
- 3. Por que a mensagem atrai ou chama atenção?**
- 4. Que fatores emocionais e sociais estão expressos na mensagem?**
- 5. Quem ou que instituições se beneficiam ou se prejudicam com a divulgação dessa informação?**
- 6. A que interesses a informação atende?**
- 7. O assunto foi tratado da mesma forma em todos os meios observados pelo grupo?**
- 8. De que diferentes formas essa mensagem ou informação pode ser interpretada?**

Fonte: elaboração própria com base em [www.medialit.org](http://www.medialit.org). Acesso em: 15 nov. 2019.

Com a gama de respostas do Quadro 3 (ou outro de natureza semelhante), o educador pode elaborar de forma dialógica o Quadro 4 adiante, no qual cada um irá identificar a si mesmo segundo o seu perfil de literacia. Isso conduz a um processo crítico de ativação reflexiva e dialógica acerca daquilo que se conhece, suas experiências e a forma como opera esse conhecimento, criando as condições para a fase de acumulação de capital cultural mediático. Esse quadro pode ser elaborado tanto com respostas “sim” ou “não” tanto com uma escala de 1 a 5, a ser definida pelo grupo:

Quadro 4 - Padrões de Literacia Informacional do grupo

<b>Nível</b>	<b>Minhas ações frente aos media</b>	<b>Habilidades</b>	<b>Como eu me reconheço?</b>
1	Eu acesso informações de forma eficiente e eficaz?	Competência básica de literacia informacional	
2	Eu avalio informações de forma crítica e competente?	Competência de literacia informacional: pensamento de ordem superior e raciocínio sólido	
3	Eu uso as informações com cuidado e criatividade?	Competência de literacia informacional, pessoa criativa e capaz de fazer uso eficaz das ferramentas do mundo real	
4	Eu aprendo de modo autônomo, busco informações relacionadas aos meus interesses pessoais?	Competência de literacia informacional, autossuficiência e curiosidade	
5	Eu aprendo de modo autônomo, aprecio literatura e outras expressões criativas de informação?	Competência elevada de literacia informacional e visual	
6	Eu aprendo de modo autônomo, empenho-me em busca de excelência e de informação e geração do conhecimento?	Competência elevada de literacia informacional: faz uso efetivo das ferramentas do mundo real, busca informações relevantes e de qualidade	
7	Eu contribuo de forma positiva para a comunidade e reconheço a importância da informação para a sociedade democrática?	Competência elevada de literacia informacional, econômica e tecnológica, detentor de responsabilidade cívica e social	
8	Eu contribuo de forma positiva para a comunidade e pratico um comportamento ético em relação à informação e à tecnologia da informação?	Competência elevada de literacia informacional e tecnológica, dotado de responsabilidade pessoal, cívica e social	
9	Eu contribuo de forma positiva para a comunidade e participo efetivamente de grupos para buscar e gerar informações?	Competência elevada de literacia informacional, com capacidade de formação de equipe e de colaboração, dotado de responsabilidade cívica e social, priorizando, planejando e gerenciando com foco nos resultados	

Fonte: elaboração própria a partir de Lemke, 2003.

Quando se inicia a pesquisa sobre o que foi selecionado - na etapa 3 - é preciso atenção para que somente informações trazidas pelo grupo - sejam notícias, imagens ou mensagens de redes sociais - sejam tratadas como unidade temática, de modo a evitar desvios decorrentes da introdução de temas geradores que não integram o corpus discutido pelos envolvidos. O educador pode convocar a escrita do Quadro 5 com todos os detalhes obtidos:

Quadro 5 - Grelha de análise da mensagem

<b>Data/dia</b>		
<b>Meio/veículo</b>		
<b>Chamada da mensagem ou título</b>	<b>Resumo - conteúdo ou tema da mensagem:</b> agrupados ou não? política – economia, saúde, justiça, educação. Há outras informações que não foram exploradas, que poderiam estar aqui?	<b>Palavras-chave</b>
<b>Formato</b> - posição na página; duração da exibição	<b>O destaque do texto ou imagem é condizente com o seu conteúdo?</b>	
<b>O que revelam?</b> Orientação política, orientação religiosa, ódio, integração		
<b>Fonte de informação dominante</b>	<b>São pessoas conhecidas ou legitimadas no meio jornalístico? Há controvérsias sobre a sua reputação profissional?</b>	<b>Fontes secundárias</b>
<b>Interface gráfica:</b> Imagens, músicas/letras de música, memes, ícones e animações - sim ou não	<b>É possível verificar sinais de que a imagem é verdadeira ou é uma montagem?</b>	
<b>Audiência</b>	<b>A que público essa mensagem se dirige? Ela reflete o pensamento de mais de um grupo ou apenas de grupos específicos, como praticantes de uma religião?</b>	
<b>Propósito</b>	<b>Qual o interesse de se divulgar esta mensagem?</b>	

Fonte: Elaboração própria, com base em Center for Media Literacy, 2017. Disponível em: [www.medialit.org](http://www.medialit.org). Acesso em: 15 nov. 2019.

É fundamental, nesta etapa, recomendar a verificação, por meio da checagem em vários meios distintos, da veracidade das informações escolhidas e debater as consequências das decisões ou posicionamentos adotados, voltando a refletir sobre o Exercício de Discussão proposto ou adaptado segundo o grupo de trabalho. Assim, as atividades podem levar à medição e ao aprimoramento das competências em literacia, entre elas a leitura e interpretação de textos, como jornais, revistas e livros, em suporte digital ou impresso.

A proposta é de conduzir à reflexão acerca da diversificação de acesso aos media, com a seleção consciente dos conteúdos a consumir, em que meios e suportes. A formação em literacia mediática se prolonga no itinerário educativo, sendo um processo a ser perseguido ao longo da vida. Na etapa final, o educador pode propor temas associados àqueles trazidos pelos integrantes. Seguindo a lógica do dialogismo, pode incluir os temas articuladores. Esses temas, no caso dos media, são aqueles trazidos por especialistas do campo mediático - como acumular capital cultural mediático, como as informações falsas ingressam no quotidiano, o que são *bots*<sup>32</sup>? - fazendo a ponte com os temas geradores escolhidos.

Responder às questões engaja os indivíduos na compreensão das informações que são colocadas em pauta. No processo de aquisição de literacia para os media, o uso de perguntas ajuda cada um a encontrar respostas com as quais se sintam à vontade, na esperança de que as melhores escolhas sejam possíveis a partir da reflexão feita coletivamente. O papel do educador é de mediador, inspirando e motivando o questionamento e, quando possível, ofertando o acesso aos recursos necessários. Como todo projeto pedagógico, alguns conteúdos podem ser sugeridos por serem básicos para o que se propõe. No Quadro 6 a seguir, exemplificamos conteúdos nos planos teórico e prático a serem apreciados:

---

<sup>32</sup> Programas de realizam ações como se fossem humanos, “curtindo” ou “comentando” mensagens ou imagens e produzindo efeitos de sentido pré-definidos por quem os comanda, o que direciona a percepção da informação.

Quadro 6 - Esboço de conteúdos possíveis de projeto pedagógico em LMI

Plano teórico
A linguagem dos media
Estética
Semiótica e imagem
Representações Sociais
Recepção, produção e audiência
Publicidade
Gêneros e formatos mediáticos (impresso, rádio, TV, media digitais, redes sociais, telenovela, cinema, teatro)
Navegação na web
Teorias e conceitos: ideologia, cultura, mudança social, classes sociais, minorias, desigualdades e diferenças, democracia, cidadania, luta e movimentos sociais, literacia
Leitura dos media
O apelo no discurso mediático: ênfase, metáfora, rótulo, simplificação, palavras de ordem
Regulação dos media
Redação para os media
Desinformação, mentira e informações falsas
Plano prático
Atividades relacionadas aos materiais e ferramentas de aprendizagem
<i>Leitura crítica em grupo</i>
<i>Assistência a filmes e vídeos</i>
<i>Análise de imagens: fotos, memes e gifs</i>
<i>Redação de mensagens</i>
<i>Verificação de informações: verdadeira, parcialmente verdadeira ou falsa</i>
<i>Identificação de fontes de informação</i>
<i>Reescrita de mensagens corrigidas após verificação</i>

Fonte: elaboração própria.

As ações seguintes podem acontecer ao término do projeto:

1. Sugestões de formas distintas de convívio social - como sessões de debates, clubes de leitura etc. - de modo a manterem contato com informações que possam ser determinantes em decisões futuras;
2. Construção coletiva de diversas formas de uso das redes sociais para: apoiar causas coletivas, discutir políticas governamentais, observar condutas de personalidades políticas, divulgar eventos culturais, engajar mobilizações, criar grupos de apoio a causas sociais, ambientais ou políticas;

3. Estímulo à formação contínua de mediadores em media e redes digitais para ampliar a formação em comunidades, de modo a garantir ações relativas à elevação dos níveis de literacia mediática.

Qualquer que seja a faixa de idade, a origem social e o local de residência dos indivíduos envolvidos nos projetos de LMI, deve-se considerar:

1. A participação de jornalistas da região, que podem colaborar no esclarecimento acerca do processo de produção e de análise de notícias;
2. Caso o trabalho inclua adolescentes, os pais devem ser envolvidos no projeto;
3. Os projetos devem ser regulares e de ação continuada para qualificação regular, devendo ser monitorados periodicamente;
4. As atividades podem ser replicadas em vários ambientes, segundo as possibilidades e necessidades, segundo critérios dinâmicos caso a caso;
5. Projetos dessa natureza não se encerram: após o monitoramento, são reiniciados de forma aprimorada e devem buscar envolver os participantes das etapas anteriores na posição de educadores, numa perspectiva de retroalimentação e recapitação constante dos envolvidos, na tríade freiriana de opção, decisão e compromisso, dentro da proposição de que o educador precisa ser educado;
6. Os projetos devem vincular a cultura da responsabilidade individual e social com a vida social em rede, em atenção às novas tecnologias de informação;
7. Os projetos devem incluir uma lógica de cidadania global de modo transversal ao percurso educacional formativo e como proposta ao longo da vida dos participantes;
8. Os projetos devem dar o passo seguinte ao reconhecimento das informações falsas: convidar ao agir reflexivo com relação às informações recebidas, ouvidas ou lidas nas redes sociais e nos media: que fazer sobre elas? Consultar, investigar, descobrir, denunciar.

A nossa proposição considera a participação de indivíduos com algum grau de alfabetização. As habilidades de literacia mediática associando texto e imagem podem considerar desde a exibição de filmes à observação de imagens, ainda que algumas pessoas não estejam familiarizadas com ferramentas e tecnologias próprias de criação desses meios. Segundo experiência de Mattock (2015), as reflexões dos educandos certificaram que abordar as competências em literacia visual impactou positivamente o conhecimento e compreensão dos media visuais.

## Considerações finais

São inúmeros os perfis de instituições que podem conduzir projetos como esse, a depender de iniciativas de entidades engajadas com o problema contemporâneo da desinformação e da produção de informações falsas. No Brasil, o primeiro passo foi dado com a criação, pelo governo federal, do Departamento de Direitos na Rede e Educação Midiática e a aprovação da Lei 14.533/2023, que institui a Política Nacional de Educação Digital.

Fazer a crítica dos media é premente para que os indivíduos possam refletir conjuntamente sobre as representações discursivas e imagéticas de informações postas em circulação, em particular em mensagens trocadas nas redes sociais. Projetos de educação mediática se propõem a habilitar os indivíduos a seguir a lógica de *localizar* as informações, *relacionar* fatos e *gerar* ilações e sínteses interpretativas sobre as informações em circulação. Segundo Freire (1975), o ponto de partida são os temas sugeridos pelos indivíduos, as palavras geradoras, que surgem de suas experiências. Numa analogia com os media, deve-se buscar situações experimentadas que conduziram a decisões que mudaram suas ações (voto, vacina, posição sobre o aborto etc.). No círculo de investigação temática, vão ser recriados os sentidos e integradas as significações na tentativa de acessar a intenção significativa dessas palavras, no encontro entre os sentidos de cada um e dos demais.

É preciso decodificar as situações em que os temas emergem no universo mediático, daí serem temas *geradores*, por sua capacidade de desdobramento. Esse é um processo crítico em que outros termos singulares vão se correlacionar aos temas articuladores. Como o potencial reflexivo varia em cada um, não há garantias que a experiência cognoscente vai se transfigurar em prática com o sentido reflexivo para todos os envolvidos. No entanto, se vier a promover a reflexão sobre o contexto da nova sociedade do conhecimento, a metodologia já terá produzido resultados ao certificar, mesmo que de modo informal ou não formal, as competências para uma relação crítica com os media. Afinal, quando o aprendizado modifica em nível individual, há aprendizado em nível coletivo (FREIRE, 1975, 1996): educandos e educadores se conscientizam e se empoderam a ponto de agir e mudar a realidade.

## Referências bibliográficas

- ANÍBAL, A.C.A.N. **Aprender com a vida**: aquisição de competências de literacia em contextos informais. 2014. Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto Universitário de Lisboa (Iscte), Lisboa, 2014.
- ÁVILA, P. Os contextos da literacia: percursos de vida, aprendizagem e competências-chave dos adultos pouco escolarizados. **Sociologia**, Porto, v. 17, p. 307-337, 2007.
- \_\_\_\_\_. **A Literacia dos Adultos**: Competências-chave na Sociedade do Conhecimento. Lisboa: CIES-Iscte, Celta Editora, 2008.
- \_\_\_\_\_, P. (2023), Aprendizagem e educação de adultos em Portugal e na UE: relevância sociológica, desafios conceptuais e resultados de investigação. **Sociologia, Problemas e Práticas**, Lisboa, n.102, p. 9-39, 2023. DOI 10.7458/SPP202310231587. Disponível em: <https://doi.org/10.7458/SPP202310231587>. Acesso em: 29 jul. 2023.
- BENAVENTE, A. *et al.* **A Literacia em Portugal**: resultados de uma pesquisa extensiva e monográfica. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 1996.
- BENNETT, W. L.; LIVINGSTON, S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European Journal of Communication**, v. 33, n.2, p.122–139, 2018. DOI 10.1177/0267323118760317. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>. Acesso em: 18 jul. 2023.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
- CANÁRIO, R. **Educação de Adultos**: Um campo e uma problemática. Lisboa: EDUCA, 2000.
- COSTA, A.F. Competências para a sociedade educativa: questões teóricas e resultados de investigação. In: QUINTANILHA, A. *et al.* **Cruzamento de saberes, aprendizagens sustentáveis**. Lisboa: Fund. Calouste Gulbenkian, 2003, p.179-194.
- DELGADO-MARTINS, M.R. *et al.* Processamento da informação pela leitura e pela escrita. In: \_\_\_\_\_. **Literacia e Sociedade**: Contribuições pluridisciplinares. Caminho: Lisboa, 2000, p.13-130.
- FIGUEIREDO Fº, D. *et al.* Regressão Logística em Ciência Política. Material complementar do curso Tópicos Avançados de Metodologia de Pesquisa, ministrado pelo Prof. Enivaldo Rocha - Depto. de Ciência Política da Universidade Federal de Pernambuco (DCP - UFPE), 2015, 27 p. Recife. Disponível em: <https://encurtador.com.br/vxzV0>. Acesso em: 19 jul. 2023.
- FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. Porto: Afrontamento, 1975.
- \_\_\_\_\_. Educação política e conscientização. **Cadernos Livres**, n.6. Lisboa: Livraria Sá da Costa Editora, 1977.
- \_\_\_\_\_. **Pedagogia da Autonomia**: Saberes Necessários à Prática Educativa. Lisboa: Vega, 1996. Disponível em: <https://bit.ly/2QiQubP>. Acesso em: 15 mai. 2020.
- GOHN, M.G. Educação não formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas. **Ensaio**: avaliação de políticas públicas de Educação, Rio de Janeiro, v.14, n.50, p.27-38, jan./mar.2006.
- \_\_\_\_\_. Educação Não Formal, Aprendizagens e Saberes em Processos Participativos. **Investigar em Educação - IIª Série**, n.1, p.35-50, 2014.

- GRINBERG, N. *et al.*. Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. **Science**, New York, v. 363, n.6425, p.374-378, jan. 2019. DOI 10.1126/science.aau2706. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30679368/>. Acesso em: 25 jul. 2023.
- GUESS, A.; NAGLER, J.; TUCKER, J. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. **Sci Adv.**, Jan. 2019, v.5, n.1, eaau4586, 2019. DOI 10.1126/sciadv.aau4586. Disponível em <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30662946/>. Acesso em: 25 jul. 2023.
- IRETON, C.; POSETTI, J. (eds.). **Jornalismo, Fake News e Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo**. Brasília: Unesco, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2Qkvpho>. Acesso em: 4 fev 2022.
- LASH, S. A reflexividade e os seus duplos. In: BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. (orgs.), **Modernização Reflexiva: Política, Tradição e Estética no Mundo Moderno**. Oeiras: Celta Editora, 2000, p. 105-164.
- LEMKE, C. **Literacy in the Digital Age**. Disponível em: <https://www.ncrel.org/engage/skills/engage21st.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2019.
- LEWANDOWSKY, S. *et al.*. Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. **Psychological Science in the Public Interest**, v.13, n.3, p. 106–131, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>. Acesso em: 25 jul. 2023.
- MALGLAIVE, G. **Ensinar Adultos**. Porto: Porto Editora, 1995.
- MELO, P.B. Polêmicas no Jornalismo do Século XXI: discussões a partir da Revista Carta Capital. **Contemporânea, Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 9, n. 2, p. 260-280, ago. 2011.
- MATTOCK, L.K. Teaching Visual and Media Literacy Skills Through Media Production Technology. In: BAYLEN, D. M.; D'ALBA, A. (eds.). **Essentials of Teaching and Integrating Visual and Media Literacy: Visualizing Learning**. New York: Springer, 2015, p.237-249.
- MOORE, B.N.; PARKER, R. **Critical Thinking**. New York:McGraw-Hill Education, 2017.
- OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. **OECD Skills Outlook 2013: First Results from the Survey of Adults Skills**. Paris: OECD Publishing, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/2QhDi71>. Acesso em: 14 jan.2020.
- \_\_\_\_\_. **Survey of Adult Skills**. Paris: OECD Publishing, march, 2016.
- PENNYCOOK, G. *et al.* Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. **Journal of Experimental Psychology: General**, v.147, n.12, p. 1865-1880, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1037/xge0000465>. Acesso em: 20 jul. 2022.
- \_\_\_\_\_. Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention. **Psychological Science**, v. 31, n.7, p.770–780, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177%2F0956797620939054>. Acesso em: 20 jul. 2022.

- PICKARD, V. Media failures in the age of Trump. **The Political Economy of Communication**, v. 4, n.2, 2016. Disponível em: <http://polecom.org/index.php/polecom/article/viewFile/74/264>. Acesso em: 19 jul. 2023.
- ROUANET, S.P. **A Razão Cativa**: as ilusões da consciência de Platão a Freud. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- SADIN, E. **La Vie algorithmique**: Critique de la raison numérique, Paris: L'Échappée, 2015.
- SETTON, M. da G.J. Um Novo Capital Cultural: pré-disposições e disposições à cultura informal nos segmentos com baixa escolaridade. **Educação & Sociedade**, Campinas, v.26, n.70,p.77-105, 2005. Disponível em: <https://bit.ly/32dBTEa>. Acesso em: 19 ago.2019.
- SHARE, J. Cameras in Classrooms: Photography's Pedagogical Potential. *In*: BAYLEN, D. M.; D'ALBA, A. (eds.). **Essentials of Teaching and Integrating Visual and Media Literacy**: Visualizing Learning. Springer: New York, 2015, p.97-118.
- SILVERMAN, C. This analysis shows how fake election news stories outperformed real news on Facebook. **BuzzFeed**, New York, 16 nov. 2016. Disponível em: <https://encurtador.com.br/hoI37>. Acesso em: 18 jul. 2023.
- SOARES, G.A.D. O calcanhar metodológico da ciência política no Brasil. **Sociologia, Problemas e Práticas**, Lisboa, n. 48, p. 27-52, 2005.
- UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Global Media and Information Literacy Assessment Framework**: Country Readiness and Competencies. Paris: Unesco, 2013.
- TSFATI, Y. *et al.* Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. **Annals of the International Communication Association**, v. 44, n.2, 157-173, 2020. DOI 10.1080/23808985.2020.1759443. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>. Acesso em: 18 jul. 2023.
- VELLOSO, M.J.M. Letramento no contexto digital: diferentes perspectivas conceituais. *In*: TAVARES, R. H.; GOMES, S. S. **Sociedade, educação e redes**: desafios à formação crítica. Araraquara: Junqueira&Marin, 2014, p.281-306.

## **Presidenciáveis e sociedade: democratização e direito à comunicação, à informação e à cultura nos programas de governo dos candidatos à Presidência do Brasil**

Eula Dantas Taveira Cabral  
Larissa Gama Louback  
Júlia do Carmo Aranha  
Filipe Farias Maciel Araújo

O Brasil é um país multicultural, onde, apesar da grande desigualdade social e econômica, sua população é consumidora midiática, sendo fiel ao conteúdo que é repassado e controlado por cinco conglomerados na radiodifusão (Globo, Bandeirantes, SBT, Rede TV! e Record) e cinco na área de telecomunicações (Claro, Vivo, Oi, Net e Sky). Cenário onde a concentração midiática e sua influência na comunicação, na cultura e na informação são realidade, faz-se de vital importância entender como os políticos encaram essa situação e o que pretendem fazer.

Não se pode ignorar que a comunicação, a cultura e a informação são direitos de todos os brasileiros, registrados em legislações internacionais, onde o Brasil é signatário, e em nacionais. Além disso, a Constituição federal de 1988 deixa claro, em seu artigo 220 e parágrafo quinto, que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. Além disso, que, no caso da radiodifusão (que está em mais de 80% dos lares brasileiros), não deve ser dirigida por políticos, uma vez que rádio e TV aberta são concessões públicas e, sendo eles parlamentares do Congresso Nacional, a responsabilidade é maior, pois, junto com o Poder Executivo, como deixa claro o artigo 223 da Constituição federal de 1988, são os responsáveis por “outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens”.

Diante de um panorama midiático complexo no Brasil, é importante que a democratização da comunicação, da informação e da cultura entrem na pauta dos dirigentes políticos, pois, de acordo com Adilson Cabral Filho e Eula Cabral (2007), são históricas bandeiras de luta dos movimentos sociais no país. São preocupações de organizações sociais em suas atuações diárias, levando em consideração as necessidades da reformulação de políticas públicas, a importância da diversidade de produtores

capacitados e qualificados para acessar e exercer o controle sobre os meios de grande circulação, além de implementar meios de alcance local e comunitário.

Cees Hamelink (in MELO e SATHLER, 2005, p. 144), desde 1994, a UNESCO enfatiza que “o direito a comunicar é percebido por seus protagonistas como mais fundamental do que o direito à informação, como atualmente disposto pelas leis internacionais”. É importante destacar que, a partir do artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que evidencia a importância do direito à liberdade de opinião e expressão, assim como “de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”, é que surgiu a Plataforma para os Direitos da Comunicação, um agrupamento de ONGs formado em 1996, em Londres, que em 2001 fundou a Campanha CRIS, de Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação (CABRAL, 2021).

Marcos Alberto Bitelli (2004, p.168), em seus estudos, verificou que há “o interesse tão grande da sociedade e do Estado por ela organizado diante desses direitos (de informar e ser informado), pois somente uma pessoa humana ‘consciente’ poderá ter satisfeito o atendimento desse princípio fundamental”. Na área de cultura, registrada na Constituição federal de 1988, em sua seção II - de Cultura, com os artigos 215 e 216, Lindgren-Alves (2018, p.188) assinala que “no âmbito dos direitos humanos, os direitos culturais são direitos dos indivíduos”. Direitos esses que vêm sendo destacados e analisados nos estudos de Eula Cabral (2023, 2022, 2021, 2020, dentre outros), Adilson Cabral (2015, dentre outros), Marcela Carvalho (2018), Margarethe Steinberger (2009), Chris Barker (2003), Laurindo Leal Filho (2006), César Bolaño, Cida Golin e Valério Brittos (2010), dentre outros pesquisadores (CABRAL, 2021).

Os brasileiros são cidadãos que têm direitos e deveres, onde não podem continuar sendo influenciados, sob controle de poucos conglomerados midiáticos que selecionam informações e opiniões, não permitindo o olhar de várias vertentes, evitando que haja democratização da comunicação, da cultura e da informação.

## **Cenário de disputa política na presidência do Brasil e projetos presidenciais sob o olhar da democratização da comunicação, da cultura e da informação**

Para entender o cenário de disputa política na presidência do Brasil e projetos presidenciais sob o olhar da democratização da comunicação, da cultura e da informação, levamos em consideração os projetos coordenados por Eula D.T.Cabral na Fundação Casa de Rui Barbosa no Programa de Pós-graduação em Memória e Acervos (PPGMA), no Programa de Iniciação Científica (PIC) e no Programa de Incentivo à Produção do Conhecimento Técnico e Científico na Área da Cultura (PIPC): “Cultura, Comunicação e Informação na era digital” (CABRAL, 2021) e “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (CABRAL, 2020).

É importante ressaltar que, assim como aconteceu nas eleições para Presidente da República em 2018 e que foram retratadas sob o olhar da cultura por Eula Cabral, Karen Rodrigues e Luana Nascimento (2020) e por Eula Cabral, Cíntia Freire e Tainá Alves (2020), mais uma disputa presidencial e seus reflexos nas áreas comunicacional, cultural e informacional causaram polêmicas no país.

Em 2022 ocorreu a décima eleição para o cargo de Presidente da República Pós-Redemocratização de 1985, com 12 candidato(a)s disputando o poder. As redes digitais foram utilizadas “ferozmente” pelos partidos. Desinformação foi uma prática bastante utilizada, principalmente, pelos partidos de direita em plataformas digitais, como Facebook, Instagram, WhatsApp e Telegram, prática que já vinha sendo adotada pelo governo que estava na presidência do país desde 2018. Resistências contra e a favor dos candidatos foram motivos de muitas brigas pessoais, entre eleitores, resultando em quebras de amizades e até de laços familiares.

De acordo com os registros do TSE, 12 candidatos se registraram na disputa das eleições presidenciais, sendo quatro mulheres - Simone Tebet (MDB), Sofia Manzano (PCB), Soraya Thronicke (União Brasil) e Vera Lúcia (PSTU) - e oito homens: Ciro Gomes (PDT), José Maria Eymael (DC), Felipe D'Avila (Novo), Jair Bolsonaro (PL), Leonardo Péricles (UP), Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Pablo Marçal (PROS) e Roberto Jefferson (PTB) - substituído por Padre Kelson.

É importante destacar que foram para o segundo turno o presidente que estava no poder e tentando a reeleição: Jair Bolsonaro (PL) e o ex-presidente que dirigiu o Brasil em dois mandatos seguidos (2003 - 2010): Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Conforme os registros do TSE (2023), Luiz Inácio Lula da Silva (PT) obteve 50,90 dos votos, resultando em 60.345.990, tendo o apoio das seguintes coligações e/ou federações: Federação Brasil da Esperança - FE BRASIL (PT/PC do B/PV), SOLIDARIEDADE,

Federação PSOL REDE (PSOL/REDE), PSB, AGIR, AVANTE e PROS. Já Jair Bolsonaro (PL), obteve 49,10% dos votos, ou seja, 58.206.354, tendo o apoio do PP, REPUBLICANOS e PL.

Para entender as propostas dos candidato(a)s para a população brasileira em relação à democratização e o direito à comunicação, à informação e à cultura, analisou-se os 12 projetos de governo do(a)s candidato(a)s, levando-se em consideração as palavras democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc.

### **Simone Tebet (MDB) e o projeto “Princípios, Diretrizes e Compromissos”**

A candidata à Presidência do Brasil, Simone Nassar Tebet, nasceu na cidade de Três Lagoas, em Mato Grosso do Sul (MS), em 1970. É advogada, filiada ao partido político Movimento Democrático Brasileiro (MDB), foi senadora, deputada estadual, secretária de governo e vice-governadora do MS e prefeita do município de Três Lagoas (MS). Ficou em 3º lugar no primeiro turno, com 4,16% dos votos (4.915.423) e, atualmente, exerce o cargo de Ministra do Planejamento e Orçamento do Brasil.

Não se pode ignorar, entretanto, que, durante seu mandato como senadora, foi representante da bancada ruralista e do agronegócio, se destacando também na CPI da COVID-19 - Comissão Parlamentar de Inquérito do Poder Legislativo que investigou as supostas omissões e irregularidades do governo do presidente Jair Bolsonaro durante a pandemia de COVID-19 -, como um dos membros mais ativos que criticaram o posicionamento do governo federal, uma vez que o Brasil registrou mais de 600 mil mortos durante a pandemia do Coronavírus no país.

O projeto “Princípios, Diretrizes e Compromissos” de candidatura de Simone Tebet (MDB) foi elaborado pela coligação Brasil Para Todos, resultado da parceria dos partidos políticos Cidadania, MDB, Podemos e PSDB. Com 46 páginas, é dividido em quatro eixos: 1: Justiça social, cidadania e combate a desigualdades; 2: Economia Verde e Desenvolvimento Sustentável; 3: Governo parceiro da iniciativa privada; 4: Governo inclusivo, seguro e transparente. Na Tabela 1 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 1 - Análise da proposta de governo de Simone Tebet (MDB)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	0	Não aparece
Direito	6	Introdução (P.7), Eixo 1 (P. 9 e 14), Eixo 3 (P. 32) e Eixo 4 (P. 39 e 40)
Direitos	11	Eixo 1 (P. 13, 18 e 32), e Eixo 4 (P. 39, 40, 42 e 45)
Comunicação	1	Eixo 4 (P.42)
Informação	3	Eixo 1 (P.14), 3 (P.36) e 4 (P.42)
Cultura	7	Eixo 1 (P.10, 17e 18), 3 (P.32) e 4 (P. 42)
Cultural	2	Eixo 1 (P.18)
Culturais	1	Eixo 1 (P.17)
TOTAL	31	Introdução e Eixos 1, 3 e 4.

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Princípios, Diretrizes e Compromissos (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 1, na proposta de governo de Simone Tebet (MDB) à Presidência da República, sete termos aparecem 31 vezes, sendo que Comunicação só aparece uma vez, dando enfoque à implementação dos direitos de inclusão da pessoa com deficiência, destacando-se a comunicação, a cultura e a informação. A cultura aparece ainda nos eixos 1, 3 e 4, chamando a atenção para a recriação do Ministério da Cultura, legislação e patrimônio cultural. Já o termo informação, aparece três vezes, mas aliado à telemedicina e aos investimentos em infraestrutura.

### **Sofia Manzano (PCB) e o Programa Político do PCB para as Eleições 2022**

A candidata à Presidência do Brasil, Sofia Manzano, nasceu na cidade de São Paulo (SP), em 1971. É economista, professora da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB) e filiada, desde 1989, ao Partido Comunista Brasileiro (PCB). Foi candidata à vice-presidente nas eleições de 2014 e, atualmente, é presidente da União da Juventude Comunista (UJC). Teve 0,04% dos votos, resultando em 45.620.

O projeto “Programa Político do PCB para as Eleições 2022. Candidatura De Sofia Manzano à Presidente e Antonio Alves Vice-Presidente” tem como subtítulo “Um

programa anticapitalista e anti-imperialista para o Brasil”. Com 19 páginas, é dividido em duas partes: Programa Emergencial do PCB (com 21 tópicos) e Programa da Revolução Brasileira (com 60 tópicos). Na Tabela 2 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 2 - Análise da proposta de governo de Sofia Manzano (PCB)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	5	Parte 2 (15, 17, 18 e 47)
Direito	1	Parte 2 (44)
Direitos	13	Parte 1 (1, 7, 14 e 15) e Parte 2 (22, Subtítulo, 29, 36, 44 e 46)
Comunicação	14	Parte 1 (10, 15, 20) e Parte 2 (16, 29, 51, 56 e 69)
Informação	2	Parte 2 (18 e 29)
Cultura	15	Parte 1 (12, 14 e 15) e Parte 2 (Subtítulo, 51, 56, 57 e 59)
Cultural	7	Parte 1 (14) e Parte 2 (56 e 57)
Culturais	1	Parte 1 (12) e Parte 2 (57)
TOTAL	58	Partes 1 e 2.

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Programa Político do PCB para as Eleições 2022. Candidatura de Sofia Manzano à Presidente e Antonio Alves vice-Presidente. (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 2, na proposta de governo de Sofia Manzano (PCB) à Presidência da República, oito termos aparecem 58 vezes, sendo que Comunicação aparece 14 vezes, dando enfoque à Política de Comunicação no tópico 20 da parte 1 da proposta. A cultura aparece 15 vezes, valorizando-a como direito. Já a informação, aparece duas vezes, voltada para as tecnologias de informação. Ou seja, a candidata não ignora a importância do direito dos brasileiros em relação à comunicação, à cultura e à informação.

### **Soraya Thronicke (União Brasil) e Proposta de Plano de Governo da candidata à Presidência da República Soraya Thronicke (2023-2026)**

A candidata à Presidência do Brasil, Soraya Vieira Thronicke, nasceu na cidade de Dourados, em Mato Grosso do Sul (MS), em 1973. É advogada, filiada ao partido político União Brasil, sendo senadora. Obteve 0,51% dos votos (600.955).

A “Proposta de Plano de Governo da candidata à Presidência da República Soraya Thronicke (2023-2026)” tem 73 páginas, é dividido em 10 tópicos: Economia; Educação, Ciência, Tecnologia e Inovação; Saúde; Assistência Social; Desenvolvimento Ambiental e Sustentável; Agricultura e Segurança Alimentar; Defesa Civil Corpo de Bombeiros; Segurança Pública; Esporte; Cultura.

A Tabela 3 mostra como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados no projeto de Soraya Thronicke (União Brasil), enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 3 - Análise da proposta de governo de Soraya Thronicke (União Brasil)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	1	P.2
Direito	3	P. 6, 24, 34 e 66
Direitos	4	P. 28, 54 e 61
Comunicação	1	P.29
Informação	4	P.26, 27, 36 e 64
Cultura	10	P.4, 18, 19, 23, 48, 71 a 73
Cultural	8	P.6, 71 a 73
Culturais	8	P.6, 9, 72 e 73
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	.

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Proposta de Plano de Governo da candidata à Presidência da República Soraya Thronicke (2023-2026). (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 3, oito termos aparecem 38 vezes, sendo que Comunicação só aparece uma vez, ligada à Lei geral do Esporte. A cultura aparece 10 vezes e suas variáveis oito vezes, voltadas para políticas culturais integradas a outros ministérios. Já a palavra “informação”, aparece quatro vezes, mas aliada à segurança e sistemas de informação. Ou seja, a candidata não se preocupa com o direito e a democratização à cultura, comunicação e informação.

### **Vera Lúcia (PSTU) e o projeto “Um Programa Socialista para o Brasil!”**

A candidata à Presidência do Brasil, Vera Lúcia Pereira da Silva Salgado (PSTU), nasceu na cidade de Inajá, em Pernambuco (PE), em 1967, é formada em Ciências Sociais,

filiada ao Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU). Obteve 0,02% dos votos (25.625).

O projeto “Um Programa Socialista para o Brasil!”, de candidatura de Vera Lúcia (PSTU), tem 26 páginas, sendo dividido em 25 partes. Na Tabela 4 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 4 - Análise da proposta de governo de Vera Lúcia (PSTU)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	0	Não aparece
Direito	10	P.6, 10, 12, 18, 20 e 22.
Direitos	11	P.1,2, 16 a 18 e 26.
Comunicação	0	Não aparece
Informação	0	Não aparece
Cultura	6	P. 12, 14, 15, 20 e 26.
Cultural	5	P.10, 14 e 15
Culturais	1	P.11
TOTAL	33	-

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Um Programa Socialista para o Brasil! (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 4, cinco termos aparecem 33 vezes, sendo que Comunicação e Informação não aparecem. Cultura aparece seis vezes e suas variáveis também seis vezes, mas não se menciona a recriação do Ministério da Cultura e políticas culturais para toda a sociedade. Algo complexo. Pois, a candidata não se preocupa com a cultura, a comunicação e a informação como direitos dos cidadãos.

### **Ciro Gomes (PDT) e seu projeto**

O candidato à Presidência do Brasil, Ciro Gomes (PDT), nasceu em 1957 na cidade paulistana de Pindamonhangaba. Depois de formado em Direito, passou a exercer, simultaneamente, a advocacia e o magistério. Após dois mandatos como deputado estadual, foi eleito prefeito de Fortaleza em 1988, Ministro da Fazenda, no governo Itamar

Franco, e de Integração Nacional, do primeiro governo Lula. Em 2006, elegeu-se deputado federal. Disputou a presidência do Brasil em 1998, 2002, 2018 e 2022, sendo as duas últimas candidaturas pelo PDT, partido ao qual está filiado desde 2015. Obteve 3.599.287 votos, ficando em 4º lugar no 1º turno com 3,04% dos votos.

O projeto “Linhas gerais do Programa de Governo de Ciro Gomes, do PDT, à Presidência da República em 2022” está organizado em 13 seções e conta com 26 páginas. Na Tabela 5 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc., quantas vezes e em qual tópico do projeto foram destacados.

Tabela 5 - Análise da proposta de governo de Ciro Gomes (PDT)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	1	P.22
Direito	2	P.18 e 21
Direitos	8	P.3,4, 6, 18, 20 e 21
Comunicação	2	P. 3 e 18
Informação	3	P. 17, 18 e 23
Cultura	12	P.3,4, 10, 11, 21 a 23
Culturas	1	P.22
Culturais	2	P.22
TOTAL	31	.

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Linhas gerais do Programa de Governo de Ciro Gomes, do PDT, à Presidência da República em 2022 (TSE, 2023a).

Como se pode observar na Tabela 5, oito termos aparecem 31 vezes. Verificou-se que a proposta destaca uma seção para tratar da cultura, prometendo a criação de programas para garantir o acesso à internet a toda a população brasileira, além de prever o investimento na democratização do acesso aos serviços culturais. O candidato mostra uma certa preocupação com o direito à cultura, mas não destaca a comunicação e a informação.

### **José Maria Eymael (DC) e suas diretrizes**

O candidato à Presidência do Brasil, José Maria Eymael, nasceu na cidade de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul (RS), em 1939. É advogado, empresário e político, filiado ao partido político Democracia Cristã (DC). Foi deputado federal e concorreu à

Presidência da República pelo atual partido Democracia Cristã em 1998, 2006, 2010, 2014, 2018 e 2022. Obteve 0,01% dos votos (16.604).

O programa de governo do candidato José Maria Eymael (DC) para as eleições à Presidência da República de 2022, chamado “Diretrizes Gerais de Governo para Construir um Novo e Melhor Brasil”, aborda 25 temas e conta com nove páginas. Na Tabela 6 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 6 - Análise da proposta de governo de José Maria Eymael (DC)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	0	Não aparece
Direito	6	P. 5 - 7
Direitos	1	P.7
Comunicação	0	Não aparece
Informação	0	Não aparece
Cultura	4	P.4
Cultural	1	P.4
Culturais	2	P.4
TOTAL	14	Introdução e Eixos 1, 3 e 4.

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Diretrizes Gerais de Governo para Construir um Novo e Melhor Brasil. (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 6, na proposta de governo de José Maria Eymael (DC) à Presidência da República, cinco termos aparecem 14 vezes, sendo que Comunicação e Informação não aparecem. Verifica-se que o candidato não pretende promover a democratização e o direito à cultura, à informação e à comunicação, uma vez que seu programa de governo não aborda tais direitos. No que tange à cultura, faz previsões genéricas sobre investimento em cultura, sem especificar como seria feito.

### **Felipe D'Avila (Novo) e o projeto “Um Novo Brasil para Todos 2023 – 2026”**

O candidato à Presidência do Brasil, Luiz Felipe Chaves D'Avila, nasceu em 1963 na cidade de São Paulo (SP). É administrador, cientista político, professor e escritor brasileiro. Fundou o Centro de Liderança Pública (CLP), foi coordenador do programa de

governo de Geraldo Alckmin para a Presidência em 2018 e diretor-superintendente da editora Abril. Em 2022, disputou a eleição presidencial pela primeira vez pelo Partido Novo. Obteve 0,47% dos votos (559.708).

O programa de governo do candidato Felipe D’Avila para as eleições à Presidência da República de 2022, chamado de “Um Novo Brasil para Todos 2023 – 2026”, conta com 36 páginas e está dividido numa seção inicial intitulada de “Convite para um novo Brasil”, seguida por 10 metas de governo. Na Tabela 7 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 7 - Análise da proposta de governo de Felipe D'Avila (Novo)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	0	Não aparece
Direito	3	P. 10, 29 e 32
Direitos	12	P.11, 32 e 33
Comunicação	2	P.29
Informação	11	P.13, 19, 21, 24, 25, 29 e 33
Cultura	10	P.30 – 33
Cultural	4	P.30 – 33
Culturais	2	P.30 – 33
TOTAL	44	-

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Um Novo Brasil para Todos 2023 – 2026. (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 7, sete termos aparecem 44 vezes, sendo que Comunicação só aparece duas vezes. Verifica-se que o programa de governo não aborda especificamente o tema da democratização do acesso à cultura, reservando-se à uma abordagem mais mercadológica do setor. Por outro lado, o candidato propõe a criação de programas que visam garantir acesso à internet. Ou seja, o candidato não leva em consideração a cultura, a comunicação e a informação como direitos dos brasileiros.

### **Leonardo Péricles (UP) e sua proposta de governo**

O candidato à Presidência do Brasil, Leonardo Péricles Vieira Roque, nasceu em 1981 em Belo Horizonte, Minas Gerais (MG). Foi um dos fundadores e o primeiro presidente da Associação Metropolitana dos Estudantes Secundaristas de Belo Horizonte

(AMES-BH). Desde 2011 faz parte do Movimento de Luta nos Bairros, Vilas e Favelas (MLB), sendo um dos líderes nacionais. Em 2014 se tornou Presidente Nacional da Unidade Popular (UP). Obteve 53.519 votos, ou seja, 0,05%.

O projeto “Proposta de governo de Leonardo Péricles” contém 12 páginas, sendo dividido em duas partes: Propostas emergenciais, com seis diretrizes, e Propostas estruturantes, com 23 diretrizes. Na Tabela 8 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 8 - Análise da proposta de governo de Leonardo Péricles (UP)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	4	P. 5 - 7
Direito	0	Não aparece
Direitos	5	P.2, 6 - 8
Comunicação	3	P.5 e 7
Informação	0	Não aparece
Cultura	4	P. 3,4, 6, 7 e 9
Cultural	2	P. 7 e 9
Culturais	3	P. 7 e 9
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>Introdução e Eixos 1, 3 e 4</b>

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Proposta de governo de Leonardo Péricles. (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 8, na proposta de governo de Leonardo Péricles (UP) à Presidência da República, seis termos aparecem 21 vezes. Apesar de o termo Informação não aparecer, apresenta propostas que podem promover a democratização e o direito à cultura e à comunicação. Entretanto, diante de episódios graves causados por informações falsas divulgadas nas redes digitais, faz-se necessário que o direito à informação (verdadeira) entre na pauta do candidato.

### **Pablo Marçal (PROS) e seu plano de governo**

O candidato à Presidência do Brasil, Pablo Marçal (PROS) nasceu em Goiânia (GO), em 1987, é escritor e empresário. Nas eleições de 2022 teve sua candidatura à presidência indeferida pelo Tribunal Superior Eleitoral em 6 de setembro de 2022. Mas,

como seu projeto é disponibilizado na plataforma do TSE, faz-se necessário entender o conteúdo proposto.

O projeto “Plano de Governo 2023 - 2026/40 anos de crescimento em 4 anos de governo - 40 em 4 - Marçal” tem 108 páginas e é dividido em cinco partes: Tríade do Plano de Governo; 12 perfis do brasileiro; a curva de vida do brasileiro - direitos e garantias; programas, garantias e investimento; propostas de desenvolvimento por regiões. Na Tabela 9 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 9 - Análise da proposta de governo de Pablo Marçal (PROS)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	0	Não aparece
Direito	4	P. 35
Direitos	7	p.33, 37, 30, 51
Comunicação	4	P.46, 69, 80 e 87
Informação	5	P.59, 66, 70, 84 e 106
Cultura	13	P.13, 19, 43, 79, 81, 92 e 106
Cultural	2	P.43
Culturais	0	Não aparece
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>-</b>

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Plano de Governo 2023 - 2026/ 40 anos de crescimento em 4 anos de governo - 40 em 4 - Marçal. (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 9, na proposta de governo de Pablo Marçal (PROS) à Presidência da República, seis termos aparecem 35 vezes. Entretanto, o candidato, mesmo tendo uma uma plataforma em que um dos pilares é a virtualização, traz como proposta a criação de vários aplicativos e plataformas para que se tenha uma comunicação direta com a sociedade e entre a sociedade, mas não é possível detectar um engajamento do candidato com pretensão de promover a democratização e o direito à cultura, à informação e à comunicação. Nota-se um plano de governo com uma mentalidade empresarial e empreendedora de todos os setores da sociedade brasileira, em que todos são empreendedores de si próprio.

## **Roberto Jefferson (PTB) e Padre Kelmon (PTB) e o Plano de governo 2023 - 2026 - Presidente Bob Jeff 14**

O candidato à Presidência do Brasil, Roberto Jefferson (PTB), nasceu em Petrópolis, no Rio de Janeiro, em 1953. Foi filiado ao MDB no período de 1971 a 1980, passou pelo PP e se filiou ao PTB, partido que presidiu de 2003 a 2005. Foi deputado federal e cassado pela Câmara dos Deputados em 2005 pelo envolvimento no Mensalão, sendo condenado em novembro de 2012 a 7 anos e 14 dias de prisão pela venda de votos, mas três anos depois ganhou a liberdade condicional. Em agosto de 2021 foi preso por ameaças aos ministros do STF, mas como estava com problemas de saúde, foi transferido para prisão domiciliar em janeiro de 2022. Nas eleições de 2022 o Tribunal Superior Eleitoral negou o registro de Roberto Jefferson como candidato ao cargo de Presidente, ficando inelegível para disputar qualquer eleição até 24 de dezembro de 2023. Foi substituído pelo Padre Kelmon.

O candidato Kelmon Luis da Silva Souza nasceu na cidade de Acajutiba, na Bahia, foi padre e hoje é político filiado ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). Mesmo com problemas com as instituições religiosas por onde passou, em outubro de 2021 fundou o Movimento Cristão Conservador Latino-Americano (MECCLA), sendo primeiro presidente. No primeiro turno das eleições obteve 0,07%, ou seja, 81.129.

O "Plano de governo 2023 - 2026 - Presidente Bob Jeff 14", de candidatura de Padre Kelmon (PTB), tem 12 páginas e é dividido em nove partes: Liberdade como princípio; caminhos para um Estado mínimo necessário; no aspecto político; nas relações de capital e trabalho; na educação; no aspecto econômico; no aspecto do meio ambiente; nas relações internacionais; conheça o PTB. Na Tabela 10 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

TABELA 10 - Análise da proposta de governo de Padre Kelmon (PTB)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	0	Não aparece
Direito	3	P.1,5 e 7
Direitos	4	P.3,5,7 e 11
Comunicação	0	Não aparece
Informação	1	P.6
Cultura	0	Não aparece
Cultural	1	P.7
Culturais	0	Não aparece
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Plano de governo 2023 - 2026 - Presidente Bob Jeff 14. (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 10, quatro termos aparecem nove vezes, sendo que Comunicação não aparece. Verificou-se que no plano de governo não se tem nenhuma menção à democratização e ao direito à cultura, à informação e à comunicação. Isso é preocupante porque a Constituição federal de 1988 mostra a importância da cultura, comunicação e informação como direitos dos brasileiros.

### **Jair Bolsonaro (PL) e seu projeto “Pelo Bem do Brasil - Plano de governo 2023 - 2026 - Bolsonaro”**

O candidato à reeleição à Presidência do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, nasceu em 1955 na cidade de Campinas, em São Paulo. Capitão reformado do Exército, foi deputado federal de 1991 a 2019 pelo Rio de Janeiro, passando por partidos como PDC, PPR, PPB e PP e Presidente do Brasil no período de 2019 a 2022 pelo PSL. Em 2022 disputou a reeleição, mas perdeu para Lula, do PT. Obteve no 1º turno 43,2% dos votos (51.072.345), ficando em 2º lugar, atrás de Lula (PT). No 2º turno, Bolsonaro obteve 58.206.354 votos, ou seja, 49,10% dos votos, perdendo a eleição para o candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

O projeto “Pelo Bem do Brasil - Plano de governo 2023 - 2026 - Bolsonaro” contém 48 páginas e está dividido em: valores e princípios centrais do plano de governo, fundamentação estratégica e plano de governo e conclusão. Na Tabela 11 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 11 - Análise da proposta de governo de Bolsonaro (PL)

Termo	Quantidade	Tópico do projeto
Democratização	8	P.18, e 24 - 28
Direito	27	P.6-8, 10, 15-17, 20-22, 27-32, 34, 39-40, 43-45,48
Direitos	31	P.6-8, 10, 15-17, 20-22, 27-32, 34, 39-40, 43-45,48
Comunicação	1	P. 24
Informação	15	P.13, 22, 24, 27 e 42-44
Cultura	17	P.10, 15, 18, 22, 23, 26, 27, 40-42 e 45
Cultural	17	P.10, 15, 18, 22, 23, 26, 27, 40-42 e 45
Culturalidade	1	P.39
TOTAL	117	-

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Pelo Bem do Brasil - Plano de governo 2023 - 2026 - Bolsonaro (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 11, oito termos aparecem 117 vezes. No entanto, verifica-se que no documento mostra-se que não há intenção em promover a democratização e o direito à cultura, à informação e à comunicação, pois, apesar de haver uma série de menções às palavras “cultura” e “direitos” e da previsão genérica de “maximizar o investimento na cultura brasileira”, não há proposta específica para a questão da democratização do acesso a tais direitos. Além disso, é importante destacar que, durante o governo de Bolsonaro (2019 a 2022), a área cultural foi reduzida a uma secretaria de um Ministério e as instituições culturais ficaram sem investimentos públicos e quase foram fechadas. As áreas de comunicação e de informação também foram deixadas de lado e a desinformação se destacou no país, prejudicando a população brasileira.

### **Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e o projeto “Vamos juntos pelo Brasil - Diretrizes para o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil / Lula e Alckmin 2023-2026 / Coligação Brasil da esperança”**

O candidato à Presidência do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, nasceu em 1945 na cidade de Garanhuns, em Pernambuco (PE). Em 1975 e 1978 foi presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema. Em 10 de fevereiro de 1980 fundou o Partido dos Trabalhadores (PT). Foi deputado federal e em 1989, 1994 e 1998 foi candidato à Presidência da República. Em 2002 foi eleito Presidente da

República Federativa do Brasil, sendo reeleito em 2006. Em 2022, Lula foi eleito com 50,9% dos votos e em 1º de janeiro de 2023 assumiu o seu terceiro mandato como Presidente do Brasil.

O projeto “Vamos juntos pelo Brasil - Diretrizes para o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil / Lula e Alckmin 2023-2026 / Coligação Brasil da esperança” tem 21 páginas e é dividido em quatro tópicos: Vamos juntos pelo Brasil – compromissos para a reconstrução e transformação do país; Desenvolvimento Social e Garantia de Direitos; Desenvolvimento Econômico e Sustentável Socioambiental e Climático; e Defesa da Democracia e Reconstrução do Estado e da Soberania. Na Tabela 12 verifica-se como os temas democratização da comunicação, da cultura e da informação foram tratados, enumerando os termos democratização, direito, comunicação, informação e cultura, além de suas variações: cultural, culturais etc. e quantas vezes foram destacados.

Tabela 12 - Análise da proposta de governo de Luiz Inácio Lula da Silva (PT)

<b>Termo</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Tópico do projeto</b>
Democratização	4	P.6,13 e 20
Direito	21	P. 3 - 10, 13 - 15, e 17 - 20
Direitos	28	P. 3 - 10, 13 - 15, e 17 - 20
Comunicação	4	P.9 e 20
Informação	5	P.8,9, 19 e 20
Cultura	14	P.2,3,6,7, 9 e 15
Cultural	2	P.6
Culturais	2	P.6
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	-

Fonte: CABRAL, ARANHA, LOUBACK, ARAÚJO (2023) e TSE - Vamos juntos pelo Brasil - Diretrizes para o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil /Lula e Alckmin 2023-2026 / Coligação Brasil da esperança (TSE, 2023).

Como se pode observar na Tabela 12, na proposta de governo de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) à Presidência da República, oito termos aparecem 80 vezes. Verificou-se que foi organizado a partir de subsídios e contribuições das forças democráticas e progressistas que compõem a Coligação Brasil da Esperança, formada pelos partidos políticos PT, PSB, PCdoB, PV, PSOL, REDE, SOLIDARIEDADE, AVANTE e AGIR,

demonstrando compromisso de promover a democratização e o direito à cultura, à informação e a comunicação.

Na diretriz 118 o programa ressalta: “o direito de acesso à informação e aos meios de comunicação é essencial numa sociedade democrática, orientada pelos direitos humanos e para a soberania” (p.20). No que tange ao direito à cultura, na diretriz 25 destaca-se: “defendemos amplo direito à cultura, com o fortalecimento das instituições culturais e a recomposição do financiamento e do investimento, criando condições para a qualificação, ampliação e criação de políticas culturais (...)” (p.6).

É importante ressaltar que o candidato Lula vem colocando em prática as diretrizes propostas em seu programa de governo. Isso pode ser detectado no artigo “Direito e democratização da comunicação e da cultura no projeto de Lula para presidente do Brasil em 2022”, escrito e apresentado por Eula D.T.Cabral no XVIII Congresso IBERCOM, que aconteceu na Universidad Nur, em Santa Cruz de la Sierra (Bolívia), em outubro de 2023.

### **Considerações finais**

É importante ressaltar que a democratização da comunicação, da cultura e da informação são fundamentais para se promover o direito comunicacional, cultural e informacional no Brasil. Das 12 propostas de governo, a que mais se aproximava da realidade brasileira era a do governo do Partido dos Trabalhadores (PT).

Com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) muita coisa já mudou no Brasil. A área de Cultura voltou a ser prioridade do governo federal, recriando o Ministério da Cultura (MinC) e investindo em políticas culturais públicas. No que tange à informação, o atual governo vem criando legislação para combater à desinformação no país, proteção dos dados e controle das plataformas digitais. Já em relação aos meios de comunicação, principalmente em relação à regulação do Capítulo V da Constituição federal de 1988, pouco vem sendo tratado.

Independente das intrigas políticas no Brasil, não se pode ignorar que a concentração da mídia brasileira é algo sério, uma vez que não promove a diversidade cultural e não se permite que haja democratização na cultura, na comunicação e na informação. Também deve-se ressaltar que a Constituição federal de 1988 ressalta a comunicação, a informação e a cultura como direitos de todos os brasileiros. E isso é algo que os candidatos à Presidência da República não podem ignorar. Precisam atuar em prol do bem-estar dos brasileiros.

## Referências bibliográficas

- BARKER, Chris. **Televisión, globalización e identidades culturales**. Paidós: Barcelona, 2003.
- BITELLI, Marcos Alberto S. **O direito da comunicação e da comunicação social**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.
- BRASIL. **Constituição federal de 1988**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CABRAL, Eula D.T. **Direito e democratização da comunicação e da cultura no projeto de Lula para presidente do Brasil em 2022**. DTI 2 – Comunicação, Política e Economia Política. XVIII Congresso IBERCOM, Universidad Nur, Santa Cruz de la Sierra (Bolívia), outubro de 2023.
- CABRAL, Eula D.T. **Cultura, Comunicação e Informação na era digital**. Rio de Janeiro: FCRB, 2021. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em: 8 mai.2023.
- CABRAL, Eula D.T. **Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados**. Rio de Janeiro: FCRB, 2020. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em: 8 mai.2023.
- CABRAL, Eula D.T. (org.). **Marcas do bicentenário da Independência do Brasil: Cultura, Informação e Comunicação**. Coleção Comunicação, Cultura e Informação - Vol.4. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2022.
- CABRAL, Eula D.T. (org.). **Nos trilhos da cultura e da comunicação**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022.
- CABRAL, Eula D.T. (org.). **Nos rastros da Cultura, da Comunicação e da Informação**. Coleção Comunicação, Cultura e Informação - Vol.3. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2022.
- CABRAL, Eula D.T. (org.). **Trajetórias culturais e arranjos midiáticos**. Coleção Comunicação, Cultura e Informação - Vol.1. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2021.
- CABRAL, Eula D.T. (org.). **Comunicação, Cultura e Informação em perspectiva**. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2020.
- CABRAL, Eula D.T. (org.). **Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação**. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2020.
- CABRAL, Eula D.T., CABRAL FILHO, Adilson V. (org.). **O tecido social da Comunicação, da Cultura e da Informação**. Coleção Comunicação, Cultura e Informação - Vol.2. Divinópolis: Meus Ritmos Editora, 2021.
- CABRAL, Eula D.T., RODRIGUES, Karen B.S., NASCIMENTO, Luana M. **Cultura nos programas de governo dos candidatos à presidência da República de 2018** In: CABRAL, Eula D.T. (org). **Comunicação, Cultura e Informação em perspectiva**. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2020. P.58 - 72.
- CABRAL, Eula D.T., FREIRE, Cíntia A. dos S., ALVES, Thainá Q. **A cultura e as políticas culturais nos programas de governo do PT e do PDT nas eleições presidenciais de 2018**. In: CABRAL, Eula D.T. (org). **Comunicação, Cultura e Informação em perspectiva**. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2020. P.73-88.

- CABRAL FILHO, Adilson Vaz. **Nossa TV digital**: o cenário internacional da apropriação social da digitalização da TV. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.
- CABRAL FILHO, Adilson V., CABRAL, Eula D.T.Cabral. A contribuição da apropriação social das TIC's para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil. **Redes.com**: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación. N.4, 2007. P. 131-142. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/281703>. Acesso em 13 jul.2023.
- CARVALHO, Marcella S. Cultura, Constituição e direitos culturais. IN: CUNHA FILHO, Francisco Humberto, BOTELHO, Isaura, SEVERINO, José Roberto. **Direitos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2018.
- LEAL FILHO, Laurindo. **A TV sob controle**: a resposta da sociedade ao poder da televisão. São Paulo: Summus, 2006
- LINDGREN-ALVES, José Augusto. **É preciso salvar os direitos humanos**. SP: Perspectiva, 2018.
- MELO, José Marques de e SATHLER, Luciano. **Direitos à comunicação na sociedade da informação** (orgs). São Bernardo do Campo: Metodista, 2005.
- STEINBERGER, Margarethe. Para uma Economia Política das Representações Culturais na América Latina. IN HAUSSEN, Doris F, BRITTOS, Valério B. **Economia Política, Comunicação e Cultura**: aportes teóricos e temas emergentes na agenda política brasileira. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.
- TSE. **Divulgação de candidaturas e contas eleitorais**. Disponível em <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/estados/2022/2040602022/BR/candidatos>. Acesso em 9 abr.2023.
- TSE. **Princípios, Diretrizes e Compromissos**. Simone Tebet (MDB). Disponível em <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/280001607833/pje-c6a5300b-Proposta%20de%20governo.pdf>. Acesso em 9 abr.2023
- TSE. **Programa Político do PCB para as Eleições 2022**. Candidatura De Sofia Manzano à Presidente e Antonio Alves Vice-Presidente. Disponível em <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/890829/programa.pdf>. Acesso em 9 abr.2023.
- TSE. **Proposta de Plano de Governo da candidata à Presidência da República Soraya Thronicke (2023-2026)**. Disponível em [https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/913738/5\\_1660315476677.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/913738/5_1660315476677.pdf). Acesso em 9 abr.2023.
- TSE. **Um Programa Socialista para o Brasil!** Disponível em [https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/898012/5\\_1659739349964.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/898012/5_1659739349964.pdf). Acesso em 9 abr.2023.
- TSE. **Linhas gerais do Programa de Governo de Ciro Gomes, do PDT, à Presidência da República em 2022**. Disponível em [https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/882713/5\\_1659989903215.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/882713/5_1659989903215.pdf). Acesso em 9 abr.2023.
- TSE. **Diretrizes Gerais de Governo para Construir um Novo e Melhor Brasil**. Disponível em <

[https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/914331/5\\_1660324288072.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/914331/5_1660324288072.pdf)>. Acesso em 9 abr.2023.

**TSE. Um Novo Brasil para Todos 2023 – 2026.** Disponível em <[https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/892517/5\\_1659557501045.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/892517/5_1659557501045.pdf)>. Acesso em 9 abr.2023.

**TSE. Proposta de governo de Leonardo Péricles.** Disponível em <<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/884623/PROPOSTAS.pdf>>. Acesso em 9 abr.2023.

**TSE. Plano de Governo 2023 - 2026/ 40 anos de crescimento em 4 anos de governo - 40 em 4 - Marçal.** Disponível em <[https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/891445/5\\_1659339174798.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/891445/5_1659339174798.pdf)>. Acesso em 9 abr.2023.

# **A Cultura voltou: O plano de governo do Presidente Lula para a área cultural**

Eula D.T.Cabral  
Larissa Gama Louback

A cultura ganhou com a Constituição Federal de 1988 um diferente status legal e constitucional. Isso porque, em que pese sua previsão em outras constituições brasileiras pretéritas, foi com a Constituição Cidadã que a cultura ganhou uma seção específica, sendo erigida também ao status de direito fundamental.

Diferentemente dos direitos de primeira dimensão (civis e políticos), que são aqueles que galgam o pleno exercício com a necessária abstenção do Estado, ou seja, uma atuação negativa no sentido de não impedir o gozo pleno do direito, o direito à cultura é compreendido como um direito de segunda dimensão, ou seja, um direito social em essência.

Nessa noção geracional de Karel Vasak e compreendendo-se que as gerações/dimensões de direitos não pressupõem uma superação de uma etapa para outra, vale dizer que os direitos de segunda dimensão são aqueles que, para o alcance do ideal constitucional, é necessária uma atuação positiva do Estado. Daí encaixar o direito à cultura nessa dimensão, posto que, para a sua concretização, são necessárias políticas públicas, culturais e sociais, além de regulamentações por parte da legislação infraconstitucional que facultarão tal exercício. Assim, a cultura é um direito fundamental que se imiscuirá na sociedade por meio da ação conjunta do Estado e do corpo civil.

De acordo com Eula Cabral (2022, p.13), a cultura, mesmo tendo vários significados e empregos, está ligado ao direito do cidadão.

O termo cultura, cuja raiz da palavra é colere, ligando-se ao cultivo e até à proteção, foi se moldando com o passar do tempo e com o momento histórico. (...) Nos últimos anos, de acordo com a pesquisadora brasileira Marilena Chaui (2008, p.57), a cultura passou a ser compreendida como o campo no qual os sujeitos humanos elaboram símbolos e signos, instituem práticas e valores, além de instaurarem a ideia de lei. Definições que levam em consideração identidade, patrimônios materiais e imateriais até a ideia de um direito do cidadão.

E, como um direito, faz-se de vital importância entender como foi trabalhado na legislação e conduzido por cada representante político.

Ressalte-se a ideia de que surge novo Estado a cada nova Constituição, provenha ela de movimento revolucionário ou de assembleia popular. O Estado brasileiro de 1988 não é o de 1969, nem o de 1946, o de 1937, de 1934, de 1891 ou de, 1824. Historicamente é o mesmo. Geograficamente pode ser o mesmo. Não o é, porém, juridicamente. A cada manifestação constituinte, editora de atos constitucionais como Constituição, Atos Institucionais e até Decretos (veja-se o Dec. n. 1, de 15.11.1889, que proclamou a República e instituiu a Federação como forma de Estado), nasce o Estado. Não importa a rotulação conferida ao constituinte. Importa sua natureza. Se dele decorre a certeza de rompimento com a ordem jurídica anterior, de edição normativa em desconformidade intencional com o texto em vigor, de modo a invalidar a normatividade vigente, tem-se novo Estado. (TEMER apud LENZA, 2020).

Quando da promulgação da atual Constituição (1988), Ulysses Guimarães considerou que:

Há, portanto, representativo e oxigenado sopro de gente, de rua, de praça, de favela, de fábrica, de trabalhadores, de cozinheiras, de menores carentes, de índios, de posseiros, de empresários, de estudantes, de aposentados, de servidores civis e militares, atestando a contemporaneidade e autenticidade social do texto que ora passa a vigorar (GUIMARÃES, 1988).

Assim, a Constituição Federal de 1988 buscou consagrar essa junção social que, consiste, em essência, à verdadeira brasilidade: a diversidade cultural. De modo que as disposições sobre a Cultura se iniciam no artigo 216, preconizando-se que o Estado irá garantir o pleno exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes de cultura, valorizando a cultura nacional e suas manifestações. Além disso, o texto constitucional também dispõe acerca das manifestações culturais populares indígenas e afro-brasileiras, bem como de outros grupos que participam do processo civilizatório nacional.

A Constituição de 1988 deixou a cargo da legislação infraconstitucional a elaboração do Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual. Além da proteção do patrimônio material e imaterial, objeto de tutela tanto pela Constituição quanto pelo Decreto 25/1937, editado por Getúlio Vargas e que está em vigor até hoje, com importantes disposições sobre o patrimônio histórico e cultural, o tombamento etc.

### **A cultura sob o olhar do Presidente da República**

De acordo com os registros do TSE, 12 candidatos se registraram na disputa das eleições presidenciais, sendo quatro mulheres - Simone Tebet (MDB), Sofia Manzano (PCB), Soraya Thronicke (União Brasil) e Vera Lúcia (PSTU) - e oito homens: Ciro Gomes (PDT), José Maria Eymael (DC), Felipe D'Avila (Novo), Jair Bolsonaro (PL), Leonardo Péricles (UP), Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Pablo Marçal (PROS) e Roberto Jefferson (PTB) - substituído por Padre Kelmon. Disputaram o segundo turno os candidatos Lula e Bolsonaro, resultando no registro das urnas eletrônicas a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

Inicialmente, é importante ponderar que, segundo a Lei 9.504/1995, conhecida como Lei das Eleições, o artigo 11, parágrafo primeiro, inciso IX, prevê que, para registro da candidatura dos elegíveis aos cargos de Chefe do Poder Executivo (Presidente da República, Governador de Estado e Prefeito), é necessário a apresentação das propostas que serão defendidas pelos candidatos. Diante disso, conclui-se que tais propostas não se revestem de mera liberalidade ou discricionariedade do candidato, ao revés, é imposição legal.

Tal lei prevê que o período de registro de candidatura dos elegíveis será feita por meio dos partidos políticos e coligações até o dia 15 de agosto do ano em que se realizarem as eleições. Oportunidade em que o pedido de registro deve acompanhar, entre outros documentos, a proposta a ser defendida. Assim, de forma usual, os candidatos costumam apresentar suas propostas divididas em tópicos, como, por exemplo, saúde, educação, segurança pública, entre outras pautas que o candidato entenda como relevantes.

Diante da vitória do atual Presidente da República, Lula da Silva (2023-2026), neste artigo analisa-se como a cultura foi apresentada em seu projeto como candidato e o que foi implementado no período de janeiro a junho de 2023. Pois, com os desmatelamentos do governo anterior, a sociedade civil olha para seu representante político atual com a missão de reestruturar o sistema federal da cultura, recriar o Ministério da Cultura, aumentar o orçamento da pasta, proporcionar fomentos para os projetos culturais e permitir a participação popular nos rumos das políticas culturais.

A expectativa da sociedade brasileira por um novo panorama cultural democrático se dá depois de seis longos anos de perseguição e estigmatização ao setor cultural e do esvaziamento das políticas culturais, inclusive fomentando e criando aversão social. Pode-se registrar o marco inicial com a destituição da então presidente Dilma Rousseff e galgada de Michel Temer à Presidência da República em 2016, oportunidade em que no mesmo dia por meio da Medida Provisória nº 726, extinguiu-se o Ministério da Cultura, precedida de mobilização da sociedade civil, principalmente dos artistas e trabalhadores da cultura que, após 12 dias de manifestações, conseguiram a recriação do Ministério da Cultura (MinC) através da Medida Provisória nº 728. Porém, mesmo com adiamento da dissolução do MinC, um legado foi deixado: a redução de verbas no setor cultural foi drástica, chegando-se a reduzir mais de 40% dos investimentos na pasta.

Logo em seguida, houve a vitória do candidato a presidente Jair Messias Bolsonaro, em que, aparentemente, o país vinha sendo preparado para este momento – a

ascensão da direita - desde a alçada de Temer no governo. Assim, Bolsonaro foi eleito por meio de um discurso autoritário e conservador onde o setor cultural se tornou uma grande vítima, resultando em criminalização e perseguição aos artistas e trabalhadores da área cultural.

Em 2019, o MinC foi reduzido a uma secretaria especial ligada primeiramente ao Ministério da Cidadania e depois ao Ministério do Turismo. O governo Bolsonaro (2019-2022) conduziu as políticas culturais negando-lhe a sua essência de direito fundamental; suas investidas e ações desmantelaram o setor, impactando de forma colossal toda a estrutura que se vinha construindo ao longo dos últimos anos com a redemocratização. Fato é que, além das ações, ou melhor, das omissões na cultura, o governo também foi ativo no sentido de desacreditar o setor no meio social, com severas críticas à Lei Rouanet, estigmatizando aqueles que se debruçam na atividade cultural, bem como na ciência.

### **As propostas do Presidente Lula para a Cultura**

O candidato à Presidência do Brasil e, agora, Presidente da República Federativa do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, nasceu em 1945 na cidade de Garanhuns, em Pernambuco (PE), onde permaneceu até 1956, quando se mudou com sua família para São Paulo. Na cidade paulista, Lula exerceu ofícios como engraxate e office-boy.

Aos 17 anos, como operário em fábrica de metalurgia, Lula perdeu seu dedo mínimo da mão esquerda. Nesta época, o cenário brasileiro estava sob repressão, configurado pela ditadura militar (1964-1985), levando o jovem metalúrgico a frequentar as reuniões do sindicato, tornando-se membro da diretoria em 1969 e presidente em 1975.

Em 1980, em meio à ditadura, Lula cria o Partido dos Trabalhadores (PT), levando-o a ser eleito deputado federal e, em 1989, 1994 e 1998, candidato à Presidência da República. Em 2002 foi eleito Presidente da República Federativa do Brasil, sendo reeleito em 2006. Em 2022, com 50,9% dos votos, vence as eleições para Presidente da República e, em 1º de janeiro de 2023, assume o seu terceiro mandato como Presidente.

Como candidato à Presidente da República, lança o projeto “Vamos juntos pelo Brasil - Diretrizes para o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil / Lula e Alckmin 2023-2026 / Coligação Brasil da esperança”. Com 21 páginas, é dividido em quatro tópicos: Vamos juntos pelo Brasil – compromissos para a reconstrução e transformação do país; Desenvolvimento Social e Garantia de Direitos; Desenvolvimento Econômico e Sustentável Socioambiental e Climático; e Defesa da Democracia e Reconstrução do Estado e da Soberania.

É importante ressaltar que a história registra que Lula é o primeiro operário a ocupar a Presidência da República e sua jornada política no Brasil, sobretudo enquanto Presidente, é marcada por projetos sociais, voltados à educação e às populações mais carentes.

Seus dois governos são marcados principalmente pela implementação bem sucedida de programas de distribuição de renda, como o Bolsa Família, e de acesso dos mais pobres a linhas de crédito, salários mais altos, geração de empregos e melhor qualidade de vida em educação (Prouni, 14 universidades criadas...), moradia (Minha casa, minha vida), infra-estrutura e saneamento (Luz para Todos, Programa de Aceleração do Crescimento) e outros. A relação do governo com a população ganha uma outra qualidade, com a realização de mais de 70 conferências nacionais e a abertura sistemática do Palácio do Planalto a diferentes grupos da sociedade civil organizada. Reeleito para um segundo mandato, Lula realiza o feito inédito de eleger sua sucessora, Dilma Rousseff, e chega ao final do governo com recorde de popularidade: sua administração é aprovada por 87% da população em dezembro de 2010, diz o Ibope. As estatísticas de desemprego e de famílias abaixo da linha de pobreza são as menores desde o início dessas medições. (INSTITUTO LULA, 2023).

Ao se analisar a proposta de governo do Presidente Lula, “Vamos juntos pelo Brasil - Diretrizes para o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil / Lula e Alckmin 2023-2026 / Coligação Brasil da esperança”, a palavra cultura e suas derivações são mencionadas no total de 18 vezes. As propostas para cultura estão subdivididas em Diretrizes em que são direcionados os campos de atuação na área.

As menções da palavra cultura são inauguradas logo na segunda página, dentro da **diretriz 4**, contextualizando os últimos anos, em que a Cultura sofreu com perseguição e até mesmo criminalização. Na **diretriz 9**, o termo cultura vem como um compromisso que proteja as pessoas de todas as formas de violência, opressão, desigualdades, discriminações e que garanta o direito à vida, à liberdade, à memória e à verdade. Na **diretriz 25**, presente na seção do Desenvolvimento Social e Garantia de Direitos, o termo cultura e palavras correlatas - cultural/culturais, etc - aparece 8 vezes, sendo a vigésima-quinta diretriz a que defende o direito à cultura e o fortalecimento de políticas culturais e da dinamização da economia da cultura. Na **diretriz 26** defende-se a implementação do Sistema Nacional de Cultura e a descentralização de recursos para Estados e municípios, atendendo-se ao ideal constitucional.

Seguindo, a **diretriz 28** aborda o incentivo ao protagonismo dos atletas e o fortalecimento da gestão pública do sistema esportivo, onde o termo cultura emerge no sentido da promoção de uma cultura da paz na área esportiva. A **diretriz 40** ressalta o comprometimento com a proteção dos direitos e cultura dos povos originários. Já a **diretriz 42**, diz respeito à juventude, inclusive, com o compromisso de viabilizar novas oportunidades para os jovens, com acesso à educação e à cultura.

A **diretriz 43** evidencia as garantias e direitos às pessoas com deficiência, onde o termo cultura aparece como um compromisso do estado de garantir o acesso às pessoas com deficiência e suas famílias à cultura. Na **diretriz 84**, constante no Tópico de Desenvolvimento Econômico e Sustentável Socioambiental e Climático, é registrada a importância de o Brasil adotar estratégias econômicas na área da economia da cultura para ingresso na era do conhecimento. Por fim, a **diretriz 86** traz como compromisso o estímulo à indústria do turismo, por meio da valorização da cultura.

### **Da implementação das propostas**

O novo governo, que se iniciou em 1 de janeiro de 2023, trouxe novo fôlego à área da cultura brasileira, cujo frágil pulmão havia sido combalido no governo anterior. Assim, cumprindo uma promessa de campanha, o Presidente Lula assinou o Decreto 11.336/2023, já em 1 de janeiro de 2023, reestabelecendo o Ministério da Cultura (MinC) e dispondo sobre seus cargos e competências.

Em sua campanha, o Presidente já havia mencionado o nome da cantora baiana e fundadora da Associação Fábrica Cultural, Margareth Menezes, para chefiar o Ministério. E assim foi feito. A posse da Ministra ocorreu no dia 2 de janeiro de 2023, em cerimônia, no Museu Nacional da República, em Brasília.

A nomeação de Margareth Menezes como Ministra da Cultura foi considerada importante para a maior parte da sociedade civil que vê em Margareth um símbolo de vozes outrora silenciadas: mulher, negra e nordestina

A página virtual do Ministério da Cultura também foi estruturada e a notícia de 14 de fevereiro de 2023 registra as medidas da Ministra em relação aos atos antidemocráticos ocorridos em janeiro, no Distrito Federal, realizado por revoltosos quanto ao resultado da eleição, culminando na depredação do patrimônio público na praça dos Três Poderes. A notícia relata o repúdio da Ministra e determinação de diligências junto ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Como é possível verificar, os primeiros seis meses de 2023 foram turbulentos no Brasil. Em janeiro, os atos antidemocráticos ocasionaram a Intervenção Federal no Distrito Federal, que se constituiu em um estado de exceção. Também, a descoberta com a crise humanitária vivenciada pelos Yanomami, onde “570 crianças de até 5 anos haviam morrido de doenças evitáveis, entre os anos de 2019 a 2022, da etnia Yanomami, no estado de Roraima” (MinC, 2023), contou com a solidariedade da Ministra da Cultura,

embora seja uma forma tímida e pouco prática de corresponder à Diretriz 40 da Proposta, vale transcrever a nota da Ministra, registrada no site do MinC<sup>33</sup>:

A cultura-mãe do Brasil é a dos povos originários, e que é tão bonita e diversa. Seus costumes e expressões estão impregnados no nosso dia a dia, em todas as regiões do país, e muitas vezes nem nos damos conta. Das inúmeras palavras do nosso vocabulário à culinária cotidiana, e em todas as nossas expressões artísticas tem DNA dos povos originários. Precisamos reconhecer e descobrir o Brasil escondido, fazer um mergulho na nossa alma enquanto povo. A nossa cultura foi forjada por um tripé de expressões e costumes indígenas, africanos e europeus, com todas as contendas dos conflitos históricos. Não podemos ignorar esse fato que, apesar de não estar na maioria dos livros, está na mistura sanguínea que corre nas veias do nosso povo.

De acordo com os registros feitos no site do Ministério da Cultura (MinC)<sup>34</sup>, no início de março de 2023 também foi divulgada uma importante parceria entre o MinC e o Banco do Brasil, resultando na liberação de R\$150 milhões para a área cultural, cujo anúncio ocorreu com a posse da primeira presidenta mulher do Banco do Brasil, Tarciana Medeiros.

Também em março de 2023, o MinC e o Banco do Nordeste celebraram parceria com o patrocínio de R\$10 milhões para projetos culturais. Tais parcerias reforçam o foco da Diretriz 25, objetivando o fortalecimento e desenvolvimento da cultura e suas políticas públicas, nos casos em tela, por meio de diálogos com o setor privado.

Algumas importantes Fundações do país também passaram por reconfigurações em seus quadros. É o caso da Fundação Nacional de Arte (FUNARTE), em que tomou posse a vereadora do PT da Bahia, Maria Marighella, como presidente. A Fundação Casa de Rui Barbosa também empossou seu novo presidente, Alexandre Santini, Secretário municipal das Culturas de Niterói (RJ), com cerimônia realizada no auditório da instituição no dia 24 de março<sup>35</sup>.

Ainda no Rio de Janeiro ocorreu em junho a reinauguração da Casa Euclides da Cunha, única casa cultural na cidade de Cantagalo, região serrana, promovida pela Fundação Anita Mantuano de Artes do Estado do Rio de Janeiro (FUNARJ), denotando-se um compromisso com a cultura de pequenos núcleos populacionais, caros aos habitantes locais.

A valorização e conservação do Cais do Valongo, sítio arqueológico localizado no Rio de Janeiro, também foi pauta no MinC, no mês de março. A importância dos sítios

---

<sup>33</sup> Disponível em <https://www.gov.br/cultura/pt-br/centrais-de-conteudo/sala-de-imprensa/notas-do-ministerio-da-cultura/nota-de-solidariedade-aos-yanomami-22-de-janeiro-de-2023>

<sup>34</sup> Disponível em [https://www.gov.br/cultura/pt-br/centrais-de-conteudo/sala-de-imprensa/pautas-e-releases-1?b\\_start:int=60](https://www.gov.br/cultura/pt-br/centrais-de-conteudo/sala-de-imprensa/pautas-e-releases-1?b_start:int=60)

<sup>35</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=s3jO5cSrY6c>

arqueológicos e monumentos históricos é incontestável e, sem dúvidas, fomenta o turismo, de forma que tais medidas apontam à diretriz 86, que visa o fortalecimento do turismo por meio da valorização cultural.

Até o presente momento, é possível vislumbrar a participação do Ministério em encontros na América Latina, celebração de parcerias, com a obtenção de verbas para o setor, que, segundo o MinC, já ultrapassam R\$2 bilhões, bem como abertura de editais voltados à área da cultura (atende à Diretriz 42) e reestruturação de órgãos.

Sobre um balanço nesses seis primeiros meses de Ministério (janeiro a junho de 2023), a Ministra pondera que: “estamos chegando em todos os lugares. O presidente Lula tem essa preocupação, essa meta de fazer uma melhoria na vida da população que mais precisa (...) Foi assustador, porque o fazer cultural, as políticas sociais, elas não se fazem de um dia para o outro (...)”. (MinC, 2023)<sup>36</sup>.

Abrindo o leque de informações, é de se verificar como a sociedade e a imprensa têm encarado o desempenho e atuação do Ministério. No caso da Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar n. 195), promulgada em 2022, dispôs sobre ações emergenciais ao setor da cultura, atingido de forma colossal pelas medidas de isolamento em virtude da pandemia do Covid-19. Tal lei previa, em síntese, o repasse de verbas para o audiovisual e a cultura, com o fim de amenizar os efeitos socioeconômicos.

A Folha de São Paulo noticiou que a Lei que, agora teve o repasse de verbas autorizado pelo MinC, tem encontrado desafios na adesão dos municípios que estão em mora quanto a apresentação de um projeto de ação; constando-se que 57% dos municípios brasileiros não haviam enviado seus projetos, dado apresentado em junho de 2023. Esses dados evidenciam um compromisso reflexo, ou melhor, um descompromisso com o setor cultural por parte de muitos municípios brasileiros que, diante da possibilidade de potencializar a cultura local, incidem numa mora que prejudica toda a localidade. Aliás, cultura é direito fundamental.

O audiovisual não foi abordado na proposta de governo do Presidente Lula, mas um antigo debate já enfrentado, inclusive nos Tribunais Superiores, diz respeito à cota de tela, onde o Supremo Tribunal Federal decidiu pela constitucionalidade do dispositivo (Medida Provisória 2.228-1) que determinava a obrigatoriedade de exibição mínima de filmes nacionais nos cinemas brasileiros.

---

<sup>36</sup> Disponível em <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/201cbrasil-e-o-13o-pais-que-mais-influencia-a-cultura-no-mundo201d-destaca-ministra>

Agora, a questão se estendeu ao *streaming*, e, segundo a Revista Veja, o MinC estuda possibilidade dessa cota para os serviços audiovisuais além do cinema. A medida é importante, tendo em vista que o mercado audiovisual funciona, quase que inteiramente, em sistemas de oligopólio, bastante concentrado. Evidenciando-se, assim, uma atuação para além das propostas de governo. Nesse sentido, diante de um panorama midiático complexo no Brasil, é importante que a democratização da comunicação, da informação e da cultura entrem em pauta, pois, de acordo com Adilson Cabral Filho e Eula Cabral (2007), são históricas bandeiras de luta dos movimentos sociais<sup>37</sup>.

Até o presente momento, a proposta de Cultura do Presidente Lula, no que diz respeito à diretriz 84, que prevê um diálogo com a sustentabilidade e o meio ambiente, ainda não se mostra concretizada. Em seis meses de atuação do novo Ministério, não foram encontradas efetivas ações nesse nicho.

Nessa esteira, a diretriz 42 também não protagoniza a atuação do Ministério. Tal diretriz prevê o fomento da cultura em prol de pessoas com deficiência. Possível ponderar que tais discussões estão entrando nas pautas dos encontros e congressos que o MinC participa.

Por derradeiro, a diretriz 40, sobre os povos originários, não se consolidou até o presente momento. A pasta aparentemente se sensibiliza com o tema, mas não se detectou planos efetivos disponíveis para consulta, em que pese tantos desafios enfrentados por tais indivíduos.

### **Considerações finais**

Como é possível perceber, algumas diretrizes encontram-se implementadas de fato, nesse curto tempo de seis meses de MinC. É o caso da diretriz 86, que prevê o fomento da cultura em conjunto ao turismo. É possível verificar uma atuação positiva da pasta nesse sentido, haja vista que há uma atenção ao patrimônio histórico e diálogo com o IPHAN, bem como a valorização de projetos desenvolvidos em museus, o que, inegavelmente, incentiva o turismo.

A diretriz 25, no que tange ao Sistema Nacional de Cultura e seu desenvolvimento, também está em funcionamento. É importante destacar que o Sistema tem cerne

---

<sup>37</sup> CABRAL FILHO, Adilson Vaz; CABRAL, Eula D.T. A contribuição da apropriação social das TIC's para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil. **Redes.com**: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación, Año 2007, Número 4. P. 131-142. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/revista/15691/A/2007>

constitucional e, em que pese as desinvestidas do governo anterior, que revelam um caráter que foge aos preceitos da Constituição Federal, o caminho, certamente, é longo. Trata-se da reestruturação de um setor. A diretriz 9 é apontada como uma forma de reprimir atos de violências às pessoas e aos grupos, no combate à discriminação, sendo esse um compromisso da cultura. Essa diretriz apresenta-se de forma axiológica.

Quanto à diretriz 25, que trata dos estímulos às políticas públicas, é possível vislumbrar o atendimento, principalmente no diálogo com o setor privado e na busca por patrocínio e investimentos. Sobre a diretriz 28, em que se preconiza o incentivo aos atletas e ao esporte, também não há protagonismo dessa pauta até o presente momento, podendo ser resumida em participações em seminários e afins.

Compreendendo-se os desafios da reestruturação de um setor, inclusive, quanto aos ataques da própria sociedade, que, movida por um apelo de negligência ao setor cultural dos últimos 4 anos, reerguer a pasta parece ser algo que vai além das medidas práticas, atingindo a reconstrução do imaginário social.

Isso porque, se considerado o momento histórico que nasce a Constituição Federal, é possível entender porque direitos como cultura, liberdade e informação foram erigidos ao status constitucional: porque eram reprimidos outrora. Não à toa que a cultura alcança esse lugar e uma seção própria no Texto Maior. Há um motivo. E o motivo é, entre outros, a onda de ataques sistemáticos que esse direito é vilipendiado em momentos de instabilidade política.

Dessa forma, é possível ponderar que seis meses não reparam 4 anos. Se Juscelino Kubitchek ousou lançar 50 anos em 5 anos, é razoável considerar inversamente que 4 anos arrasam a terra fértil e o seu ressurgimento, talvez, precise ainda de 40 anos. Alertados por Milton Nascimento, “é preciso ter força e garra, sonho sempre”... A cultura é direito fundamental e ela “voltou”.

### **Referências bibliográficas**

BRASIL. Decreto n. 11.336, de 1 de janeiro de 2023. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Cultura e remaneja cargos em comissão e funções de confiança.

**Planalto.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2023/decreto/D11336.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11336.html) . Acesso em: 26 jun 2023.

CABRAL, Eula D.T. (org.). **Marcas do bicentenário da Independência do Brasil:**

**Cultura, Informação e Comunicação.** Coleção Comunicação, Cultura e Informação - Vol.4. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2022. Disponível em <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas> . Acesso em: 30 jun.2023.

- CABRAL, Eula D.T. (org.). **Nos trilhos da cultura e da comunicação**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022. Disponível em <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas> . Acesso em: 30 jun.2023.
- CABRAL, Eula D.T., CABRAL FILHO, Adilson V. (org). **O tecido social da Comunicação, da Cultura e da Informação**. Coleção Comunicação, Cultura e Informação - Vol.2. Divinópolis: Meus Ritmos Editora, 2021. Disponível em <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas> . Acesso em: 30 jun.2023.
- CABRAL FILHO, Adilson Vaz; CABRAL, Eula D.T. A contribuição da apropriação social das TIC's para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil. **Redes.com**: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación, Año 2007, Número 4. P. 131-142. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/revista/15691/A/2007>
- FOLHA DE SÃO PAULO. Adesão lenta dos municípios à Lei Paulo Gustavo acende alerta no setor cultural. Acesso em 26 jun 2023. **Folha**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/06/adesao-lenta-dos-municipios-a-lei-paulo-gustavo-acende-alerta-no-setor-cultural.shtml> . Acesso em: 30 jun.2023.
- GUIMARÃES, Ulysses. Discurso Assembleia Constituinte, 1988. **Camara**. Disponível em <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/radio/materias/CAMARA-E-HISTORIA/339277--INTEGRA-DO-DISCURSO-PRESIDENTE-DA-ASSEMBLEIA-NACIONAL-CONSTITUINTE,--DR.-ULISSES-GUIMARAES-%2810-23%29.html>. Acesso em: 31 jul 2023.
- INSTITUTO LULA. Biografia: A origem. **Instituto Lula**. Disponível em: <https://www.institutolula.org/biografia> . Acesso em: 02 ago 2023.
- MINISTÉRIO DA CULTURA (MinC). “Brasil é o 13º país que mais influencia a cultura no mundo”, destaca ministra. MinC. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/201cbrasil-e-o-13o-pais-que-mais-influencia-a-cultura-no-mundo201d-destaca-ministra>. Acesso em 26 jun 2023.
- MINISTÉRIO DA CULTURA (MinC). Ministra Margareth Menezes presta solidariedade ao povo Yanomami. MinC. Disponível em <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/ministra-margareth-menezes-presta-solidariedade-ao-povo-yanomami>. Acesso em: 26 jun 2023.
- LENZA, Pedro. **Direito Constitucional Esquematizado**. São Paulo: Editora Saraiva, 24º Edição, 2020.
- MATTOS, Marcela. Ministério da Cultura avalia proposta sobre cota nacional para streaming. 6 de maio de 2023. **Veja**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/ministerio-da-cultura-avalia-proposta-sobre-cota-nacional-para-streaming>. Acesso em 26 jun 2023.
- TSE. Vamos juntos pelo Brasil - Diretrizes para o Programa de Reconstrução e Transformação do Brasil / Lula e Alckmin 2023-2026 / Coligação Brasil da esperança. **TSE**. Disponível em: [https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/893498/5\\_1659820284477.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/893498/5_1659820284477.pdf). Acesso em 26 jun 2023.

## **PARTE 2**

## **Referent-individual: A theoretical outline to think about crime and consumer culture in Brazilian youth<sup>38</sup>**

Patricia Bandeira de Melo  
Rodrigo Vieira de Assis

Classical and contemporary studies on communication means highlight the influence of the media and social media on the development of beliefs and attitudes of individuals. When we think about media discourses – entertainment, advertising and journalistic narratives –, we perceive that it is possible to propose concept review and new meaning to social facts from these narratives. Exposure to the media has a relevant role to intervene on the ways of seeing and thinking about things of the world, operating both as an objective and subjective dimension of the actor. In a general way, individuals are vulnerable to the persuasive process on the media narratives because their positions come from lenient observants of a persistent publicity which defines acceptable behavior, social distinction conditions and elements that incorporate to individuals, giving meaning to their identities in the social structure. Beyond that, media representations assume an active role of social control, stability and change, showing – on the social media, journalistic, soap opera, cinematographic or entertainment narratives – the various versions of being an *individual-in-search-for-distinction*: through cars, clothes, through the shaped body and the objects linked to this human being.

We circumscribe our debate to the group defined as young people, to which psychology establishes a differentiated state of vulnerability given the specific processes of socialization in which their identities are produced parallel to hormonal alterations biologically determined. Even though Bourdieu (1983) questions the meaning of youth, establishing it as a social construction, Lahire (2006) talks about youth as a stage of life, a phase situated between the irresponsibility of children's actions to the responsibility of adult life. It is the moment of constitution of values and search for recognition on the countless social fields on which these individuals circulate. It is given the condition of

---

<sup>38</sup> A previous version of this article was issued in Portuguese at Caderno CRH Journal. For this new English translated version, some updates have been made by the authors. The previous version was published at this DOI: 10.1590/S0103-49792014000100011.

youth vulnerability, and it is about them that we dedicate our study, with the intention of thinking to what extent media and social media discourses establish the social position of individuals and their condition of happiness and group recognition, linked to what they possess: cell phone, car, branded clothing, shaped body, harmonized faces etc.

In journalism and in advertising, *referent-individuals* – such as digital influencers, actors, economic and political authorities, pretty women, and elegant men – inform about serious issues, such as health, economy, and education, mixed to signifiers about how to make up, to dress, to workout, to diet, to behave and to possess, when in a position of credibility sustained by the media or social media. It also announces the entrance password to acquire distinction and to ascend to that social status, as well as to be seen as a stunning, shaped body and face. Owning peculiar objects, wearing certain clothes, making specific aesthetic procedures, and going to proper environments will say to which social group the individual belongs and where he or she can reach (BOURDIEU, 2008). Communication is a structure to the consumption of the public, and the public receives it as meaning to be incorporated to its identity, to its being in the world.

The referent is an object that produces meaning, referring to another, but it is also a meaning, a sign, an internal expectation. According to Saussure (2006), this relation – signifier and meaning – is arbitrary, it is a social construction. Elaborating its structuralist linguistics, Saussure highlights that meanings are generated according to the relation between sounds and concepts. The sign – as a form which refers to a reality or to an object – is defined in an arbitrary way, and its meaning, its value, is defined the same way. Each sign corresponds to a meaning, the thing itself represented and meaning(s) attributed to them. A signifier – the thing itself – may refer to several meaning forms, since many significations can be accessed. On this path, the referent-individual is the optimum point of signification, the expectation of each one to the range of social distinction (BOURDIEU, 2008), some kind of ideal type. Consequently, the referent is “[...] the particular object to which the word corresponds on each concrete case of circumstance or use” (BENVENISTE, 1989, p.231). This way, the meaning is the thought, and the referent is the perception produced from reality, the representation made of it. In short, as a phenomenal part of the sign, the referent-individuals indicate how the world must be seen, interpreted, and lived.

On the context of current capitalism, of which communication means are a part as industrial transnational conglomerates, the radio and TV spectator and the newspaper or internet reader are categorized as consumers. The news and narratives in social media are

products to consume, a merchandise for sale. This way, narratives of digital influencers, publicity, and journalism mix and converge, producing meanings focused on the stimulus on the purchase of commodities and services announced full-time, in a direct or subliminal way. According to Barak (1994), media and even social media are still subordinate to dominant values of political economy. If the entrance password is the possession of certain goods or physical appearance on the dominant media discourse, individuals work on acquiring these goods and on doing the cosmetic procedures. Although the consumption desire clings to individuals without distinction, acquisition of goods or carrying out aesthetic treatment suppose financial resources; therefore, these are defined by the purchasing power.

Even though communication means are an instrument of orientation and guidance towards countless directions, its pertaining condition to the economic structure designs a mediation space to stimulation, essential to sustaining the capitalist model. The media, actually, is an example of the contradictions of capitalism: not only it is a space for debate and criticism, it integrates the same system on the form of conglomerates dominated by entrepreneur groups. This way, Barak (1994) connects the media production to the great ideological system of modern capitalist society.

For this reason, in Brazil, juvenile and infantile programs are intercalated with publicity related to toys, clothes, shoes and even food focused on these groups. On a context of identities formation, this discourse reinforces relations of privilege and inequality, sustaining that there is only meaning – for the individual – when one disposes of goods that define one's position or make him or her circulate on certain social fields. Signifier and meaning – individual and *individual-bearer-of-distinction-defining-objects* – are parts of the relation between use value and exchange value (UV/EV)<sup>39</sup> on political economy.

### **Consumer culture: a necessary debate**

Often, consumption practices are considered basic activities in life, providing a character of suppression of biological needs inherent to human nature. Arguments in favor of the frivolity of the acquisition of goods or aesthetic care are also developed. It is important to understand what gives meaning to consumption practices in the

---

<sup>39</sup> On the Marxist conception, the use value (UV) constitutes on rational decoding, on the material content of richness, supposing objectivity and utility of the good. The exchange value (EV) is the communication discourse, an abstraction (MARX, 1988).

contemporary world and what is the social value attributed to the success of this practice. If the objective of this article is to articulate theoretically crime, consumption, and youth, it is necessary to articulate the relation between consumption and criminality in the context lived by young people, setting boundaries to the understanding of consumer culture.

On contemporary society, consumption and the ways of executing the forms of appropriation of goods classify and qualify the social position of individuals on social space. Hence, the conception of citizen confuses itself with the conception of consumer: those who don't possess the resources to effectively act on consumption feel excluded from the social structure, separated from the world of social and individual rights, which derives on a simplified idea of citizenship, and also on a bond where social existence depends on the constant renovation of goods (CANCLINI, 1999; ROCHA, 2011) and, currently, the carrying out of aesthetic procedures to delay aging and define a beauty profile for a certain type of standard of living.

But, after all, why are the means of consumption given to some people and denied to others? This is a controversial issue, which helps to discuss the understanding of illicit appropriation of goods as means to define the space of the individual in the world. Looking from a cultural perspective which determines the social structure, the position of a young person, when appropriating goods, may become a rebellious action, in order to negotiate its access to consumption. As Ferrell et al. (2008, p.4) say, culture is not a noun, but a verb and, as such, it assumes passive and active tenses: "Culture suggests a sort of shared public performance, a process of public negotiation – but that performance can be one of acquiescence or rebellion, that negotiation one of violent conflict or considered capitulation".

Contemporary identities are defined by consumption, which is announced publicly as the means to reach equality and freedom, however such discourse leaves a vacuum around the people excluded from this process, to whom it is not given the right of consumption by the lack of purchasing power. Meanwhile, merchandises are exhibited as competent bearers of a legitimizer distinction aura. After the objects acquisition, however, this aura disintegrates, demanding from the consumer the return to the market and a new purchase to recuperate this aura and appease the incessant search for distinction (CAMPOS; SOUZA, 2003). As Leite says (2011, p.2), "[...] we were accustomed to buy in order to consume, not the thing itself, but its promise of fulfillment and happiness".

On the 21<sup>st</sup> century, the identification between people and the notion of consumers is processed on the epicenter of a context in which to the exercise of citizenship is attributed a meaning to the space of private life and private interests. It is mostly derived from the fact that democracy, in an abstract way, and unequal social inclusion of individuals in public spaces of political participation have presented themselves combined with the diffusion of capitalist values. It has stimulated the growth of the communication means 'action scope and operate as broadcasters of the aesthetic dimensions, which legitimize certain ways of being, or modern – distinctive – lifestyles.

In sociological thinking, the theoretical perspective which first signals the discussion about consumption was Marxism. In Marx, consumption is located inside the production logic. He was more interested in identifying and analyzing the reproduction of capital than in researching the final consumption of goods. According to Taschner (2009, p.51-52), Marx points out that consumption, even when determined by production, “[...] is a moment that has its unraveling and conditionings”. The author brings to light an important issue in Marx (apud TASCHNER, 2009, p.52), which is fundamental to thinking consumption:

The object [...of consumption...] is not a general object, but a determined object, which must be consumed in a determined way, to which the production itself must serve as an intermediate. Hunger is hunger, but the hunger which is satisfied with cooked meat, eaten with a knife and a fork, is not the same hunger that eats raw meat, served itself by hands, fingernails, teeth.

Thus, beyond the material look over the social world, Marxism offers resources to think the dynamics of subjectivity, of the values and meanings subscribed to consumption practices. We can understand that consumption is not only an element inside the production and reproduction process of capital; it is necessary to escape the dimension which privileges the economical and think about other levels of social experience. Consumption practices are marked by the shared symbolic structure of a time, they are filled by the values legitimized by a historical moment and are modified by them. Still in the Marxist perspective, Adorno and Horkheimer (2002), by elaborating the concept of culture industry, develop a criticism to the capitalist production system. In the case of the study on mass communication, this system is perceived as a means by which the sphere of culture has entered a logic of cumulative production, using a reproduction technique, in large scale, of cultural goods (BENJAMIN, 1982).

Culture, on the anthropological sense, has a determinant weight over the meaning and form of consumption and must be taken into consideration when it searches to unravel the social meanings attributed to the acts of appropriation of goods. This way, while to

culture is delegated a role to structure individuals and their actions, we verify a way to think about consumer culture (FEATHERSTONE, 1995; ROCHA, 2002; TASCHNER, 2009). By looking at consumption beyond a determination of production of merchandises, considering “[...] its own problems and effects about the social totality [...]”, one can think about the emergence of a consumer culture (TASCHNER, 2009, p.52).

With the Industrial Revolution, the price of the products falls, but it is needed to consider that consumption does not happen only in by the offer of accessible goods. It was necessary to have individuals willing to consume them. In this logic, Taschner (2009) searches for the origins and possible extra-economical roots of the consumer culture and has the merit of developing an analysis which articulates social, political and cultural levels of a collective life, in order to explain the arrival of habits – and their meanings – of appropriation of goods.

McCracken (1990 apud TASCHNER, 2009) points to a change of consumption pattern. He calls the traditional consumption pattern of the royal court patina consumption, on a reference to the medieval period, on which the family stood out as a singularity of consumption. It would be the means for the legitimization of the family name through accumulated wealth and riches through generations. The change of consumption pattern identified by McCracken occurs when individuals start consuming for themselves, and not to accumulate richness and prestige to the family. It was a moment of individualism ascension. In this field, the attribution of value to goods started to show an appearance of modernity: not only the family goods had social relevance. The news and the acquisition of something new started to occupy a place that was not admissible before.

On a brief conceptualization of consumer culture, Rocha (2002) says that the dimension of fashion can be understood as one of the basic principles of the consumption means of modernity. There is a subjective and material opposition to the patina consumption logic, as identified in McCracken, and an inversion on the meaning of privilege: the ancient, the tradition and the consumption for to family *status* are undervalued; the new, the innovation and the recent acquisition acquire social relevance.

The development of the field of fashion made it possible an approach of other layers of society to the merchandise. Even with the loss of power of the royal court, after the Bourgeoisie and Industrial Revolutions, the referent-individuals on the consumption field belonged to rich families. However, currently, there was the possibility for the individual of other social classes to move on the social structure, using the representation

of self on the lifestyle space (BOURDIEU, 2008). Contemporarily, it is common “[...] feeling summoned as consumers when we are still being approached as citizens” (CANCLINI, 1999, p.14). As we see it, a big part of this overlapping of meanings has become stronger from media narratives, used to diffuse values that shape the capitalist dynamics. This way:

The fights of generations about the necessary and the desirable show another way of establishing identities and building our difference. Let us move away from the time when identities were defined by un-historical essences: currently they are configured on consumption, depending on what is possessed, or on what can be possessed (CANCLINI, 1999, p.15).

The crime developed by the desire of consumption, motivated by the search for distinction and belonging to certain groups, can have its starting point on a socialization process of the individuals that contains, on its core, elements derived from productions that regularly stimulate consumption practices, naturalizing them as a way to exercise their humanity on the social-capitalist world. Consumption practices are seen as part of the effort to positional social mobility on the core of social structure. There is a constant struggle of attribution of definitions of meaning of what is necessary and of what is superfluous on everyday life, and the market of symbolic production is the main motor of this struggle.

One can say the search for evidence on the social space becomes an action oriented towards the fulfillment of demands of the individualist and hedonistic modern ego, engineered and reproduced on the products made public by the communication means (MELO, 2009; TASCHNER, 2009; ROCHA, 2011). People, especially young ones (inside a process of identity formation), are more vulnerable to the interpellation of mechanisms of social differentiation guided by the representation of the individuals on the media, attributing power to those who detains goods considered publicly valuable, generating unexpected effects (BOUDON, 1979; MERTON, 1979) and reproducing social dynamics made effective by the desire to possess.

Based on the discussion developed by Augras (1980), we realize that media products have persuasion as a goal. The author considers to there be a “[...] set of techniques that, considering the knowledge of psychological formation mechanisms of attitudes and opinions, intents to use such mechanisms in order to obtain the desired attitudes and opinions [...]” (1980, p.67). The communication means on the social structure, on this line of thought, are more than means to communicate.

Advertisement sells lifestyles, merchandises that promised happiness (ROCHA, 2011). As such, they give meaning to life. On this logic, the use value of the good is linked

to its exchange value, on a symbolic relation, referring to identities of the ones who can or cannot consume it. This condition expresses and hides the conditions of production to the political economy: the separation between meaning and signifier, on the level of the sign, or between infrastructure (economic foundation) and superstructure (dominant class), on the level of production of goods. Culture and sign are not separated; they are linked through meaning forms given to the referent by the culture (BAUDRILLARD, 1973)<sup>40</sup>.

On consumption, the merchandise is produced as a sign, and the sign as merchandise. It is on the interior of this relation that lies the culture. The effect of the meaning is that the concealed needs are exposed as the UV of the good, when they are, indeed, their EV. The exchange value is obscured, hidden, having the use value as an alibi. On the political economy system, the symbolic ambivalence is reduced, and the equivalence of values is established (BAUDRILLARD, 1973). And, when the meaning of possession is naturalized as fundamental to the definition of identity, the mystification process offered on the market cannot be seen, bearer of a “soul” capable to inflict meaning on the person who possesses it.

If the culture industry supposes consumers can dispose of efforts and capital to reach the products offered to consumption, it is supposed that, on the universe of products, there is a logic destined to assist the universe of potential consumers on their specificities (ADORNO; HORKHEIMER, 2002; BOURDIEU, 2008; CANCLINI, 1999). Hence, different classes and fractions of classes, on the search for mobility on the social world, tend to acquire products that distinguish them, engendering practices articulated on a double dimension of meaning: inclusion and exclusion. This way, also young people are driven to desire the acquisition of *status* via consumption of good considered distinctive and that are, also, included on countless social fields.

---

<sup>40</sup>On posterior work, Baudrillard (1996, p.9) moves forward on this discussion, questioning more the issue of value, saying that “[...] each configuration of value is reevaluated by the following one, on an order of superior simulacrum. And each phase of value integrates to its device the previous device as a ghost reference, poppet reference, simulation reference”. Thus, manipulation is generalized, because the meaning enters an infinite circle, and the arbitrary is as much the signifier as it is the meaning. Let us not, however, enter this level of Baudrillardian thought, because it reflects a discussion which will not happen in this article.

## **Crime and youth: a look from the prominence of culture**

The research of Alexander (1992, 1993) that underlies cultural sociology has contributed to the development of cultural criminology, by asking to what point culture determines social structure. To place culture on this position is key to understand two relevant issues: the consumer culture and the culture of crime. In this topic, we will address the culture of crime.

Research from the beginning of the past century has contributed to the studies about crime, especially the forms of adaptation of individuals to social norms and to deviant practices. The legal definition of crime is conjuncturally cultural, which many times results from social pressures – such as innovative and rebellious attitudes. Thus, before being described by the law, crime must acquire a social meaning, collective, modified as human sensitivity in a given society is altered given social phenomena and its mutable values.

Given the question “what is a criminal act?”, it is required to put ourselves on a critical position about the establishment of concepts. The meaning attributed to an action is inscribed in time and in history. The meaning of crime is not glued to the act itself, marked by context, but comes linked to circumventing values. Therefore, the concept is not a fact *per se*, because values, which alter throughout history, contribute to the change on the definition of the act (MELO, 2010).

It is supposed that the ideas underling the constitution of an action as a criminal act must result from premises that make evident that actions possess a social meaning of crime. The relation between meaning and signifier has as mainstay, very often, the utility of considering this or that criminal action and the outcome of the act as an evil to collectivity. Following this logic, the concept of crime is altered throughout history, to embrace the refinement of human sensitivity about social phenomena, that is, given the (changeable) values of individuals (TONRY, 2004; FOUCAULT, 2006; MELO, 2010).

The variable culture is responsible for the senses attributed to human actions. Cultural structure, giving meaning to social forces, interferes and guides the processes to attribute meaning which forms conventions as social facts and, among them, crime. Merton (1970, p.236-237) defines cultural structure as “[...] the set of normative values which rule the common conduct of the members of a certain society or group”. According to him, anomie is “[...] “a social rupture on cultural structure, occurring, particularly, when there is an acute disjunction between norms and cultural goals and the socially structured capacity of members of the group to act accordingly to the first”.

A classical understanding of crime is that of any behavior deviant from the socially established by the common sense as normal, in time and space, which reaches the collective morality of individuals and produces a moral outrage on individuals. The definition of laws is not enough to explain every human action that constitutes a deviation and, often, the legal alterations result from social pressure, coming from panic outbreaks which inspire change to assist these demands, not having proof that change is really necessary. For example, on the case of violent crimes performed by young people, it raises an issue about the reduction of the age of criminal responsibility as a solution to reduce crimes committed by teenagers in Brazil (MELO, 2010). Merton (1970, p. 237) also says that:

The social structure acts like a barrier or as an open door to the development of cultural warrants. When social and cultural structure are poorly interlinked, the first demanding a behavior limited by the other, there is a tension towards the rupture of norms or to a complete disdain towards them.

The tension between culture and social structure may be converted to the conception of cultural sociology about the relative autonomy of culture and its capacity to determine social relations (ALEXANDER; SMITH, 2003; KANE, 1991). In the case of crime, meaning is elaborated from a symbolic coding, which contains values that subdue the conduct of individuals. If the individuals disrupt from these values, the deviant condition of their acts is set there.

Violent crime is a social and cultural fact. If a certain society asks big achievement of their individuals in order to accomplish a distinction position, it is likely that it contains a big number of individuals with deviant behaviors, who are frustrated for not achieving the demanded success. Therefore, it is the culture that sets the goals and establishes the behavior of the individual, maybe stimulating felonious actions, which may or may not be associated with violence, which allows us to link the idea of relative autonomy of culture over social structure (ALEXANDER; SMITH, 2003; KANE, 1991), which is, under these circumstances, provoking the anomic situation.

On this causality relation between culture and social structure, anomie might be the cause of crime, since anomie, as was previously said, is the tension between cultural objectives and the opportunities to achieve them, that is, social disorganization (MERTON, 1970), no matter these goals are of an economic order or not. According to Mertonian approach, the social structure that does not dispose of these two highly integrated levels – cultural objectives of achievement and institutional means to get them – is in anomic conditions and has more chances of having a society with high criminality

levels. Merton (1970, p.209) highlights the importance of money and its condition of being a “[...] prestige symbol [...], not mattering how it is acquired, by fraud or within institutions [...]”. He says: “Culture can be such as to induce individuals to centralize their emotional convictions on the complex of culturally applauded ends, with far less emotional support about the prescribed methods to achieve these ends” (1970, p.207).

Initial research that has formed the base of cultural criminology (approaching issues on culture, subculture and power) helped studying especially the forms of adaptation of individuals to social norms and deviant practices. Some social structures can pressure individuals, stimulating them to non-conformist behaviors (MAGALHÃES, 2004). Attitudes defined as conformity, innovation, retraction and rebellion were classified by Merton (1970) and encompass the means by which individuals behave given the rules. These ways of adaptation are extended to the studies on traditions of youth, when delinquency, radicalism and bohemia are qualified as juvenile reactions (MATZA, 1968).

According to Matza (1968), these three modalities of juvenile reaction have distinct implications. He characterizes each group of young people the following way: (i) radicals – they are aware of their intellectuality, they are critical and wish to reform society; (ii) delinquents – whom do not have plans for society, do not wish to rebuild it; and (iii) bohemians – they stand on an intermediate situation, are refractory, however convinced, such as the radicals, from the moral value of the movement they are inserted on.

Conformity is an attitude of maintenance, in accordance with the cultural objectives of a social structure as well as the institutional means to achieve it. The innovative attitude may or may not constitute a crime, because it is a transaction that goes beyond the established habits, but which, very often, covers up crimes and frauds. The rituality assumes adherence to the rules, however some individuals have lost hope of achieving the objectives assumed by society (to study, “to be someone in life”). On the case of rebellion, there is a search for a new structural order, facing the current order (fight for decriminalization of abortion, for the liberation of marijuana). Retraction is the adaptation by apathy, by social indifference.

Although polemic, there are theorists who approach the seduction of crime and sensual experience of criminal acts to the individuals. Katz (1988, p.4) criticizes the scarceness of studies on sociology and psychology that approach the pleasure of criminal practice, standing out that some individuals see a seductive appeal in crime, an attractive

dynamic which compels to criminal action: “when they are committing crimes, people feel drawn and propelled to their criminality”. He still says: “To grasp the magic in the criminal's sensuality, we must acknowledge our own”.

Surpassing the perspective which related criminal practice to the social condition of poverty, Zaluar (2004) perceives complex arrangements in which culture and the meaning of the individuals' actions articulate, based on the pleasure of success when achieving the practices' objectives. On the specificity of the Brazilian social context, however, it is noted, on relations in which the male figure is treated as legitimate holder of power and protagonism, a key point to this discussion:

The repetition of certain arrangements and symbolic associations relating the use of firearms, the money on the pocket, the women's conquest, the facing of death and the conception of a completely autonomous individual would allow to link violence to a *masculinity ethos*, which later I have considered to be a *warrior ethos*, such as exposed by Norbert Elias (ZALUAR, 2004, p.237).

This means that, on the tension between the individual and the social system in which he was socialized, the option for crime comes as an alternative that is not necessarily painful to the person who practices it, that is, it might contain pleasure. Thus, whether by a compulsion stimulated by the media for consumption (structure), or by an option for criminal practice as a sensual choice (agency), crime is not, for all, something perceived as an evil in its totality (KATZ, 1988).

The theoretical gain offered by cultural criminology is the ability to dissolve conventional meanings of crime, thinking the matter in urban, mediatic and anthropological terms, and social practices as ways of intervention over these meanings. Cultural criminology founds a theory which sails on late modernity, trying to understand the contemporary conditions which confront a new world of crimes and social control, the role of mediation on the constitution of the meaning of crime, the meanings on flow, the social exclusions. Let us look at the following:

[...] in the 1940s a man could all too often hit a woman in the mouth and it meant ... well, not much. ‘Domestic violence’ hadn’t yet been invented as a legal and cultural (there’s that word again) category – that is, it hadn’t been widely defined, acknowledged, and condemned as a specific type of criminal behaviour. It took the radical women’s movement and decades of political activism to get that accomplished (FERRELL *et al.*, 2008, p.8).

Many criminal actions enter the media agenda as national tendencies or as reactions from juvenile subcultures – as it happened in April 2011 at an attack on a public school in the Realengo neighborhood, Rio de Janeiro city, in Brazil. Known as the Realengo Massacre, the crime refers to the slaughter that took place around 8:30 am, in an elementary school in that city. Wellington de Oliveira, 23, invaded the school armed

with two revolvers and fired at the students, killing 12 of them, aged between 13 and 15, and leaving another 22 others injured. To enter the school, he claimed to be a former student. Oliveira was intercepted by police, but he committed suicide before being arrested. Many people defend the idea that this “unfounded” violence – as opposed to a legitimate violence by the hands of the State – does not come from inequalities that frustrate the fulfillment of cultural goals, transcending socioeconomic issues.

Despite that, Ferrell et al. (2008) affirm this violence is partly interlinked with social conditions of exclusion of social layers that are not contemplated by the acknowledged labor market or by the educational system. We can say this episode in Brazil is a straight indication of media technology’s permeation into the practice of everyday life. Referring to Garfinkel (1956 apud FERRELL *et al.*, 2008), we can state that one kind of degradation ceremony, in which some physical and symbolic pains are inflicted on people as public degradation and denunciation, is a sort of communicative work. So, we have to face “its terrible consequences in all their cultural complexity” (FERRELL *et al.* 2008, p.11).

Globalization, global conflicts, capitalism and world economic crisis, globalized media, uncertainties, plural forms of criminal action and justifications for punishments constitute the current frame of the criminality studies. Crime enters the public spectacle because the victims’ experiences are publicized, punishments are celebrated, and all is shared by media with the collectivity, which shares the pain of the other every day. If we think in terms of the Brazilian society (and not just in this), the emphasis on the success, on ambition, and on consumption – specially through media, on journalistic programs, on publicity and entertainment, as in social media profiles and soap operas – is not in accordance with the possibilities of most individuals of access to the sanctioned means of achieving these goals. Media stimulus might explain, partially, the crime associated to the intention of obtaining gains, especially to guarantee consumption.

It is, however, fundamental to stand out that criminal practice – focused on consumption or not – may not be exclusively associated to economic conditions, because criminal action is present on many social strata. The seductive appeal of crime which Katz (1988) tells us about reaches all individuals, and some – of any social class – feel compelled to practice it. As said by him:

The assaultant must sense, then and there, a distinctive constraint or seductive appeal that he did not sense a little while before in a substantially similar place. Although his economic status, peer group relations, Oedipal conflicts, genetic makeup, internalized machismo, history of child abuse, and the like remain the same, he must suddenly become propelled to commit the crime. Thus, the

central problem is to understand the emergence of distinctive sensual dynamics (KATZ, 1988, p. 4).

On our discussion, consumer culture is the “siren’s song” present on the media, and those who do not have purchase power might or might not be seduced by it. The condition of vulnerability of young people is what puts them in a position of risk. Clearly, to every criminal action there are individual conditions that determine the activity, but here we are attentive to structural determinations, because subjective conditions enter the empirical research exercise, which is not our objective in this article.

### **Young people and criminal practices for consumption**

The belief that some young people admit illicit practices to consume might seem difficult, however Leite and Brenneisen (2011, p.13) managed to say so, even if their research did not intent to. They state the search of resources to leisure and consumption is a common effort among young people, who admit “illicit practices to get money”. Leite and Brenneisen (p.14) assert they did not question the fact that illegal activities were carried out to maintain the integrity of the study. And state: “[...] what matters to stand out is that, on both ways, licit or illicit, the young people observed spend most of their financial gain on fashion/clothing [...]”.

This was noticed by Assis (2012), when he carried out a study with young between 15 and 20 years old attended by a social reintegration center, in Recife. The author identified who committed crimes linked to the theft of goods (tennis shoes, backpacks, electronic equipment such as cell phones, laptops, etc.), whose transgressions, among other causes, had the desire for consumption as the driving force behind criminal action. One of them said: “If I can get enough money to buy a Seaway or Rota do Mar T-shirt, which are in shopping malls, I don’t want a ‘street fair’ shirt, which everyone has”. It points out how the individual acts in search of an ideal consumer image, a behavior that brings him closer to the representations present in media narratives: the individual who holds economic power, marked by a lifestyle that places him in a prominent position in his sociability spaces.

In the same research, we were struck by how one of them highlighted a watch ad: “I like the Magnum watch ad, I think it's really cool. He comes showing the clock, then he shows a car, a house, a plane”. The enumeration of goods shows that the individual is attracted by the construction of meaning in which the relationship between objects is established, which, in the specific case of this advertisement, configures an image that

whoever can have a Magnum watch can maintain a distinctive lifestyle. This means that to be inserted in a social world that legitimizes citizenship through the exercise of consumption practices, individuals, especially young people, seek any means to enter the game of differentiations – which is, in this case, also the game of inclusions.

According to Assis (2012), the choice of products that young people classify as those that deserve efforts for their possession correspond to goods (clothing, electronic equipment) that have distinctive value in their social contexts. The intention of distinguishing themselves through the use of goods is especially aimed at winning over women and seeking power within the group to which they feel to belong. They claim to resort to illicit forms of acquiring resources to achieve their consumption goals.

Martín-Barbero (1997, p.290) outlines the relation between the means of communication, consumption and social practices expressed on everyday life by standing out that:

The space for reflection on consumption is the space of everyday practices as a place of *mute internalization of social inequality*, since from the relation with the body itself and the use of time, from the habitat and the awareness of the possible for each life, from the achievable to the unachievable. It is also as a place of impugment of these limits and expression of desires, subversion of codes and movements of pulse and bliss. Consumption is not only a reproduction of forces, but also a production of meanings: place of a struggle that does not stop at the possession of goods, because it passes more decisively by the *usages* that give them social form and where demands and devices of action are inscribed coming from various cultural competences.

Martín-Barbero (1997) allows a reflection about the social universe of crime started by the desire of consumption among young people. There is an attribution of social meaning to the use of certain goods and practices, exposed by the culture industry. This meaning is contemplated by the social differentiation through distinction practices, which is directly associated to the act of possessing, of consuming, of having, of doing. The desire for the products can be controlled, given an organization of “cultural competences” which indicate the legitimate path towards the acquisition of goods, obeying social and legal norms. However, in the same way there are economic inequalities, there are also unevennesses on levels of cultural competences (linked or not to economic inequalities), causing the arrival of deviant practices of subtraction of goods, a crime motivated by the desire of consumption.

Taschner (2009, p.90) also enables us to relate the study on consumer culture to criminal actions when she says that “[...] there are many people excluded from leisure and of many ways of consumption, despite participating of the consumer culture [...]”. All individuals are subjected to questioning about the representations produced and

reproduced on the communication means and, as the internalization of the meanings and traces of distinction by consumption happens, the objective practices of individuals in the social world are rethought over, transformed and adapted to reach the values linked to consumer culture. On the process of externalization of appropriated values, the *individual-who-bears-defining-objects-of-distinction* is configured: a subject distinguished on himself and who disposes of power, adequate to the *referent-individual* model.

Thus, consumer culture has a wider range, which can be perceived *a priori*. This is present on the various domains of social life. For example, modernity's leisure practices are greatly linked to consumption spaces (TASCHNER, 2009). On the execution of practices, the very meaning of leisure is transformed on a principle for social distinction. Highlighting the relation between leisure and consumption, Taschner says it is possible, on the contemporary context of consumer culture, to verify strategies to acquire what it is intended to possess:

On richer countries, the marriage between leisure and consumption tends to last – massively customized, virtual, culturally oriented – between the rich layers and those who have a job or a business of their own or who are autonomous workers. There one may find niches, where leisure consumption is less directed to tangible products and, more and more, to the consumption of sensations [...]. In other segments, which are and – most likely – might remain particularly abundant on countries of the Third World, there are a prone to find low income layers people or unemployed ones who do not have meaningful access to the real consumption market – specially leisure consumption – despite their insertion on the consumer culture (for example: the Brazilian office boy who wears Nike sneakers, bought on installments, and the street kid who obtains the same sneakers through theft) (TASCHNER, 2009, p.90-91).

It indicates that crime can emerge as an access route to goods that one wishes to possess and boast. The social meaning of objects is valued by the propagated representations on the media or social media and vary according to hierarchy socially built over each good on its specific field of use: to transgress social and legal rules gains relevance on the choices of individuals as the merchandise that is intended to acquire detains high exchange value, even if it does not have a high use value.

On our discussion, the acquisition of certain goods by criminal action is closer to a distinction by the exposition of a (false) purchasing power (by illegal possession) than by the power of internalizing symbolic capital. This does not mean that poverty motivates crime, but that young people socialized on a contemporary consumption society and with low acquisitive power (on a socioeconomic structure), tensioned by the desire of possession of certain goods (on a cultural structure of consumption) might be more vulnerable to enter criminality. The criminal act is here perceived as a fast way to access

what one wishes to acquire: the (illegal) means to achieve the objectives set by Merton (1970).

We assume the masculinity ethos is, in a meaningful way, stimulated and reproduced by the products of culture industry, since there is a two-way street on the elaboration of what is going to be offered to the public. According to Leite and Brenneisen (2011), fashion is an affirmation of identity to the young person, according to one of the persons interviewed by them: “To go out all dressed up is so cool, even to hang out, get some girls, the girls see you are wearing the brand, chain, cool sneakers, all dressed up, it’s easier to talk to them and get them than the guys who don’t wear the brand clothes [...]” (Erick, 20 years old, apud LEITE; BRENNEISEN, 2011, p. 16).

Culture industry has the objective to achieve public acceptability and, at the same time, to impose aesthetic patterns and specific styles of merchandise to the individual. It is on the field of cultural productions (soap operas, films, music, journalism, publicity and advertisement) where we find elements that promote the construction of the image of an individual who detains power, of a protagonist social identity and distinctive lifestyles related to the *referent-individual*. Consumption, in this context, is a social practice marked by the meaning of distinction (BOURDIEU, 2008).

Culture industry can expand the pictorial dimension of the relation with goods (ROCHA, 2002), representing and attributing meaning to lifestyles, hierarchically structured according to the social hierarchy of goods (BOURDIEU, 2008). It acts, therefore, as a space of diffusion and maintenance of the structure itself of inequality of everyday consumption practices, legitimizing certain groups and not others. Therefore, it introduces on individuals, including the ones in a context of vulnerability, a disposition, understood as *habitus*<sup>41</sup>, marked by the search of success and pleasure.

Our discussion seeks a theoretical congruence which allows to stimulate research on the relational complex between consumption, crime and youth, and some empirical studies indicate the relevance of our debate. Leite (2011, p.1) points out thematic affinity by narrating studies with young peripheral inhabitants and states that criminality is linked to “the astounding need for consumption”. Describing an episode of the movie *A Ponte*<sup>42</sup>,

---

<sup>41</sup>We understand *habitus* as a “[...] generator principle of objectively classified practices and, at the same time, a classification system [...] of such practices [...]” (BOURDIEU, 2008, p.162). *Habitus* is a system of long-lasting dispositions which acts on each moment as schemes of perceptions and actions.

<sup>42</sup>Film (from the year of 2007) shows the situation of social inequality in São Paulo's South Zone, Brazil.

the author says that an educationalist, asking a boy to abandon criminal behavior, heard the following: “[...] I don’t care about dying... I will die with a ‘Nike ’on my foot!”.

Leite (2011) links consumer culture to anorexic disorders, to child prostitution and to criminal practices. She highlights real working conditions and consumption possibilities, whose access password is given to few. Dying with a “Nike” on the foot is more than searching for recognition on the eyes of others, it is the certainty that one is not a loser. It is better to die possessing, being somebody, the *individual-bearer-of-defining-objects-of-distinction*, on an attempt to come closer to *referent-individuals*. Hence, it makes sense to think about young people who choose robbery, drug trafficking and theft to also enjoy this “party” to which they were not invited, as it was sung by the Brazilian singer Cazuza, who recalls:

They didn't invite me / For this poor party / That men set up / To convince me  
/ Paying without seeing / All this drug / That already comes spotted / Before I  
born / They didn't offer me / Not even a cigarette / I stood at the door / Parking  
the cars / They didn't choose me / Boss of nothing / My credit card / It's a pocket  
knife [...] <sup>43</sup>

### **Consumption, youth, and crime: still a research question**

The orientation of capitalist society towards consumption beyond control seems to build an ideal of happiness intrinsic to money and the possession of goods (ROCHA, 2011). Capitalist information society shapes the profile of an individual whose focus is the process of social distinction by consumption and by the achievement of limitless pleasure. In name of social position and lifestyle as elements of one’s symbolic capital, the individual takes on a *habitus* to assure the meaning of belonging to a certain social group (MELO, 2009).

The communication means and social media are on the root of this consumer culture. This indicates the conditions of possibility for the media to lead, as a negative causality or a perverse effect of meaning, an individual that, in the name of hedonism, may steal or boast on the social place where one stands to retain more resources and power or to occupy spaces of distinction. Certain types of consumption characterize to what social field it pertains, because it is a process of distinction established on post-modernity, an epidemic of consumption which seems difficult to escape from. The lifestyle is

---

<sup>43</sup> Lyrics: Brazil, by Cazuza, 1988. In Portuguese: Não me convidaram / Pra esta festa pobre / Que os homens armaram / Pra me convencer / A pagar sem ver / Toda essa droga / Que já vem malhada / Antes de eu nascer / Não me ofereceram / Nem um cigarro / Fiquei na porta / Estacionando os carros / Não me elegeram / Chefe de nada / O meu cartão de crédito / É uma navalha.

influenced by the communication means, which indicate how to dress, and what to visibly possess to legitimize the place of speech (MELO, 2009).

The value of richness is a symbol of success on capitalist societies. Culture pervades all individuals of a society, however it is required to consider idiosyncratic differences of their life stories. Thus, the reactions, or the means of adaptation, are going to result precisely of the difference of each individual and his/her belonging to several subgroups, which as submitted to the cultural stimulus and to the structural limitations of access to achieve objectives of success. The convergence point between the delinquent and middle class, for example, is often the valorization of power, of goods and of money. Who already has money wants to possess goods, to have pleasure; who does not have purchasing power is also susceptible to the same desires.

The individual is stimulated to consumption to show a social position. Who wants to occupy this place needs to dress, to use the car, to have a cell phone, anyway, to boast objects that determine their position, from which one may look at others and express externally one's condition of distinction (MELO, 2010). Lifestyle, the boasted objects on one's body are exposed on the social shop window. To the ones who cannot materially consume, it is possible to possess using force. As Paixão remembers (1988, p.176) about what DaMatta (1997) says, “[...] the shattering of property is the ‘do you know who you are talking to? without individuals voiceless politically and dismissed of masses the of’<sup>44</sup>, a proper forum [...]”, a way to reveal the conflict and the crisis of capitalism. On these cases, the use of the street works as a public arena of confrontation in favor of the right to consume. After all, it is the capitalist society that announces citizenship defined by consumption.

What can we do about it? There are multiple answers and a challenge. The challenge is to suspend the idea that the causes for criminality on the Western are based on the logic of survival strategy. To the multiple causalities of criminal practices, we can add psychological and sociological elements: the desire for possession, power, pleasure, and distinction. One of the possible answers is the confrontation of communication policies, thinking about ways of controlling the production of the media and social media on programs aimed at kids and young people, when the individual is in the primary phase of socialization.

---

<sup>44</sup> This expression was the theoretical issue studied by DaMatta (2020). It is concerned with the social class discursive power used in Brazil by the elite when referring to their economic conditions and family origin, named by DaMatta as “familismo”.

Countless research already points to the relationship between childhood, adolescence, and the influence of the media over consumption practices (CAMPOS; SOUZA, 2003; BOCK *et al.*, 2009; TASCHNER, 2011; LEITE, 2011; LEITE; BRENNEISEN, 2011). As Taschner (2011) says, if there is already an asymmetry on the relation between producers and adult consumers, this asymmetry gains exponential dimensions when the consumer is a child or a teenager. It is true that, on the process of socialization, young people have learned what is publicity and what is their intention, but they do not stop being influenced by it. Motivated to possession by the recurrent impact of the media discourse, such individuals act on it: they buy the goods, ask for someone to buy it for them or appropriate it.

Media narratives stimulate consumption – on its various forms, from journalism to the soap opera – and integrate the current capitalist dynamic, which demands freedom on its practice to announce goods associated with *individuals-bearers-of-defining-objects-of-distinction* (UV/EV). Through repetition, the propaganda and the media narrative persuade the individual, each time more dissuaded of his defense mechanisms. It makes sense to question this practice when we see a determinant variable in it – not the only one, that is true, but a relevant one – of the subliminal stimulus even of illicit practices to guarantee access to consumption when purchasing power does not exist. Galeano illustrates (2011), reporting what a young Argentine said: “ ... When you have nothing, you think you are worth nothing”.

## References<sup>45</sup>

- ASSIS, R.V. **Consumo, juventude e criminalidade**: Uma análise sociológica das práticas em contextos de vulnerabilidade social. 2012. 72 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Sociais) - Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2012.
- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ALEXANDER, J. C. The promise of a cultural sociology: technological discourse and the sacred and profane information machine. *In*: MÜNCH, R.; SMELSER, N.J.(Ed.) **Theory of culture**. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1992, p. 293-323.
- \_\_\_\_\_; SMITH, P.; SHERWOOD, S. Risking enchantment: theory and method in cultural studies. *In*: **Culture: the newsletter of the sociology of culture**. v.8, n.1, p.10-14, 1993. Available at: <https://ccs.yale.edu/node/85#1993>. Access 26 feb. 2021.

---

<sup>45</sup> All direct quotes on this article from Portuguese references were translated to English by the authors.

- ALEXANDER, J. C.; SMITH, P. The strong program in cultural theory: elements of a structural hermeneutics. *In*: ALEXANDER, J. C. **The meanings of social life: A Cultural Sociology**. Oxford: Oxford University Press, 2003, p 11-26.
- AUGRAS, M. Persuasão e propaganda. *In*: \_\_\_\_\_. **Opinião pública: teoria e pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1980, p.66-76.
- BARAK, G. **Media, process and the social construction of crime**. New York, London: Garland, 1994.
- BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- \_\_\_\_\_. **Para uma crítica à economia política do signo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- \_\_\_\_\_. **A troca simbólica e a morte**. São Paulo: Loyola, 1996.
- BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. *In*: LIMA, L. C. (org.) **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 1982, p.209-240.
- BENVENISTE, E. A forma e o sentido na linguagem. *In*: \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral II**. Campinas: Pontes/Unicamp, 1989, p. 220-242.
- BOCK, A. B. et al. **Mídia e psicologia: produção de subjetividade e coletividade**. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2009.
- BOUDON, R. Efeitos perversos e mudança social. *In*: \_\_\_\_\_. **Efeitos perversos e ordem social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979, p.17-55.
- BOURDIEU, P. A “juventude” é apenas uma palavra. *In*: \_\_\_\_\_. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: MarcoZero, 1983, p.112-121.
- \_\_\_\_\_. **A distinção - crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP; Porto Alegre: Zouk, 2008.
- CAMPOS, C. C. G.; SOUZA, S. J. Mídia, cultura e constituição da subjetividade na infância. **Revista Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v.23, n.1, p.12-21, 2003.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: EDUFRRJ, 1999.
- DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- \_\_\_\_\_. **“Você sabe com quem está falando?”**. Rio de Janeiro: Rocco, 2020.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FERRELL, J. et al. **Cultural criminology**. London: Sage Publications, 2008.
- FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: história da violência nas prisões**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- GALEANO, E. O império do consumo. **Carta Capital**, São Paulo, 2011. Available at: <[www.cartacapital.com.br](http://www.cartacapital.com.br)>. Access in: 22 aug. 2011.
- KANE, A. Cultural analysis in historical sociology: the analytic and concrete forms of the autonomy of culture. **Sociological Theory**, Los Angeles, University de California, v. 9, n.1, spring, 1991.
- KATZ, J. **Seductions of crime: moral and sensual attractions in doing evil**. New York: BasicBooks, 1988.

- LAHIRE, B. A juventude é apenas uma palavra: a vida sob tripla coação. *In*: LAHIRE, B. **A Cultura dos indivíduos**. Porto Alegre: Artmed, 2006, p.425-476.
- LEITE, T. S. C. . Criminalidade juvenil: Uma estratégia de consumo. **Revista Tavola Online**, Ribeirão Preto, v. 1, p. 122, 2010. Available at: <http://nucleotavola.com.br/revista>. Access in: 15 sep. 2011.
- LEITE, T. P.; BRENNEISEN, E. Identidade juvenil e consumo de bens materiais: reflexões sobre uma área periférica de Paranaguá-PR. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DA ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE SOCIOLOGIA, 22, 2011, Recife. **Anais...** Recife: Associação Latino-Americana de Sociologia. Recife: UFPE, 2011.
- MAGALHÃES, C. A. T. Estrutura social, cultura e criminalidade. *In*: \_\_\_\_\_. **Crime, sociologia e políticas públicas**. Belo Horizonte: Newton Paiva, 2004, p.51-77.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- MARX, K. **O Capital**: crítica da economia política. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- MATZA, D. As tradições ocultas da juventude. *In*: BRITO, Sulamita. (org.). **Sociologia da juventude**. Vol. III. Rio de Janeiro: Zahar, 1968, p. 81-106.
- MELO, P. B. A epidemia do consumo, o hedonismo e o dinheiro como distinção: o que a mídia tem a ver com isso? *In*: TERÇA PSI, 2009, Recife: Conselho Regional de Psicologia, 2009.
- \_\_\_\_\_. **Histórias que a mídia conta**: o discurso sobre o crime violento e o trauma cultural do medo. Recife:EDUFPE, 2010.
- MERTON, R. **Sociologia**: teoria e estrutura. São Paulo: Mestre Jou, 1970.
- \_\_\_\_\_. As consequências não-antecipadas da ação social. *In*: \_\_\_\_\_. **A ambivalência sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979, p.194-208.
- PAIXÃO, A. L. Crime, controle social e consolidação da democracia: as metáforas da cidadania. *In*: REIS, F. W.; O'DONNELL, G. (Org.) **A democracia no Brasil**: dilemas e perspectivas. São Paulo: Vértice, Revista dos Tribunais, 1988, p. 168-199.
- ROCHA, M. E. M. **Pobreza e cultura de consumo em São Miguel dos Milagres**. Maceió: EDUFAL, 2002.
- \_\_\_\_\_. Consumo traz felicidade? A publicidade no centro da cultura. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v.8, n.23, p.161-179, nov. 2011.
- SAUSSURE, F. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.
- TASCHNER, G. **Cultura, consumo e cidadania**. Bauru:EDUSC, 2009.
- \_\_\_\_\_. Paradoxos da cultura e da comunicação no Brasil do século XXI. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DA ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE SOCIOLOGIA, 27, 2011, Recife. **Anais...** Recife: Associação Latino-Americana de Sociologia. Recife: UFPE, 2011.
- TONRY, M. **Thinking about crime**: sense and sensibility in American penal culture. New York: Oxford University Press, 2004.
- ZALUAR, Alba. **Integração perversa**: pobreza e tráfico de drogas. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.

# **A Web Rádio Yandê e outras experiências comunicacionais indígenas contemporâneas**

Marilda Samico da Silva

A tecnologia vem transformando todos os setores da sociedade, sobretudo a comunicação. Estamos vivenciando a comunicação na era digital, que permite a interação entre os produtores de conteúdo e seu público de seguidores. Muniz Sodré (2002, p. 147) acredita que “a internet permitiu às pessoas estarem muito mais conectadas, porém não vinculadas. Passamos da interação para interatividade. A era da ‘cibernetização’ se propõe unificadora para as comunidades, porém desterritorializa”.

A internet trouxe a configuração da sociedade conectada em rede, o que possibilitou a diversidade na produção dos conteúdos, como ressalta Marco Antonio de Almeida (2018, p. 229): “os indivíduos na sociedade em rede tornaram-se capazes, com as ferramentas disponíveis, de se tornarem produtores de conteúdo, num processo dialógico, envolvendo os conteúdos simbólicos e, também, outros sujeitos”. Luciana Piazzon Barbosa Lima afirma que a internet também incrementou a difusão de bens culturais:

O surgimento da Internet como uma rede interconectada e descentralizada de computadores trouxe consigo inegáveis perspectivas para a democratização da informação e da comunicação. No âmbito da cultura não foi diferente. O uso das TICs para a criação e difusão de bens culturais ampliou as condições tanto para a produção, quanto para reprodução de conteúdo (LIMA, 2018, p.77).

O ambiente virtual propicia novos formatos nesta era de confluência de mídias, que por ser um território de pensamento, não está limitado ao espaço físico. Para Henry Jenkins (2009, p. 27-28), “a convergência midiática como um processo cultural, não está apenas relegada à questão tecnológica dos meios. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural”. De acordo com o autor, “a convergência midiática está reafirmando o direito que as pessoas comuns têm de contribuir ativamente com a sua cultura”. Segundo Jenkins, “a convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência” (JENKINS, 2009, p. 43).

É importante ressaltar que a convergência de mídias é possível mesmo nas mais remotas aldeias e comunidades indígenas. Essas ferramentas podem se tornar uma

importante forma de valorização e manutenção cultural para estes povos. A interação, a participação e a representatividade digital possibilitam ao indivíduo o reconhecimento de sua identidade, a sensação de pertencimento a um grupo social ou étnico e o consequente empoderamento cidadão. Isso é o que afirmam Schmidt e Cohen. Para eles: “(...) a representatividade digital será a primeira experiência de poder na vida de alguns, permitindo que eles sejam ouvidos” (SCHMIDT; COHEN, 2013, p.14).

Somos a sociedade da mídia e somos traduzidos por ela. O surgimento da rede mundial de computadores e da internet ocasionaram mudanças significativas nas nossas vidas e redesenharam a geografia do planeta. Segundo Muniz Sodré (2014, p. 115), “o efeito SIG (simultaneidade, instantaneidade e globalidade) já está definitivamente inscrito na temporalidade cotidiana, abolindo todas as distâncias espaciais pela prevalência do tempo”. A rede mundial de computadores é um meio contemporâneo que permite a comunicação teoricamente ilimitada (a não ser pela ausência de posse dos aparatos tecnológicos) de muitos com outros tantos, num cenário onde todos são potencialmente ‘mediatizadores’ produzindo e consumindo conteúdos neste ambiente digital. Estas mudanças tecnológicas têm propiciado à sociedade uma ampla gama de novas possibilidades comunicacionais, tais como: redes sociais, plataformas de streaming, podcasts, web rádios, ‘chats’, sites de notícias, só para citar algumas. Porém, algumas concepções da era digital são recriações de práticas já estabelecidas.

Há tempos, os povos indígenas fazem uso e se apropriam das tecnologias de informação e comunicação (TICs) criadas pelos não indígenas. A internet é o novo front de batalha dos povos originários nos diversos combates travados, desde que o território brasileiro foi invadido pelos colonizadores, há 523 anos, incluindo o direito à história contada sob seu ponto de vista. É o espaço no qual a cultura digital e a cultura ancestral se complementam, onde tradição e modernidade podem caminhar juntas, pois como afirma Kenski (2018, p. 2): “(...) as pessoas continuam envolvidas com os valores e usos das culturas populares tradicionais de seus grupos nativos e, ao mesmo tempo, podem estar imersas nas lógicas e práticas da cultura digital que lhes é contemporânea”.

De acordo com o Mídia Dados 2022, a internet é a segunda maior mídia em termos de audiência, perdendo apenas para a televisão e fazendo com que o ciberespaço se torne um ambiente para exercitar a cidadania comunicacional, propiciando a emergência de mídias alternativas, livres e independentes, que possuem a força da contrainformação frente ao poder da grande mídia. Acompanhando o atual momento comunicacional, os povos indígenas fazem uso das mídias digitais, cada vez com mais frequência, buscando

inclusive a formação acadêmica na área da comunicação e do jornalismo, indicando que objetivam a profissionalização, além do domínio das linguagens das TICs.

Ailton Krenak tem uma fala interessante sobre estas novas ferramentas tecnológicas, no filme-documentário *Milton Santos: o mundo global visto do lado de cá*, dirigido por Silvio Tendler: “Eu acho que no começo deste século XXI essas trocas de novas tecnologias, que não fomos nós que criamos e nem somos nós que fabricamos, vai ser o grande evento para os nossos povos”<sup>46</sup> (KRENAK, 2006). Esta declaração profética tem se configurado como uma realidade para os povos nativos, que estão cada vez mais utilizando as TICs como forma de expressão, de luta e resistência.

A falta de representatividade na mídia hegemônica, que desse conta das especificidades e da diversidade dos povos indígenas, não os apresentando de forma estereotipada, nem como uma massa homogênea, foram as motivações que levaram Anápuaka Muniz Tupinambá HãHãHãe, Denilson Baniwa e Renata Machado Tupinambá, a criarem uma mídia feita, exclusivamente, por e para esses grupos étnicos. A Web Rádio Yandê surgiu em 2013, sendo a primeira mídia indígena digital do país a fomentar etnocomunicação, se encontrando em atividade há 10 anos. O feito deste grupo de cidadãos indígenas contemporâneos, vivendo em contexto urbano, mas mantendo contato com as tradições de suas aldeias, veio possibilitar o protagonismo e a amplificação das vozes aos povos originários, além de conseguir transformar a oralidade, em força sonora.

### **Yandê: uma etnomídia da etnocomunicação indígena**

A web rádio Yandê efetiva na sua prática comunicacional conceitos recentes e ainda em construção dentro dos estudos da Comunicação Social, que são: etnocomunicação e etnomídia. A etnocomunicação surge para os povos indígenas como necessidade e oportunidade de trabalhar a comunicação de forma independente, não estereotipada e que represente de maneira adequada a cultura e a identidade desses povos, diante das novas formas de organização da sociedade. Envolve todos os meios de comunicação que partem da narrativa de determinada etnia. Ao acionarmos a etnocomunicação indígena, precisamos ter em mente os traços que destacam Bryan Christian da Costa Araújo e Vilso Júnior Santi: “ela está marcada pela etnicidade, pela territorialidade e pela necessidade de reconhecimento” (ARAÚJO; SANTI, 2019, p. 9). É

---

<sup>46</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=-UUB5DW\\_mnM](https://www.youtube.com/watch?v=-UUB5DW_mnM). Acesso em: 22/04/2021.

importante ressaltar que as iniciativas de etnocomunicação indígena têm acontecido mundialmente. Renata Tupinambá considera que a comunicação étnica possibilita outras narrativas, sob outros pontos de vista:

Realizar etnocomunicação é permitir um novo olhar aos processos comunicativos, relações com o público e até mesmo novas estruturas de formato jornalístico, pautadas pelas visões da etnia daqueles que a realizam, sejam indígenas, quilombolas, caiçaras, romanos, chineses ou italianos. Pode ser aplicada no cotidiano de qualquer grupo (TUPINAMBÁ, 2016).

A Rádio Yandê é um veículo de comunicação voltado para a comunidade étnica indígena, praticando uma ‘comunicação decolonial de nicho’. No texto de apresentação que consta no website<sup>47</sup> da rádio está dito que “a proposta da Yandê é descolonizar o pensamento para descolonizar as ações”. Esta assertiva encontra afinidade com os estudos de Ramon Grosfoguel (2008), para quem a proposta decolonial é descolonizar o pensamento e oferecer outras reflexões que mostrem a realidade de comunidades e sujeitos marginalizados. A proposta decolonial reconhece que grupos, práticas e experiências, podem elaborar conhecimento e oferecer visibilidade a partir das realidades vividas dentro de seus espaços, sem a necessidade de observação e interface de olhares colonizadores.

José Ignacio López Vigil, dos Radialistas Apasionados, do Equador, afirmou na II Pre Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala 2014, realizada no Peru, que descolonizar os meios de comunicação é não fazer uma mera cópia dos meios convencionais: “descolonizar é não falar como os colonizadores”<sup>48</sup>. Anápuaka diz que se baseou na premissa do respeito às diferenças e da originalidade para criar a Rádio Yandê: “Respeito é uma das prioridades na construção da comunicação étnica. É você entender e respeitar a diversidade. Então, quando não há respeito, você é simplesmente uma cópia do outro” (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2023). A web rádio Yandê não buscou imitar o modelo midiático hegemônico, criando sua própria linguagem, programação e seus métodos de produção de conteúdos descentralizados.

Os veículos que põem em prática os conceitos da etnocomunicação são conhecidos como etnomídias. A Yandê materializa o conceito de etnomídia, onde o traço étnico-cultural norteia o conteúdo difundido, sendo ainda decolonial em seu processo comunicacional, por ser uma mídia voltada para uma minoria étnica. Normalmente, as

---

<sup>47</sup> Ver em: <https://radioyande.com>

<sup>48</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=swkooz-LBOY&ab\\_channel=Cumbresdecomunicaci%C3%B3nind%C3%ADgena](https://www.youtube.com/watch?v=swkooz-LBOY&ab_channel=Cumbresdecomunicaci%C3%B3nind%C3%ADgena)

minorias sofrem preconceito, são discriminadas e alijadas da sociedade. Para Paiva (2005, p. 2), a conceituação de minorias é marcadamente influenciada pela ação e papel que exercem nas sociedades. Ela aponta como “configurações contemporâneas de minoria: raças, etnias, cultura, gênero, deficientes físicos e mentais, ou grupos que são tratados de maneira discriminatória” e considera que “as identificações nomeadas como mulheres, negros, índios etc. são minorias na medida em que emergem contra hegemonicamente” (PAIVA, 2005, p. 5). Estas minorias podem ser quantitativas, representativas e/ou se encontrarem em situação de desvantagem.

Os indígenas, como minorias numéricas e representativas, vêm utilizando de forma expressiva os meios de comunicação, o que pode ser explicado por estarem submetido às tecnodemocracias ocidentais, nas quais a mídia é um dos principais territórios de luta, como afirma Raquel Paiva (2005, p. 1), “ (...) as chamadas minorias procuram meios de comunicação e expressão como forma de resistência”. Os meios de comunicação contra hegemônicos são considerados o canal para todas as vozes e os povos indígenas brasileiros, expondo suas pautas e suas lutas históricas.

A etnomídia, para Renata Tupinambá (2016), é “uma ferramenta de empoderamento cultural e étnico, por meio da convergência de várias mídias dentro de uma visão etno, contemplando grupos, sujeitos e práticas silenciadas por uma questão de poder”. Segundo ela, o termo surgiu em 1997 com o grupo de pesquisa ‘Etnomídia – Pesquisa em mídia e etnicidades’, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), criado para debater os impactos midiáticos sobre os grupos étnicos. Renata considera que “a etnomídia é uma posição de resistência ante o local de subalternidade em que a sociedade coloca os povos originários. Ela pode ser uma grande aliada no combate ao racismo, no fortalecimento da comunidade e daquele que a produz” (TUPINAMBÁ, 2018).

Vinícius Guedes Pereira de Souza e Raylson Chaves Costa dizem que a etnomídia é uma nova modalidade midiática que pode diversificar as formas de compartilhamento de informações, conhecimento e, principalmente, dos saberes ancestrais desses povos, porque “(...) irão possibilitar interações e partilha dos saberes entre comunidades que antes não se conheciam” (SOUZA; COSTA, 2021, p. 441).

O termo ‘etnomídia’ ganha força pela perspectiva indígena, quando o comunicador Anápuaka, ao perceber que poderia produzir informações, usando diferentes ferramentas comunicacionais, ou seja, narrativas desconstruídas dos processos mercadológicos da comunicação, criou, em 2007, o Web Brasil Indígena. Esta primeira

experiência não teve êxito, mas foi um importante aprendizado, aplicado mais tarde na criação da Web Rádio Yandê. Neste momento, Anápuàka cria o conceito específico de etnomídia indígena como “a apropriação de linguagens artísticas, literárias, audiovisuais e multimidiáticas realizada por sujeitos multidimensionais indígenas para a produção de suas próprias narrativas”<sup>49</sup> (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2017). A etnomídia indígena tem sido o espaço para experimentação de processos decoloniais, na construção de novos modelos comunicacionais por meio da internet e, também, no sentido de operarem em cenários de colaboração democrática.

A Yandê é uma mídia etnocultural independente, por não estar sob o controle de nenhum grande grupo de comunicação e não estar vinculada a compromissos com anunciantes, grupos políticos ou instituições governamentais. Renata diz que o protagonismo dos indígenas na Rádio Yandê reforça suas identidades e o pertencimento: “a gente rompe um processo de silêncio quando busca dar voz a nós mesmos. A etnomídia dá força à identidade” (TUPINAMBÁ, 2018). As pautas abordadas se desenvolvem a partir do olhar dos povos originários e utiliza em seu processo comunicacional, novas formas de transmissão oral dos saberes ancestrais e contemporâneos, sendo uma etnomídia indígena em *streaming*. Anápuàka Tupinambá considera que a Yandê é uma mídia Lab, pois sempre trabalhou com experimentações: “Ela não é só um streaming de áudio, ela não é só um site, a gente foi fazendo as coisas (...) a gente é *metatester*<sup>50</sup>, a gente testa, a gente faz vanguarda e a gente erra o tempo todo e a gente sangra, sempre sangrou, porque os primeiros sangram mais” (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2023).

A Yandê propicia o exercício do direito à cidadania comunicacional, de ter o poder sobre sua própria voz e discurso, assegurado a todos os indivíduos no capítulo V da Constituição Federal de 1988. A web rádio reúne várias etnias indígenas, com múltiplas cosmovisões e diferentes abordagens do conteúdo veiculado. São vários povos indígenas unidos pela rede mundial de computadores, mesmo nas mais remotas aldeias e comunidades com acesso à internet. Para Anápuàka a etnomídia deve, primordialmente, valorizar a cultura de cada etnia, sendo pluriétnica e reverberando todas estas vozes:

---

<sup>49</sup> Mekukradjá - Círculo de Saberes. Itaú Cultural. 6 de outubro de 2017. Disponível em: <https://soundcloud.com/itaucultural/anapuakatupinamba?in=itaucultural/sets/mekukradja>

<sup>50</sup> MetaTester é um testador de estratégias de negociação projetado para verificação e otimização de robôs de negociação antes da sua utilização na negociação real. No caso, o termo está sendo aplicado à Rádio Yandê. Fonte: <https://www.metatrader4.com/pt/automated-trading/mql4-ide#:~:text=O%20MetaTester%20%C3%A9%20um%20testador,artigos%20sobre%20a%20linguagem%20MQL4>

(...) a comunicação indígena, a etnomídia indígena, ela segue várias linhas de entendimento, mas ela é fundamentada principalmente pela cultura originária de cada povo. E aí, a etnomídia indígena se apropria de ferramentas, analógicas e digitais, como um meio para um fim. A etnomídia indígena é uma ferramenta de pensar comunicação e construir o que pensar, o que fazer dessa comunicação (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2023).

A etnomídia indígena é uma constante desconstrução das práticas estabelecidas pela indústria cultural em veículos de comunicação, sendo uma tentativa de descolonização destes meios.

### **A Yandê e outras iniciativas etnomidiáticas digitais contemporâneas**

A comunicação indígena nasceu com o movimento indígena, entre o final dos anos 70 até o final dos anos 80, pela urgência de falar das realidades dos povos indígenas, de defender seus territórios, da necessidade de denunciar crimes cometidos contra o patrimônio cultural nacional, que são as terras e os povos indígenas. Até então, não havia espaço para comunicação dos povos originários, que respeitasse suas culturas e identidades, pois a mídia hegemônica ameaça as diversidades culturais e silencia vozes dissonantes. Sobre isso, Cristina Nascimento Oliveira afiança que na mídia comercial convencional não há ambiente para as vozes excluídas, dizendo que a criação de canais comunicacionais alternativos “surge como mecanismo que pode garantir acesso a comunicação para um grupo historicamente deslocado do contexto hegemônico da mídia convencional” (OLIVEIRA, 2014, p.19).

Para Adilson Cabral e Emanuela Amaral (2021, p. 325), existem duas características principais da comunicação indígena: “interculturalidade e horizontalidade (...) uma prática que rompe com o modelo ocidental de se fazer comunicação”. Estes aspectos podem ser identificados na prática comunicacional da Rádio Yandê, que é sem dúvida um veículo de comunicação contra hegemônico. Este fato não significa que seja oposta a grande mídia, pois na visão de Emanuela Amaral (2022, p. 45), “a comunicação indígena não é hegemônica, mas não pode ser encarada como uma prática de oposição.

A Yandê virou uma marca indígena de referência, pois além de agregar outras mídias digitais, configurando-se como uma empresa de comunicação multimeios, também investe no empreendedorismo indígena e no ‘*red skin money*’. Recentemente, Anápuaka lançou a plataforma de e-commerce para venda de produtos étnicos indígenas, chamada Yandê Store, como ele mesmo narra:

Criei a Yandê Store pra poder, a partir do talento que eu tenho de desenvolver arte, áudio, porque assim, quem não tem, tem que se virar e a Yandê sempre foi nesse aspecto. Eu tive que buscar uma solução pra pagar as contas. Há muito

tempo falo e construo ideias de e-commerce pensando no empreendedorismo. Então, na comunicação, a história, a memória, a política social e o empreendedorismo, tudo nasce. A Yandê Store a gente acaba botando a ideia (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2023).

A Yandê Store é um mercado virtual de produtos indígenas, tais como: camisetas, canecas, ecobags, bonés, aventais, cartazes e até camisas petdog. Anápuàka explica a opção pelo e-commerce:

(...) o que a gente vende não é camisa. O que a gente consegue impulsionar é a ideia da comunicação, a ideia do pensamento, a reflexão, a filosofia. É compartilhar a arte indígena, as ideias destas artes dentro de uma plataforma de e-commerce, que não gera estoque, né? (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2023).

Outra iniciativa que destacamos, por ser uma ação que proporcionou a visibilidade das culturas indígenas e demonstra as múltiplas atuações destes três indivíduos (Anápuàka, Denilson e Renata) que criaram a Web Rádio, foi a ocupação temporária chamada de ‘Casa Yandê’, realizada em abril de 2018, num espaço cultural, localizado no centro do Rio de Janeiro. Raquel Gomes Carneiro comenta sobre esta iniciativa, coordenada pelos fundadores da Rádio Yandê: “A Casa Yandê é um centro cultural indígena itinerante criado pela web rádio em parceria com o Éden Coletivo, um espaço colaborativo, na região portuária do RJ” (CARNEIRO, 2019, p. 41-42). O texto escrito na página do evento no Facebook diz: “Com ousadia, autonomia e muita criatividade, indígenas da Rádio Yandê, primeira web rádio indígena do país, criam centro cultural indígena itinerante, na cidade do Rio de Janeiro”.

O espaço abrigou uma cozinha, teve degustação de chás, biblioteca, mercado indígena, Cine Yandê para reflexão das filosofias, tradições espirituais e culturais. A ocupação Casa Yandê durou uma semana e apresentou diversas atividades como shows, mostra de artes, mesas de debates com artistas e personalidades indígenas e não indígenas. Anápuàka relembra esta iniciativa, dizendo que foi muito importante ter presenças indígenas ocupando espaços e transitando pela cidade do Rio de Janeiro:

A Casa Yandê vem de uma ideia, de uma experiência também de testar como a gente poderia ocupar espaços, ambientes temporários, já que a gente não tem sede, a gente não tem estúdio, a gente não tem (...) a gente não tem bens, né? bens materiais, a gente tem ocupações. Então, foi a oportunidade de ocupar espaços e construir naquele ambiente bate papo e experiências. (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2023).

A Web Rádio Yandê tem contribuído para o surgimento de um mercado musical indígena, como informa Anápuàka: “A gente hoje tem indígenas cantores que vivem já disso (...) j’ átão ’fazendo shows e foi potencializado pela Rádio Yandê. A gente amplificou essas vozes, eles têm muito talento sim, talento natural” (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2021). O resultado dessa difusão, adesão e empreendedorismo foi a criação

do YBY, o 1º Festival de Música Indígena Contemporânea, realizado entre 29 de novembro e 1º de dezembro de 2019, na cidade de São Paulo com apoio da Unibes Cultural<sup>51</sup>. O evento musical realizou uma mesa de debate sobre a inclusão de artistas indígenas na programação cultural da cidade, feira gastronômica e de moda indígena, exposição de artes visuais, entre outras atrações. Dentre os artistas contemporâneos que passaram pelo palco do festival estão Arandu Arakuaa, Brisa Flow, Brô MC's, Djuena Tikuna, Edivan Fulni-Ô, Gean Ramos Pankararu, Ian Wapichana, Katu Mirim, Nory Kayapó, Oz Guarani, Oxóssi Karajá, Wakay, Wera MC, Suraras do Tapajós e o Grupo Mãnã Runu Keneya. Alguns destes artistas indígenas conseguiram romper as barreiras, sair da programação da Yandê e chegar ao mercado cultural não indígena.

Um exemplo é o grupo de rap Brô MC's, surgido em 2009, formado por Clemerson Batista, conhecido como Tio Creb, Charlie Peixoto, chamado de CH, Bruno Veron e Kelvin Mbaretê, da etnia Guarani Kaiowá, do Mato Grosso do Sul, que se apresentaram no palco Sunset, no Rock in Rio 2022. O referido palco é destinado aos grandes encontros musicais e eles dividiram o espaço com o já consagrado rapper Xamã, que também tem ascendência indígena. A banda compõe canções em português e em guarani. As letras versam sobre as temáticas de luta e resistência destes povos. Trechos de rezas de rituais sagrados indígenas são citados nas composições do quarteto.

Bruno Veron diz que o rap é a grande arma da banda: “Antigamente, a gente lutava com arco e flecha, que é uma coisa do passado, ficou para trás. Hoje em dia, a nossa arma é a nossa fala, é o nosso canto, é a nossa rima”<sup>52</sup> (VERON, 2022). Américo Córdula relata que o grupo de rap indígena aprendeu a linguagem desse gênero musical em um projeto dentro de um Ponto de Cultura do Programa Cultura Viva do governo federal: “(...) um grupo de jovens Guarani Kaiowá, que queria aprender as linguagens do Hip Hop, conheceram um Ponto de Cultura em Campo Grande que começou a dar aulas na aldeia e dessa forma surgiu o grupo Brô MC's, cantando em guarani sua realidade (CÓRDULA, 2022, p. 86).

Outro exemplo de artista independente lançada pela Rádio Yandê é a cantora e compositora Djuena Tikuna, da região do Alto Solimões, na Amazônia, que era colaboradora da Web Rádio e foi indicada, em abril de 2018, ao 'Indigenous Music Awards', maior premiação musical indígena do mundo, que acontece anualmente em

---

<sup>51</sup> Disponível em <https://unibescultural.org.br/eventos/yby-festival-promove-musica-e-cultura-indigenas-contemporaneas/>

<sup>52</sup> Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/programe-se/bro-mcs-rap-indigena-rock-in-rio/>

Winnipeg, no Canadá<sup>53</sup>. Djuena cantou o Hino Nacional na língua materna dos Tikuna, durante a cerimônia de abertura das Olimpíadas, em 2016<sup>54</sup>, repetindo este feito, em 11 de janeiro de 2023, durante a posse da atual Ministra de Estado dos Povos Indígenas, Sônia Guajajara<sup>55</sup>.

O multifacetado Anápuàka pondera que ter uma mídia própria ajuda no incremento dos negócios indígenas:

(...) a gente acaba pensando nos negócios indígenas, empreendedorismo indígena. Mas, como é que isso nasce? Nasce dentro de um festival de música indígena em São Paulo, que pensa sobre *red money*, *red skin money*, e botar o indígena numa outra posição no comércio de identidade, de valoração e pra isso eu preciso de uma comunicação que impulsiona o artista, que impulsiona o empreendedor indígena, que impulsiona o artesão pra ele saber que ele é um empreendedor, que ele movimenta uma economia (TUPINAMBÁ HĀHĀHĀE, 2023).

A Yandê ampliou seus domínios comunicacionais convergindo para outras mídias, que além do texto e do áudio, agregam imagens às suas narrativas, item muito valorizado nas interações comunicacionais da atualidade. A web rádio tem expandido seu espectro nas redes com a criação de canais e perfis nas mídias digitais, passando a ter multimeios de um mesmo produto, estabelecendo a comunicação multiplataforma, estando presente no Instagram, TikTok, Twitter, Facebook e YouTube com números pouco expressivos de seguidores. As informações apuradas e produzidas pelos correspondentes indígenas também são fontes para publicações no website e nas redes digitais da Rádio Yandê, sendo compartilhadas, através de redes de comunicação constituídas por aplicativos, como o Whatsapp e redes sociais, como o Facebook e o Instagram, onde os conteúdos das postagens diferem daqueles publicados em textos e artigos que estão no website. Estes conteúdos servem de base para a programação da rádio, o que nos parece uma inversão da lógica, uma vez que a etnomídia matriz é a Web Rádio Yandê e, por esse motivo, talvez devesse estar pautando os demais canais digitais.

De acordo com a pesquisadora Raquel Gomes Carneiro (2019, p. 32), há uma quantidade maior de atualizações nas redes sociais, realizadas diariamente, incluindo as ‘repostagens’ de diversas fanpages que integram a rede comunicacional da Yandê em âmbito nacional e internacional. Anápuàka alega que não busca aumentar os números de

---

<sup>53</sup> Disponível em: <https://amazoniareal.com.br/cantora-djuena-tikuna-e-indicada-premio-internacional-de-musica-indigena/>

<sup>54</sup> Disponível em: <https://portalamazonia.com/cultura/musica/cantora-djuena-tikuna-se-apresenta-em-evento-oficial-da-olimpiada-rio-2016>

<sup>55</sup> Disponível em: [https://cultura.uol.com.br/cenarium/2023/01/11/209051\\_ancestralidade-hino-nacional-e-entoadado-na-lingua-indigena-tikuna-em-posse-de-ministras.html](https://cultura.uol.com.br/cenarium/2023/01/11/209051_ancestralidade-hino-nacional-e-entoadado-na-lingua-indigena-tikuna-em-posse-de-ministras.html)

acessos, pois o mais importante é ampliar os processos comunicacionais indígenas: “(...) já há algum tempo que a gente não busca os números como uma ferramenta de dizer: olha em que posição nós estamos!” (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2023).

Raquel Carneiro (2019, p. 36) aferiu em sua pesquisa o perfil dos usuários das redes comunicacionais da Yandê e concluiu que “comentários e curtidas são feitos em sua maioria, por mulheres não indígenas. Os homens participantes têm perfil semelhante aos fundadores: indígenas que vivem em contexto urbano, alguns deles são estudantes de comunicação”. Os cliques, likes e comentários não passam do que os pesquisadores de mídias chamam de ‘pequenos atos de envolvimento’. Raquel traz um dado interessante que é a predominância de um público feminino e sobretudo, não indígena, pois este não é o foco da Rádio Yandê, no entanto, todos são muito bem-vindos.

A Yandê virou referência em comunicação indígena, servindo de modelo para novas experiências comunicacionais contemporâneas dos povos originários, que acabam trilhando um caminho menos espinhoso, por estarem respaldadas numa experiência já realizada. Anápuàka conta que desde antes da criação da Yandê ele viajava pelo Brasil, passava nos aldeamentos e ministrava oficinas de etnocomunicação indígena (quando nem havia essa denominação), expondo as experiências que foram bem e as que foram mal-sucedidas. Isto resultou no surgimento de outros canais comunicacionais indígenas, sobretudo no ambiente digital:

A Rádio Yandê sempre foi inspiradora para os outros, né? Não tem uma mídia indígena no Brasil, hoje, que não tenha se inspirado, que não tenha bebido na fonte da Rádio Yandê. Ela inspirou muitos etnocomunicadores indígenas. Nós simplesmente nos jogamos neste lago da comunicação e geramos ondas (...) até chegar nas margens, que são essas pessoas que sempre tiveram marginalizadas na construção da história e da memória dos seus povos” (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE 2023).

A proposta dos ‘cursos’ ministrados por Anápuàka não passava simplesmente por ensinar a usar os equipamentos e a tecnologia, mas pensar a comunicação indígena. Com isso, formou-se uma rede de comunicação nacional com correspondentes indígenas em diversas partes do Brasil. As orientações passadas para os correspondentes incluíam, além da atemporalidade das matérias veiculadas, um teor positivo na abordagem dos assuntos, mesmo que falasse também das agruras que os povos indígenas enfrentam diariamente. Anápuàka descreve a conversa que costuma ter com os colaboradores da Yandê sobre o conteúdo a ser ofertado:

(...) você quer mandar uma matéria, quer mandar uma pauta? O que está acontecendo de bom no teu povo? O que tem acontecido no teu cotidiano, na tua história, na tua memória aí? (...) o que é que você tem que os outros não

têm? O que o Brasil precisa conhecer sobre a tua nação, sobre o teu povo? (TUPINAMBÁ HÁHÁHÁE, 2023).

Dentre as recentes experiências comunicacionais digitais realizadas por indígenas, ressaltamos o xavante Cristian Wariu Tseremey'wa, nascido no território Parabubure, na região do Vale do Araguaia, no Mato Grosso. Com 25 anos de idade, cursa Jornalismo na Universidade de Brasília, foi colaborador da Rádio Yandê e depois, criou seu próprio canal no YouTube (Wari'u), dirigido aos não indígenas, onde desfaz alguns 'mitos' sobre os povos originários. Além disso, o jovem produziu e apresentou o podcast "Copiô, parente!", voltado para os povos indígenas, criado pela jornalista Letícia Leite, do Instituto Socioambiental (ISA), organização não governamental atuante junto aos indígenas e as populações tradicionais. No ar desde 2017, o programa informa as notícias de Brasília e o impacto na vida dos povos indígenas e dos povos tradicionais da floresta. Wariu recebeu de algumas lideranças indígenas o apelido de "Guerreiro Digital", por usar a força da internet para desmistificar ideias preconceituosas e estereotipadas sobre estes povos.

Cristian Wariu é uma figura presente em diversas redes sociais e suas publicações geram muitos engajamentos. No seu canal no YouTube, conta com quase 46 mil inscritos. O seu perfil no Instagram possui mais de 84 mil seguidores. No TikTok tem em torno de 115 mil seguidores e perto de 14 mil no Twitter. O comunicador enxerga as mídias digitais contemporâneas como aliadas na desconstrução das ideias pré concebidas que os não indígenas têm acerca dos povos nativos. Segundo Cristian, "a tecnologia não está tirando nossa cultura, como muitos acreditam, pelo contrário, ela vem sendo uma grande ferramenta para que nós possamos mostrar nossa realidade que, antes, era totalmente omitida do Brasil, para compartilhar o nosso lado da história" (WARIU, 2021).

Outra experiência exitosa, que confere visibilidade aos povos indígenas, é o podcast "Papo de Parente", um programa comandado pela atual deputada federal Célia Xakriabá, juntamente com o influenciador digital e estudante de gastronomia na UFBA, Tukumã Pataxó. Importante ressaltar que o referido podcast se encontra disponível, desde setembro de 2021, na Globoplay<sup>56</sup>, uma plataforma de *streaming*, integrante de um dos maiores conglomerados da mídia convencional. Foram disponibilizados oito episódios com uma duração média de 18 a 29 minutos cada, cujos programas têm uma narrativa bem visual. Célia Xakriabá responde a perguntas atendendo a curiosidade dos não

---

<sup>56</sup> Disponível em: <https://telaviva.com.br/04/10/2021/podcast-indigena-papo-de-parente-estrela-no-globoplay/>

indígenas sobre a cultura dos originários, usando a filosofia e o pensamento indígena, atual e ancestral, para ajudar a entender o indígena no século 21. Célia é educadora, liderança indígena e se elegeu, em 2022, para o cargo de deputada federal pelo PSOL de Minas Gerais, sendo a primeira parlamentar indígena do seu estado.

No quadro do programa “Receitas da Terra”, Tukumã Pataxó apresenta receitas simples de comidas indígenas, além de dicas de beleza, como a hidratação com água de coco para o cabelo, tudo isso de forma muito bem-humorada. Este jovem de 24 anos já é uma referência e uma liderança para a juventude do seu povo. Nasceu na Aldeia Pataxó Coroa Vermelha, na Bahia, lugar simbólico por ser o primeiro local invadido pelos portugueses, em 1500, e onde foi realizada a primeira missa do Brasil. A produção do programa foi feita por Cristian Wariu, que também participa de alguns programas.

É interessante perceber que a mídia convencional hegemônica está cada vez mais sendo pautada pelas mídias digitais independentes. A cultura dominante está atenta a tudo que pode ser visto como emergente. Os grandes conglomerados midiáticos têm estado atentos ao que é veiculado nas mídias alternativas, chamadas de veículos de ‘comunicação de nicho’ por Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford: “A produção cultural de nicho está cada vez mais influenciando o formato e a direção da mídia *mainstream*. (JENKINS, GREEN; FORD, 2014, p. 64). A difusão de conteúdo feito por indígenas numa plataforma ligada à grande mídia hegemônica, que sempre ignorou os povos indígenas, deve ser comemorada, à medida que pode demonstrar que as ações implementadas no sentido de capacitar e instrumentalizar os indígenas nas linguagens comunicacionais e nos aparatos tecnológicos disponíveis, conferem resultados. Eles aprendem, experimentam, se apropriam e utilizam as TICs com desenvoltura.

Outra iniciativa merecedora de destaque é o surgimento da Rede Wayuri de Comunicação Indígena da Amazônia<sup>57</sup>. A palavra *wayuri* em língua Yagantu quer dizer “trabalho coletivo”. A Rede está ligada à Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro (FOIRN) e tem parceria e apoio do ISA. Claudia Ferraz Wanano que criou o ‘Papo de Maloca’, programa com duas horas de duração, veiculado na rádio da localidade de Barcelos, situada na região de São Gabriel da Cachoeira e Santa Isabel do Rio Negro, também é criadora do podcast ‘Wayuri’, disponibilizado nas principais plataformas de áudio. O boletim é resultado do trabalho de indígenas de oito povos: Baré, Baniwa, Desana, Tariana, Tukano, Tuyuka, Wanano e Yanomami.

---

<sup>57</sup> Ver em [www.redewayuri.org.br](http://www.redewayuri.org.br)

A Rede Wayuri foi criada em 2017, sendo um veículo de suma importância para a informação dos indígenas, difundido através de radiofonia, nos locais mais distantes, sem sinal de comunicação, e por rádio poste, de audição coletiva. A Articulação dos Povos e Organizações Indígenas do Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo (APOINME) e a Organização Indígena do Rio Negro de Comunicadores Indígenas trocam conhecimentos, além de realizar a formação de novos profissionais. A Rede atua em um território indígena, onde estão localizadas cerca de 750 comunidades, de 23 etnias diferentes, nos municípios de São Gabriel da Cachoeira, Santa Isabel do Rio Negro e Barcelos. Em São Gabriel da Cachoeira, que é considerada a cidade mais indígena do Brasil, além do português, há quatro línguas indígenas oficiais: Nheengatu, Baré, Baniwa e Yanomami.

A Rede Wayuri faz edições especiais do podcast nas línguas nativas e leva para as comunidades. Encaminham as informações por Whatsapp e radiofonia. Mesmo com as dificuldades de comunicação em algumas áreas remotas da Amazônia, a Rede leva as informações adiante. O grupo chegou a traduzir para as línguas da região o termo *fake news*, o que facilitou a compreensão sobre o que são notícias falsas.

A Rede Wayuri de Comunicadores Indígenas fez um trabalho de excelência durante a pandemia mundial da Covid-19, desmentindo inúmeras inverdades, disseminadas entre os povos originários, especialmente os que vivem aldeados. Em virtude disso, a Rede Wayuri ganhou o Prêmio Estado de Direito 2022, do *World Justice Project*, na cidade de Haia, na Holanda, durante o Fórum Mundial de Justiça 2022. O prêmio foi concedido pela produção de informações confiáveis e enfrentamento às notícias falsas. A Rede Wayuri foi selecionada numa busca global e ganha ainda mais relevância no cenário político vivido recentemente em nosso país, no qual os povos indígenas tiveram que conviver diariamente com ameaças aos seus direitos, inclusive com ataques efetivos aos seus territórios.

Atualmente, a Rede é composta por cerca de 55 comunicadores de 16 etnias. Cinco deles trabalham a partir do município de São Gabriel da Cachoeira (AM), realizando semanalmente o programa de rádio ‘Papo de Maloca’, de alcance local, que vai ao ar na FM 92,7 com as locutoras Claudia Wanano e Juliana Albuquerque, do povo Baré. As iniciativas da FOIRN e da Rede Wayuri foram apoiadas pela União Europeia, a Fundação Rainforest, e outras organizações internacionais, além das parcerias com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), a Rádio Yandê e o site de notícias Amazônia Real.

A Yandê contribuiu, direta e indiretamente, para a formação e a orientação de muitos destes etnocomunicadores indígenas. Anápuàka considera gratificante que a Web Rádio tenha potencializado e impulsionado outras iniciativas midiáticas indígenas:

Muitos desses comunicadores indígenas foram colaboradores e foram construindo suas próprias mídias. É uma das coisas mais valiosas que a Rádio Yandê pode impulsionar. Então, a gente sempre quis que fosse criado esses espaços de mídia. A gente nunca quis ser único, não quer ter essa pretensão e nem quer disputar território com ninguém, só testar, produzir e impulsionar. (TUPINAMBÁ HÃHÃHÃE, 2023).

Sabe-se que não existe nenhum tipo de incentivo e nem política pública para comunicação alternativa, livre e independente, muito menos quando feitas por e para os povos indígenas. Anápuàka (2021) alega que “os movimentos que lutam pelo direito constitucional à comunicação não incluem a mídia indígena”, demonstrando falta de reconhecimento deste braço da comunicação nacional.

Em tempos, de grande difusão de notícias falsas, a Rádio Yandê colabora para transmitir informação qualificada aos povos originários. Anápuàka comemora os dez anos de existência da web rádio, neste 2023, diz que se sente realizado e se alegra pelo fato de ter sido uma boa semente que fez brotar alguns etnocomunicadores indígenas para dar continuidade ao trabalho dentro do cenário etnomidiático indígena emergente.

### **Considerações finais**

O estado democrático pressupõe a necessidade de pluralidade de pontos de vista nos processos informativos e culturais, diversificando as fontes produtoras e emissoras desse conteúdo. O surgimento da internet revolucionou a comunicação contemporânea com o rompimento das barreiras territoriais e o imediatismo, além de possibilitar a interatividade, o protagonismo e a representatividade para os grupos minoritários. Com o advento da internet, vimos despontar novas possibilidades de experiências midiáticas, alternativas e independentes, que oportunizam o protagonismo dos invisibilizados pela mídia convencional.

As mídias independentes, tanto as analógicas como as digitais, têm sido grandes aliadas dos povos indígenas na sua representação midiática, na luta pelo direito à comunicação, além de outros direitos, e na preservação de suas culturas. Nos veículos de comunicação hegemônicos, quando aparece uma figura indígena é, na grande maioria das vezes, estereotipada e eles são tratados como inimigos do progresso da nação, por tentarem proteger as terras brasileiras que lhes couberam. Isso demonstra que perdemos o elo com nossa ancestralidade e por essa razão negamos espaço à cultura indígena.

A sociedade colonizadora dominante não aceita nada diferente do padrão estabelecido por eles e trabalha na tentativa da homogeneização social e cultural, objetivando tornar a todos réplicas uns dos outros, não se levando em conta as especificidades de cada um. É preciso conhecer e ressaltar a colaboração dos povos indígenas para a cultura brasileira, a fim de que se possa caminhar na direção da quebra de estigmas e preconceitos. A soma cultural das práticas e conhecimentos dos povos originários deve ser motivo de orgulho para nós.

Pode-se dizer que a Yandê tem comprovado sua eficiência no âmbito da difusão das culturas indígenas, cumprindo as metas de amplificação de vozes e protagonismo dos povos nativos, e tem ido além, pois deixa um rastro de novos comunicadores indígenas com suas formas de fazer etnocomunicação. Realizá-la é permitir um novo olhar sobre os processos comunicativos pautado pela visão da etnia que produziu o conteúdo. Comunicadores que adotam a etnocomunicação devem comunicar expressando sua essência étnica e cultural.

A apropriação dos meios de comunicação pelos sujeitos étnico-comunicacionais indígenas gera empoderamento, pertencimento e identificação, fazendo com que suas tradições culturais sejam mantidas, por meio da disseminação. Entretanto, a ideia da representação indígena na internet tem uma importância de cunho social e político para além do cultural. Mostra-se extremamente relevante que os povos indígenas criem seus próprios meios para se comunicar, transmitir informação, entretenimento, conhecimento, fazer denúncias, sabendo que essa atitude colabora para preservação da sua memória ancestral e contemporânea, que são patrimônios da cultura brasileira.

A etnocomunicação indígena, seja em áudio, vídeo, fotografias e demais suportes, com a divulgação principalmente na internet, é um tema recorrente nas discussões do movimento indígena. As novas tecnologias comunicacionais utilizadas, atualmente, pelos indígenas são o novo capítulo da história dos povos originários na luta por seus direitos. Todos os aprendizados são compartilhados e os saberes multiplicados para ampliar o número de nativos protagonizando as próprias narrativas e criando suas etnomídias. Esses conteúdos integram uma estratégia maior de ocupar espaços de comunicação, tanto a analógica como a digital, com maior ênfase nesta última.

A Rádio Yandê virou referência, servindo de modelo e de estímulo para que diversas experimentações de apropriação midiática aconteçam, tais como: perfis nas redes sociais, canais em plataformas de *streaming*, produção de *podcasts*, tanto para educação quanto para informação, dentre tantas outras iniciativas destes povos nativos.

## Referências bibliográficas

- AMARAL, Emanuela Neves do. **Política Pública de Comunicação para os povos indígenas no Brasil**: pontes entre as políticas públicas latino-americanas e o caso brasileiro. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC). Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, 2022.
- ALMEIDA, Marco Antônio de. Práticas infocomunicacionais e mediações na cultura da convergência. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação** nº 7, novembro 2018.
- ARAÚJO, Bryan Christian da Costa; SANTI, Vilso Júnior Chierentin. **Comunicar para mobilizar**: as práticas etnocomunicativas do Conselho Indígena de Roraima. Trabalho apresentado no XXVIII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre – RS, junho 2019.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Presidência da República. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em: 09 jun. 2022.
- CABRAL FILHO, Adilson Vaz; AMARAL, Emanuela Neves do. As disputas de valores e a comunicação indígena como expressão de outros cotidianos. In: VENTURA, Mauro S., GOBBI, Maria Cristina (Orgs.). **Comunicação cidadã**: Gênero, raça, diversidade e redes colaborativas no contexto da pandemia. Bauru, SP: Canal 6, 2021.
- CARNEIRO, Raquel Gomes. **Sujeitos comunicacionais indígenas e processos etnocomunicacionais**: a etnomídia cidadão da Rádio Yandê. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2019.
- HAMDAN, Ana Amélia. **Rede Wayuri é premiada em Haia por inovação e combate à desinformação**. Amazônia, notícia e informação. Publicado em 02/06/2022. Disponível em: <https://amazonia.org.br/2022/06/rede-wayuri-e-premiada-em-haia-por-inovacao-e-combate-a-desinformacao/> Acesso em: 27/10/2022.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, Henry. FORD, Sam. GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio de mídia propagável. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.
- KENSKI, Vani Moreira. Cultura digital. In: MILL, Daniel (Org.) **Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias e de educação a distância**. Campinas: Editora Papirus, 2018.
- LIMA, Luciana Piazzon Barbosa. Práticas culturais on-line e plataformas digitais: desafios para a diversidade Cultural na Internet. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação** nº 7, novembro, 2018.
- GRUPO DE MÍDIA. **Mídia Dados 2021**. São Paulo: Ipsis Gráfica e Editora, 2021.
- OLIVEIRA, Cristina Nascimento. O Etnodesenvolvimento como uma perspectiva para o Etnojornalismo. **Revista do Núcleo Histórico Socioambiental** – NUHSA, v. 1, n. 3: Editora UFRR; outubro, 2014.

- PAIVA, Raquel e RIBEIRO, Cristiano Henrique. **Comunidade e Contra-Hegemonia**: Rotas de Comunicação Alternativa. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2005.
- SCHMDIT, Eric; COHEN, Jared. **A nova era digital**: como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios. Rio de Janeiro: Instrínseca, 2013.
- SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Antropológica no Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.
- SOUZA, Vinicius Guedes Pereira de; COSTA, Raylson Chaves. Etnomídia indígena como narrativa das resistências. *Extraprensa*, São Paulo, v. 14, n. 2, jan./jun. 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/185427> Acesso em: 23/09/2022.
- TUPINAMBÁ, Renata Machado. Eu quero ligar a TV e ter ali conteúdo produzido por indígenas. Entrevista realizada para o site Povos Indígenas do Brasil. Publicado em 03/12/2018. **Índios**. Disponível em: [https://www.indios.org.br/pt/“Eu\\_quero\\_ligar\\_a\\_TV\\_e\\_ter\\_ali\\_um\\_conteúdo\\_produzi\\_do\\_por\\_indígenas](https://www.indios.org.br/pt/“Eu_quero_ligar_a_TV_e_ter_ali_um_conteúdo_produzi_do_por_indígenas) Acesso em: 06/02/2022.
- \_\_\_\_\_. Etnomídia, uma ferramenta para a comunicação dos povos originários. **Brasil de Fato**. Publicado em 11/08/2016. Disponível em: <https://www.brasildefatopr.com.br/2016/08/11/etnomidia-por-uma-comunicacao-dos-povos-originarios> Acesso em: 20/10/2022.
- TUPINAMBÁ HÃ HÃ HÃE, Anápuàka Muniz. **Rádio Yandê**. Depoimento gravado em vídeo para Marilda Samico da Silva. Rio de Janeiro, janeiro de 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2P-1saMd3S4> Acesso em: 25/01/2023.
- \_\_\_\_\_. **Rádio Yandê**. Entrevista pessoal concedida a Marilda Samico da Silva. Casa Firjan. Rio de Janeiro, outubro 2021.
- URSINO, Poliana. Cristian Wariu, um guerreiro digital indígena. **Da Favela**: Cultura Urbana. Publicado em 08/10/2021. Disponível em: <https://dafavela.com.br/cristian-wariu-um-guerreiro-digital-indigena/> . Acesso em: 24/05/2022.

# **Mídia, mulher e atualidade: um reflexo da imagem feminina na contemporaneidade**

Juliana Meneses

As mulheres, no decorrer da história, têm lutado para conquistar seus direitos sociais e se libertar da inferiorização que lhes foi atribuída pelo patriarcado. Essa luta se deu em diversos períodos históricos, e nos mais diversos tipos de sociedade. “Na sociedade grega, apesar dos imensos ganhos para a humanidade em várias áreas do conhecimento, as mulheres eram subjugadas e tinham a mesma importância dos escravos” (ALVES, PITANGUY, 1985, p.11).

No período antes da Revolução Francesa, os direitos das mulheres não eram levados em conta, e esse fato era ligado tanto a questões de gênero, como de raça, já que uma série de direitos eram negados também aos negros e aos índios. Apesar da revolução e da difusão das ideias iluministas terem sido uma inspiração, paradoxalmente, esses direitos não eram extensivos para as mulheres, mas exclusivos aos homens brancos.

Ainda segundo Alves e Pitanguy (1985), após a revolução, as mulheres foram proibidas de participarem ativamente de qualquer fato da esfera pública, sendo-lhes atribuído forçosamente um papel de subserviência. No sistema de produção fabril, o trabalho da mulher era mais explorado do que o do homem, apesar de ter a mesma carga horária. Elas ganhavam a metade do valor que era pago ao gênero masculino, sendo uma luta constante das mulheres por direitos sindicais. Posteriormente, o movimento sufragista teve duas frentes de luta por melhores condições de trabalho e pelos direitos à cidadania, que incluíam o direito de votar e ser votada, e reivindicações de remuneração para os cargos parlamentares.

No decorrer do tempo, as mulheres lutaram para que sua voz fosse ouvida numa sociedade patriarcal que não estava disposta a abrir espaço para elas. Apesar do quão dispendioso isso possa ser, os ganhos sociais para criar uma nova sociedade, que considere as mulheres como cidadãs de primeira classe se fez fundamental para o avanço das comunidades ocidentais. “A cultura não faz as pessoas. As pessoas fazem a cultura. Se uma humanidade inteira de mulheres não faz parte da nossa cultura, então temos que mudar nossa cultura” (ADICHIE, 2017, p.48).

É possível resgatar que houve um tempo em que as mulheres não tinham o incentivo de serem nem mesmo alfabetizadas, e quando isso acontecia, era em famílias mais abastadas; contudo, a educação destinada para mulheres não era a que estimulava o pensamento crítico, mas sim a destinada a ser domesticada como alguém que corresponde às expectativas patriarcais.

O direito das mulheres de frequentarem a escola secundária e superior enfrentou forte resistência por parte da sociedade que considerava tais estudos desnecessários para a formação das jovens. O androcentrismo da família patriarcal reservava aos homens os benefícios da cultura e se encarregava de excluir as mulheres desse universo. Por isso a imposição de uma educação diferenciada como forma de respeitar as ‘diferenças biológicas e morais’ de cada sexo. Aos homens, uma educação que os preparasse para o mundo do trabalho; às mulheres bastava a ‘educação da agulha’ saber de comportar e atuar dentro da casa. Numa formação mais sofisticada, a jovem aprendia francês, música, pintura, as quatro operações, e ainda etiqueta, catecismo, culinária e princípios morais, o suficiente para formar a mulher que o discurso senhorial prescrevia: educada, meiga, acomodada. (DUARTE, 2016, p.24).

A forma como a mulher era vista na sociedade por séculos foi de subserviência, como verificou Simone de Beauvoir (1949), que foi fundamental para o feminismo e para o despertar nas mulheres ocidentais. Observou que o papel atribuído às mulheres não era justo, uma vez que tinham a mesma capacidade e direitos que os homens.

Simone de Beauvoir chamou a atenção para os desmandos da injustiça alicerçada nas diferenças sexuais, mais e piormente praticada onde predominam os autoritarismos políticos, os credos únicos e a intolerância racial. Corajosamente, ela emitiu um grito de alerta, sacudiu a consciência das mulheres ocidentais, revelou os indícios de uma escravidão ancestral e convocou “o segundo sexo” para essa sua primeira denúncia, à maneira de um testemunho internacional, que imediatamente seria acompanhada de focos de rebeldia, movimentos libertadores, protestos contra a desigualdade feminina e demandas que enlaçaram antigas e novas lutas, seculares ou súbitas, a fim de reconquistar, dentro de um mundo totalmente entregue à turbulência, a dignidade através da qual nós, as mulheres, haveremos de recobrar o sentido do ser, se é que neste século que se inicia as gerações irão valorizar o verdadeiro significado unificador da sobrevivência em nosso planeta (ROBLES, 2019, p.19).

A luta por direitos foi distinta nas três ondas do feminismo, sendo que em cada período histórico houve uma série de reivindicações pelas quais as mulheres tiveram que se posicionar e exigir seu lugar na sociedade, para que fosse possível existir um espaço democrático destinado as mulheres, toda essa luta foi fundamental.

Nesta pesquisa analisa-se como a construção social da imagem da mulher na sociedade contemporânea é um produto fruto do patriarcado, induzida desde a infância a acreditar que deve ter um lugar de coadjuvante na sociedade, dando maior oportunidade aos homens para vida pública, e incentivando as meninas ao casamento, ao lar, à família, além de supervalorizar a imagem física. Leva-se em consideração o projeto

“Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (CABRAL, 2020).

### **A libertação das mulheres e as três ondas do feminismo**

O que se sabe é que o período que vai do final do século XIX até o início do século XX, foi denominado de a primeira onda do feminismo. A luta das mulheres que já estava em curso, como por exemplo o movimento sufragista, trouxe à tona uma série de reivindicações sobre os seus direitos, a redução da jornada de trabalho, a equiparação salarial, a conquista de direitos políticos etc. Nessa primeira onda, uma das principais bandeiras foi o sufrágio feminino, para que elas pudessem exercer os seus direitos políticos, para que assim se tornassem cidadãs de fato e de direito. “As sufragistas lutavam pela igualdade em todos os terrenos apelando à autêntica universalização dos valores democráticos e liberais” (GARCIA, 2011, p. 58).

Segundo Morato (2018), entre outras bandeiras, as feministas também estavam envolvidas em temas relacionados aos direitos humanos, como luta pela liberdade de pensamento, abolição da escravatura e a questão da prostituição. No Brasil, em 1932, as mulheres tiveram, com o Novo Código Eleitoral, o direito ao voto, sendo permitido que as mulheres pudessem votar e serem votadas, mas o voto feminino ainda era facultativo.

Após a publicação de *O segundo sexo*, por Simone de Beauvoir, em 1949, novas pautas voltadas para os direitos das mulheres surgiram na Europa. O livro explicava a não reciprocidade na relação do homem com a mulher. Mesmo quando as mulheres têm maior visibilidade na esfera pública, com conquistas de direitos, os homens permanecem detentores do poder (MARTINS, 2015).

Um homem não teria a ideia de escrever um livro sobre a situação singular que ocupam os machos na humanidade. Se quero definir-me, sou obrigada inicialmente a declarar: “sou uma mulher”. Essa verdade constitui o fundo sobre o qual se erguerá qualquer outra afirmação. Um homem não começa nunca por se apresentar como um indivíduo de determinado sexo: que seja homem é natural. É de maneira formal, nos registros dos cartórios ou nas declarações de identidade que as rubricas, masculino, feminino, aparecem como simétricas. A relação dos dois sexos não é a de duas eletricidades, de dois pólos. O homem representa a um tempo o positivo e o neutro, a ponto de dizermos “os homens” para designar os seres humanos (...). A mulher aparece como o negativo, de modo que toda determinação lhe é imputada como limitação, sem reciprocidade (BEAUVOIR apud MARTINS, 2015, p.233).

Sabe-se, também, que na segunda metade do século XX houve o surgimento da segunda onda do feminismo. Naquele momento, os direitos políticos e civis já não seriam mais a pauta central, mas a busca pela compreensão das origens que acarretaram as desigualdades de gênero.

Atribuiu-se uma dimensão política ao problema da opressão feminina, sintetizado pelas feministas dos anos 60 pelo slogan “o pessoal é político”. Esse foi um dos emblemas mais importantes do feminismo na segunda metade do século XX, segundo o qual a sexualidade perde seu domínio eminentemente privado e passa a ser compreendida como uma relação de poder entre os sexos. A sexualidade teria, a partir de então, essência política, sendo constitutiva da ordem patriarcal (MARTINS, 2015, p 234).

Com o final da segunda guerra mundial, houve o retorno das mulheres para o lar, a fim de dar lugar aos homens que voltavam para casa. Ao invés do mercado de trabalho se reinventar e empregar ambos os sexos, houve um processo que contou com a ajuda dos meios de comunicação para que a mulher fosse enaltecida como a rainha do lar, desincentivando o trabalho fora de casa. Todavia, como observa Martins (2015), a percepção da desigualdade nesse momento era outra, porque a imagem das mulheres que era antes questionada quanto à sua participação na esfera pública, no campo político e civil, na segunda onda do feminismo, passou-se a questionar sua participação na esfera privada, observando como essas desigualdades se dariam e de que modo a sociedade patriarcal estaria impondo a ela um lugar que não era confortável. A mulher não queria mais ser obrigada a cumprir o papel que lhe era atribuído, sendo obrigada a aceitar os padrões de feminilidade e de maternidade como única alternativa de vida.

Em setembro de 1968, houve nos Estados Unidos, a icônica Queima do Sutiãs, que foi um protesto de mulheres que ocorreu do lado de fora de onde estava sendo realizado o concurso de beleza de Miss América, com aproximadamente 400 ativistas do Women’s Liberation Movement (Movimento de Liberação das Mulheres, o WLM), contrário à objetificação dos corpos femininos. As mulheres queriam ser vistas como cidadãs e não apenas como um corpo. Apesar de toda a luta, a coisificação das mulheres ainda é uma realidade no mundo midiático atual, por incrível que isso possa parecer.

A terceira onda do feminismo começou na década de 1980, e estende-se até os dias atuais. Questões que já foram pautadas em ondas anteriores são trazidas à tona com mais profundidade. A mudança da imagem das mulheres na mídia, bem como os estereótipos que as caracterizam são assuntos abordados constantemente na terceira onda. Dessa vez, as mulheres negras passaram a questionar o protagonismo que era apenas das mulheres brancas. Na primeira e segunda ondas, isso levanta uma série de outras questões importantes para esse grupo, atingindo a sociedade como um todo. “Quando a mulher negra se movimenta, toda a estrutura da sociedade se movimenta com ela, porque tudo é desestabilizado a partir da base da pirâmide social onde se encontram as mulheres negras,

muda-se a base do capitalismo" (DAVIS, 2017, *site*<sup>58</sup>). As pautas de raça e de classe passaram a ser levadas em conta na terceira onda, o que não era visto nas anteriores.

Se o Feminismo Negro luta pela erradicação do racismo como estruturante social, ele se funde ao movimento negro. Se o Feminismo Negro aposta as opressões atreladas ao gênero, ele se aglutina a linha do Feminismo dito universal. Então temos a necessidade de explicitar todas as contribuições do Feminismo Negro, suas proposições e apontamentos para que em um só tempo tenhamos um entendimento profundo dos caminhos da história, bem como dos princípios norteadores de novas ações e posturas que visam a equidade como potencial eliminador das opressões (BERTH, 2018 p. 50).

O movimento feminista da terceira onda, portanto, passa a ter uma relevância e maior preocupação com a questão étnica, como uma de suas bandeiras. “Pensar em feminismo negro é justamente romper com a cisão criada numa sociedade desigual, logo é pensar projetos, novos marcos civilizatórios para que pensemos em um novo modelo de sociedade.” (RIBEIRO, 2017).

Alguns avanços, no Brasil, que podem ser citados nessa onda do movimento feminista foi a criação da Lei Maria da Penha, n.11.340<sup>59</sup>, em 2006, que inclui a violência doméstica como violação dos direitos humanos, passível de punição com 2 anos de reclusão em regime fechado. Outro exemplo foi a Lei 13.104<sup>60</sup>, em 2015, que incluiu o feminicídio, crime de ódio praticado contra mulheres apenas por questão de gênero, na modalidade de homicídio qualificado.

## **A imagem da mulher na mídia: da infância à vida adulta**

### **Infância e as princesas**

A forma como as mulheres são criadas desde pequenas, com exemplos de subserviência e estimuladas a serem obedientes ao invés de livres, faz com que elas cresçam acreditando que o seu papel social deve necessariamente ser muito distinto ao dos homens, sendo delegadas as tarefas domésticas, o cuidado das crianças e apenas profissões que não incluam poder, dominância ou controle social.

Por certo, a imagem criada nos contos de fadas dá a percepção de que o papel social das mulheres deve ser o de aguardar docemente que alguém apareça para mudar-lhes a

---

<sup>58</sup> Angela Davis. El País. Disponível em:

[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/27/politica/1501114503\\_610956.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/27/politica/1501114503_610956.html). Acesso em 21 de abril de 2020.

<sup>59</sup> LEI Maria da Penha. Disponível em: <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/95552/lei-maria-da-penha-lei-11340-06> acesso em 13 de abril de 2020.

<sup>60</sup> LEI Nº 13.104. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil/\\_ato2015-2018/2015/lei/113104.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil/_ato2015-2018/2015/lei/113104.htm). Acesso em 13 de abril de 2020.

vida. Historicamente, as principais princesas da Disney têm seu enredo construído sob a ótica da mulher que almeja um casamento, porque isso é o único motivo de sua existência. Construir uma família é, para o padrão Disney, algo imprescindível para o sucesso da mocinha de suas histórias. “Observa-se que elas reforçam e perpetuam uma imagem de mulher bem significativa do patriarcado: bela, recatada e do lar” (MORATO, 2018, p. 16).

Das histórias clássicas das princesas tradicionais, como Branca de Neve, Cinderela, Aurora e Ariel têm o seu futuro diretamente conectado com a possibilidade da conquista amorosa, como se não existisse então para as mulheres nenhuma outra possibilidade de êxito.

Os contos de fadas, príncipes e princesas encheram a imaginação de crianças e adultos. Nesta trama, todavia, oculta-se mais de uma verdade lamentável a respeito da obstinação das mulheres medíocres, para as quais, perversas ou não, não há anseio maior do que aquele que se confirma com um bom casamento (ROBLES, 2019, p.256).

Para a psicóloga americana Colette Dowling (2002), no chamado “Complexo de Cinderela”, mulheres esperam resolver todos os problemas da vida no encontro amoroso, atribuindo a causa da felicidade para outrem. Segundo ela: “As mulheres são ensinadas a crer que, algum dia, de algum modo, serão salvas.” (DOWLING, 2002, p.13). Aguardam então “o príncipe encantado”, rejeitando de forma inconsciente a responsabilidade por sua própria vida. Dowling (2002) identifica também nessas mulheres características como medos e o comportamento reprimido, que é uma dificuldade de tomar decisões e a dependência psicológica. Denominei-a ‘Complexo de Cinderela’: “uma rede de atitudes e temores profundamente reprimidos que retém as mulheres numa espécie de penumbra e impede-as de utilizarem plenamente seu intelecto e criatividade. Como Cinderela, as mulheres de hoje ainda esperam por algo externo que venha transformar sua vida” (DOWLING, 2002, p. 26).

### **O poder da mídia na imagem da mulher**

A televisão e a publicidade têm grande influência em como esse tipo de comportamento é perpetuado e difundido, sendo passado para as mulheres por gerações, o que faz parecer que seria um fator da natureza feminina, quando na verdade é uma construção social. Na construção cultural, o local de poder, de tomar decisões, de colocar-se publicamente, de expor abertamente suas ideias, ou de assumir o poder público e cargos de governo é sempre uma opção para homens. “As mulheres são ‘amputadas’, sobretudo no desenvolvimento e uso da razão e no exercício do poder. Elas são socializadas para desenvolver comportamentos dóceis, cordatos, apaziguadores” (SAFFIOTI, 2011, p.35).

A mídia tem uma influência direta na propagação da imagem cultural que é criada. O poder da grande mídia hegemônica é enorme e seu controle das comunicações está presente no Brasil.

A Concentração midiática é uma realidade no Brasil. Na área de radiodifusão, cinco conglomerados nacionais e cinco grupos regionais midiáticos atingem quase 100% do território brasileiro. Dentre os grupos nacionais, destacam-se: Rede Globo, SBT, Bandeirantes, Record e Rede TV! (CABRAL, 2020, p.4).

É de se saber que tendo o controle midiático, os grandes conglomerados possuem uma influência que pode disseminar padrões patriarcais em sua programação, seja por meio de novelas, telejornais ou programas de entretenimento, sendo um dos responsáveis pelo aspecto negativo que a mulher é representada.

De acordo com Manuel Castells (1999, p.57),

as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais. Mas a tendência social e política característica da década de 90 é a construção da ação social e das políticas em torno de identidades primárias - ou atribuídas, enraizadas na história e geografia [...] Os primeiros passos históricos das sociedades informacionais parecem caracterizá-las pela preeminência da identidade como seu princípio organizacional. Por identidade, entendo o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir uma referência mais ampla e outras estruturas sociais.

Indubitavelmente, é na cultura do patriarcado que as mulheres serão sempre as perdedoras; as que serão subjugadas e inferiorizadas. “O discurso típico da dominação masculina é biopolítico de qualquer esfera, ele está presente na sociedade, configurando o machismo estrutural ao qual todos estão submetidos, uns como sujeitos oprimidos, outros como sujeito de privilégios” (TIBURI, 2015, p.116). A disputa entre os gêneros faz com que as mulheres sejam postas hierarquicamente abaixo dos homens, nunca em posição de domínio ou destaque, sendo oprimidas ou invisibilizadas nessa estrutura.

As telenovelas ocupam um espaço de relevância na programação cultural da sociedade brasileira. “Em termos de programas [...] apesar das mudanças nos hábitos de consumo nacionais, frente às plataformas digitais, a telenovela continua figurando como produto cultural acessível a todas as camadas sociais no Brasil, inspirando a formação de identidades” (CASTILHO, 2018, p.02). Sua influência sobre a formação do imaginário das/dos telespectadores não pode ser ignorada, uma vez que o alcance das telenovelas no país tem um papel social profundo e ainda não explorado de forma sistemática.

Por meio de ideologias conciliatórias dessa ordem, uma modelagem familiar, que percorre desde as instâncias produtivas até o público, termina impondo-se, e com marcas próprias. Nela subjaz a ideia clássica da família patriarcal, com

*o pater familias* no centro da esfera de decisões, comandando filhos, mulher, agregados, servos. Se no real histórico já desapareceu a multifuncionalidade da família patriarcal (quando esta avocada a si as múltiplas funções sociais), ela permanece no nível do imaginário, como matriz simbólica da narrativa popular de maior consumo no Brasil, de hoje, a telenovela (SODRÉ, 1991, p.225).

A forma como as mulheres são representadas na televisão é um fator de influência direta em como este grupo social será percebido nas relações sociais organizadas. É comum ver o estereótipo da mulher frágil, dependente do marido ou do pai, objetificada como se apenas o seu corpo tivesse real valor, pois o seu intelecto fica reduzido a nada ou a muito pouco. Essas mulheres tornam-se apenas um ser fútil para procriar, que provavelmente orbita ao redor de assuntos sem importância. A exemplificação feita não condiz com a realidade das mulheres no mundo e no Brasil, de modo que ao não exibir o que de fato acontece, há uma tentativa de inibir que essa realidade seja revelada. “O discurso da cultura nacional não é, assim, tão moderno como aparenta ser. [...] As culturas nacionais são tentadas, algumas vezes, a se voltar para o passado, a recuar defensivamente para aquele ‘tempo perdido’” (HALL, 1992, p.56).

Pode-se observar que os perfis representados de forma majoritária nas novelas não são um modelo de mulheres que não representa a maioria das brasileiras. São, em grande parte, personagens brancas, jovens e de classe média alta, o que em nenhum dos quesitos seria o que de fato é a classe feminina do país. “Os percentuais mais altos nos apontam que a imagem feminina veiculada pelas telenovelas de maior audiência de 2007 a 2016 corresponde a uma mulher fisicamente jovem, branca, de classe média alta, magra, heterossexual” (CASTILHO, 2018, p.8).

As relações exemplificadas entre mulheres em tramas de telenovelas são em grande parte em torno de homens, sejam eles relacionamentos amorosos, sejam filhos ou outros parentes. “O amor romântico e a família burguesa são ingredientes significativos da telenovela brasileira. [...] O casamento é ainda uma escolha conveniente e também intencionalmente usado como degrau de ascensão social, ainda hoje” (BACCEGA, 2003, p. 04). As mulheres têm uma profissão citada no enredo, mas não será em torno disso que ele irá girar, mas sim de um universo masculino.

Outro aspecto muito abordado é a disputa amorosa, e a rivalidade entre as mulheres é bastante exemplificada como algo comum. Geralmente, as mulheres odeiam e tramam umas contra as outras, para conseguir conquistar o amor de um homem. A mulher objeto também tem grande espaço no enredo de telenovelas, e aquela que é desprovida de qualquer criticidade, mas é extremamente sexual. Assim é feita uma hipervalorização dos

corpos femininos e dos padrões de beleza ditados pela sociedade machista, excluindo outros modelos de corpos. “É interessante perceber que nessa análise longitudinal, o envelhecimento, a negritude, a pobreza, o excesso de peso, a ruralidade, a homossexualidade, o divórcio e o desleixo com a aparência são características minoritárias nas personagens principais das telenovelas brasileiras de grande audiência” (CASTILHO, 2018, p.11).

Muitas vezes, as personagens ou são extremamente ingênuas ou estão na trama para fazer o homem “cair na tentação”, como se o homem da história fosse seduzido por aquela figura da qual ele não consegue resistir, eximindo-o da culpa de seus atos, em traições, por exemplo. Esse tipo de papel social atribuído às mulheres já teve na sociedade um espaço real na legislação brasileira. No passado era possível uma mulher ser acusada do crime de sedução, além de o adultério também ter punição mais rigorosa para mulheres do que para homens.

A questão da maternidade é amplamente abordada nas telenovelas, onde muitas personagens mulheres só existem para ocupar o papel de mãe de outro personagem. Os desfechos das telenovelas geralmente trazem finais previsíveis, indicando que todos terminaram felizes, mostrando diversas vezes uma festa com várias personagens grávidas ou com filhos recém-nascidos. “A família é uma instituição de integração do sistema social, importante como agência socializadora. Cabe, então, à mulher a manutenção e integração desses padrões” (BACCEGA, 2003, p.8).

As mulheres negras são exemplificadas majoritariamente como empregadas domésticas, pois em poucas narrativas são atribuídas a elas personagens com poder aquisitivo alto, em profissões tradicionais ou bem-sucedidas.

Conhecendo a trajetória dos veículos de comunicação de massa e também dos tradicionais e considerando o racismo como ideologia e prática estrutural, estruturante e institucional, concluímos facilmente que a forma massivamente usada para alienação e o estilhaçamento de que fala Gonzalez não poderia ser outro senão o trabalho imagético de perpetuação da ideia de inferioridade da pessoa negra, se valendo da supervalorização da estética branca como ideal de perfeição (BERTH, 2018 p. 110).

Por consequência dessa sub-representação ou mesmo de uma representação desqualificada, as mulheres na sociedade são desestimuladas ou impedidas de chegar a cargos elevados: “No estado de São Paulo, uma vez que, no Tribunal de Justiça, não há uma só desembargadora. Na carreira militar, a mulher também não pode galgar altos postos, os de general por exemplo” (BACCEGA, 2003, p.3). A hegemonia cultural reforça as desigualdades entre homens e mulheres, e por não retratar nas telenovelas mulheres em

papéis de representação de poder, como cargos políticos ou em um cargo estratégico e competitivo, auxilia na criação de barreiras ainda mais intensas de desigualdade e falta de representatividade.

### **Mito da beleza como artifício de dominação**

Outro artifício de dominação utilizado para controlar as mulheres é o mito da beleza, uma vez que são levadas a acreditar que devem seguir determinado padrão. As mulheres, no decorrer do tempo, vêm tentando seguir um ideal inalcançável para agradar uma sociedade misógina, que as coloca apenas como objetos.

A 'beleza' é um sistema monetário semelhante ao padrão ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino. Ao atribuir valor às mulheres numa hierarquia vertical, de acordo com um padrão físico imposto culturalmente, ele expressa relações de poder segundo as quais as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriaram (WOLF, 1992, p.11).

Com o intuito de controlá-las, os corpos das mulheres são colocados como públicos na sociedade patriarcal, pois não têm o direito sobre eles e devem seguir a moda, mesmo que não seja escolha pessoal. Padrões são ditados e as mulheres são induzidas a tentar segui-los, para tentarem se encaixar na sociedade, como se isto fizesse com que elas se tornassem verdadeiramente mulheres, ao alcançar esse perfil idealizado.

A questão da liberdade das mulheres, seja como autonomia, seja como soberania, está fora de questão em uma sociedade de dominação masculina. Nessa sociedade os homens decidem, ou a moral e a epistemologia masculista são as regras do jogo contra o direito das mulheres de decidir sobre sua vida e seu corpo (TIBURI, 2015, p117).

Cirurgias plásticas, dietas, produtos de beleza que prometem milagres do rejuvenescimento são estimulados pela mídia, bem como um modelo estético que não corresponde aos corpos reais. Além disso, há as correções que são feitas em fotografias de revistas e na internet, os retoques em programas de edição, que de fato criam mulheres que não existem, mas que fazem com que as elas achem que aquele modelo imposto seja de fato o ideal, fazendo com que as mulheres virem escravas de um padrão que será impossível de ser atingido porque não existe.

E a alucinação inconsciente adquire influência e abrangência cada vez maiores devido ao que hoje é uma consciente manipulação do mercado: indústrias poderosas — a das dietas, que gera 33 bilhões de dólares por ano, a dos cosméticos, 20 bilhões de dólares, a da cirurgia plástica estética, 300 milhões de dólares e a da pornografia com seus sete bilhões de dólares — surgiram a partir do capital gerado por ansiedades inconscientes e conseguem por sua vez, através da sua influência sobre a cultura de massa, usar, estimular e reforçar a alucinação numa espiral econômica ascendente (WOLF, 1992, p.17).

Ao mesmo tempo, em paradoxo, as mulheres devem ter todo o cuidado com a forma que se vestem para que isso não seja interpretado de forma equivocada pelos homens. Uma mulher não tem liberdade de utilizar um decote em um ambiente corporativo sem parecer que está sendo promíscua e/ou inadequada. O mesmo sistema que dita o que deve ser seguido sem questionar, objetifica seus corpos e criam padrões para fazê-las acreditar que determinada roupa as faz menos dignas. Sabe-se que, para serem respeitadas de fato, elas não podem ser muito femininas, pois esse atributo está diretamente relacionado à futilidade e à ignorância.

A verdade é que quando se trata de aparência, nosso paradigma é masculino. Muitos acreditam que quanto menos feminina for a aparência de uma mulher, mais chance ela terá de ser ouvida. Quando um homem vai a uma reunião de negócios, não passa pela cabeça se será levado a sério ou não dependendo da roupa que vestir, mas uma mulher pondera (ADICHIE, 2009, p.40).

Dessa forma, é possível perceber uma dicotomia, que estimula as mulheres ao culto ao corpo, e quando elas o fazem as condena com argumento de que para serem consideradas inteligentes e serem validadas pelo patriarcado não devem mostrar sinais tão evidentes de feminilidade.

Nos programas de televisão, como novelas e telejornais, o corpo das mulheres segue um padrão específico, é difícil que se encontre corpos variados. São poucas as apresentadoras de programas e jornais negras ou com um corpo não magro. O padrão de magreza exigido pela televisão é rigoroso e uniformiza de modo homogêneo como as mulheres devem ser. Tatuagens e piercings são outro tabu na televisão, como se por ter determinado adereço a imagem da mulher fosse perder a credibilidade que o veículo quer passar. O padrão de feminilidade é exaltado e as mulheres que performam esse modelo estético, não serão incluídas em frente às câmeras.

### **Considerações finais**

É de se perceber que a forma como a mulher é vista na sociedade tem grande influência da mídia, seja na infância com os desenhos assistidos de contos de fadas, seja vida adulta, com as telenovelas, publicidade, além da forte manipulação sofrida em todas as mídias por meio do mito da beleza, que faz com que as mulheres acreditem que, para serem validadas, precisam corresponder ao padrão imposto pela sociedade patriarcal, que, na verdade, é inatingível.

A grande mídia hegemônica possui um grande poder, já que por se tratar de um serviço gratuito, tem a capacidade de atingir uma enorme soma de lares brasileiros, sendo um facilitador da manutenção do lugar de subserviência da mulher, quando as retrata

majoritariamente com as mesmas obrigações de outrora, além de dar-lhes pouco espaço para o desempenho de cargos e profissões de poder, o que colabora com a perpetuação da crença de que as mulheres devem permanecer como coadjuvantes e não como protagonistas em todas as áreas de atuação da sociedade.

### **Referências bibliográficas**

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jaqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejamos todos feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BACCEGA, Maria Aparecida. **A representação da mulher nas telenovelas brasileiras nos anos 90**. 1997. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/f8523707b335b565acc6b0bbd4a36ebe.PDF>. Acesso em: 8 mai.2023.

BERTH, Joice. **O que é: empoderamento?** Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2018.

CABRAL, Eula D.T. **Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados**. Rio de Janeiro: FCRB, 2020. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em 8 mai.2023.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**, v. 1. Trad. Roneide Venâncio e Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTILHO, Fernanda. **Mulheres nas telenovelas brasileiras: corpos e padrões estéticos**. Artigo apresentado no XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018.

DOWLING, Colette. **O Complexo de Cinderela**. São Paulo: Melhoramentos, 2002.

DUARTE, Lima Constância. **Imprensa feminina e feminista no Brasil**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

GARCIA, Carla Cristina. **Breve história do feminismo**. São Paulo: Claridade, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

MARTINS, Ana Paula Antunes. O Sujeito “nas ondas” do feminismo e o lugar do corpo na contemporaneidade. **Revista Café com Sociologia**, v.4, n.1 (jan.-abr.), 2015. p.231-245. Disponível em: <https://revistacafecomsociologia.com/revista/index.php/revista/article/view/443>. Acesso em 8 mai.2021.

MORATO, Luiza. **As novas filhas das lutas: uma análise dos ciberfeminismo nos movimentos #cehgedefiufiu, #primeiroassedio e #elena**. Rio de Janeiro, 2018.

RIBEIRO, Djamil. **O que é lugar de fala**. Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2017.

ROBLES, Martha. **Mulheres, mitos e deusas**. Rio de Janeiro: Goya, 2018.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, Patriarcado e Violência**. São Paulo: Expressão Popular: Fundação Perseu Abramo, 2015.

SODRÉ, Muniz in **Rede Imaginária** – televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

TIBURI, Marcia. **Como conversar com um fascista**. Rio de Janeiro: Record, 2015.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

## Mulheres antifeministas no Brasil: Campagnolo e o combate ao feminismo<sup>61</sup>

Danielle Fernandes Rodrigues Furlani

Em 2018, a ex-líder do Femen Brasil Sara Giromini, vulgo ‘Sara Winter’, organizou o 1º Congresso Antifeminista do Brasil. O evento foi realizado no auditório da Igreja de Sant’Ana no centro do Rio de Janeiro. ‘Winter’ reuniu figuras significativamente ativas nas redes sociais para levarem a sua “expertise” sobre um tema em comum: o combate ao aborto (BALLOUSSIER, 2018; CALGANO, 2018). Neste mesmo período, o STF discutia à ADPF 442º, proposta pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), que visava descriminalizar o aborto até a 12ª semana de gestação no Brasil (STF, 2017). Tópico central, a proposta foi discutida pelo rol de palestrantes do congresso, aglutinando figuras como Ana Caroline Campagnolo.

Ao ser anunciada, a atual deputada estadual de Santa Catarina foi aplaudida de pé pelo público do congresso, declarando: “Em 2013, quando eu comecei a minha “luta antifeminista” [aspas da própria palestrante] era impensável um público desse tamanho e tão difuso assim, tomam banho, são limpos, porque sabemos que o público dos eventos feministas é um pouco diferente.”<sup>62</sup>. Agradecendo à organizadora do evento por sua dedicação à causa, Campagnolo concentrou sua fala em expor o que intitulou de “Mentiras Abortistas”, sintetizadas nas frases: “O aborto é uma evolução natural dos tempos”; “A legalização do aborto é um processo espontâneo de manifestação da vontade das mulheres”; “O aborto vem sendo aceito e aprovado por diversos países”; e “O aborto legalizado é bom para os pobres e para os negros”<sup>63</sup>.

Ana Caroline Campagnolo é integrante da nova direita que ganhou espaço na esfera pública brasileira nos últimos anos e alcançou o poder com a chegada de Jair

---

<sup>61</sup>Este texto é uma versão reduzida do trabalho apresentado no Simpósio de Pesquisas Pós-Graduadas SPG 17. Feminismos na política: representação, participação e movimentos do 46º Encontro Anual da ANPOCS, realizado entre os dias 12 e 19 de outubro de 2022. A apresentação do trabalho contou com apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro - FAPERJ. Disponível em: <https://encurtador.com.br/dlCKM>.

<sup>62</sup>Transcrição de trecho de sua palestra no 1º Congresso Antifeminista do Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QrLpT12ll5E>.

<sup>63</sup>Palestra completa disponibilizada pelo canal Direita Livre Brasil no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QrLpT12ll5E>.

Messias Bolsonaro à presidência do país (ROCHA, 2018). Eleita deputada estadual de Santa Catarina pelo Partido Social Liberal (PSL), angariou 34.825 votos (ESTADÃO, 2018). Durante a campanha, defendeu o projeto Escola Sem Partido, o porte de armas pelo cidadão comum, bem como o combate à corrupção, à chamada “ideologia de gênero”, ao comunismo e aos partidos de esquerda (CARTA CAPITAL, 2018). Em seu próprio site<sup>64</sup>, é descrita como a única mulher conservadora do parlamento.

Campagnolo é graduada em História pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Em 2013, a deputada teve seu projeto de mestrado selecionado pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), cujo título era “Virgindade e Família: mudança de costumes e o papel da mulher percebido através da análise de discursos em inquéritos policiais da Comarca de Chapecó”, sob orientação de Marlene De Fáveri (CARTAL CAPITAL, 2018). A parlamentar cursou o Mestrado Acadêmico em História até maio de 2016 quando foi reprovada pela banca final da instituição (CARTA CAPITAL, 2018). Após a reprovação, entrou com uma ação indenizatória por danos morais contra a ex-orientadora, acusando-a de perseguição ideológica e discriminação religiosa (TORRES, 2017). O caso repercutiu nacionalmente, sendo noticiado por veículos de comunicação (CARTA CAPITAL, 2018; SAYURI, 2018; PORTAL CATARINAS, 2017; TORRES, 2017) e exposto em eventos protagonizados pelo Escola Sem Partido (PORTAL CATARINAS, 2018, SAYURI, 2018; TORRES, 2017; INSTITUTO ALFAEBETO, 2014).

Em 2018, Ana Campagnolo voltou a receber atenção midiática ao abrir um canal de denúncias para casos de doutrinação ideológica por parte de docentes do estado de Santa Catarina (LINDNER, 2018; CARTA CAPITAL, 2018; ISTOÉ, 2018; AGÊNCIA ESTADO, 2018; PAINS, 2018; SOUZA, 2018; ALESSI, 2018). A repercussão do caso gerou uma série de disputas judiciais (e políticas) em torno da iniciativa da deputada e de iniciativas similares em outros estados brasileiros. De acordo com matéria veiculada no jornal Tribuna de Minas, datada de 31 de outubro de 2018, no município de Juiz de Fora (MG) repercutiram mensagens chamando a atenção de estudantes para que filmassem e denunciasses “professores doutrinadores”. A iniciativa, de autoria de um grupo autodenominado Comissão da Sociedade Civil pela Educação, foi de encontro à implementada pela parlamentar.

---

<sup>64</sup>Site oficial da parlamentar. Disponível em: <https://www.anacampagnolo.com.br/>.

Em 2022, Campagnolo lançou a sua candidatura para reeleição ao cargo de deputada estadual de Santa Catarina pelo Partido Liberal (PL). A filiação ao novo partido foi oficializada em 9 de março de 2022, em Brasília, ocasião na qual também se reuniu com o ex-presidente Jair Bolsonaro, com o deputado federal Eduardo Bolsonaro e com a então pré-candidata a deputada federal Júlia Zanatta (BOSCHI, 2022). Uma das iniciativas de sua campanha à reeleição foi o intitulado "Desafio dos 40 dias". O projeto foi lançado em 23 de agosto de 2022 e descrito como uma mobilização de cristãos patriotas que buscam influenciar suas comunidades e dedicar-se à oração diária por três propósitos específicos: "1) A reeleição do presidente Bolsonaro; 2) Os desdobramentos da CPI do Aborto; e 3) A consolidação de lideranças políticas comprometidas com a missão de representar as pautas cristãs a nível federal e estadual em todo o Brasil"<sup>65</sup>. Além disso, a deputada publicou em seu canal na plataforma YouTube, uma série de vídeos relacionados à sua campanha eleitoral e em prol da reeleição de Jair Bolsonaro<sup>66</sup>. No pleito eleitoral daquele ano, Campagnolo tornou-se a deputada mais votada da história do Parlamento catarinense, com uma agenda em defesa da liberdade econômica, em prol de mulheres conservadoras e antiaborto (AGÊNCIA AL, 2022).

No dia 14 de novembro de 2022, a parlamentar compartilhou em seu perfil no Instagram uma imagem com a seguinte mensagem: "A deputada mais votada da história de Santa Catarina é uma mulher antifeminista. Você também não precisa do feminismo. Cole em mim, estude comigo, conheça o conservadorismo, capacite-se, pare de vitimismo e vamos juntas"<sup>67</sup>. A publicação tinha como objetivo promover sua produção bibliográfica, que estava sendo vendida com descontos em sua livraria<sup>68</sup>.

Campagnolo é autora das obras "Feminismo: perversão e subversão" (2019) e "O mínimo sobre feminismo" (2022), organizadora do "Guia de bolso contra as mentiras feministas" (2021) e coautora da obra "Ensino domiciliar na política e no direito" (2022). Também é idealizadora dos cursos "Clube Campagnolo"<sup>69</sup>, "Clube Brasil"<sup>70</sup>, "Clube

---

<sup>65</sup> Trecho retirado de publicação do dia 16 de agosto de 2022 do perfil de Ana Campagnolo no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ChTgDbqu9V7/>.

<sup>66</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/c/AnaCampagnolo1/playlists>.

<sup>67</sup> Publicação do dia 14 de novembro de 2022. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/Ck8ksL-uZ3q/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/Ck8ksL-uZ3q/?img_index=1).

<sup>68</sup> Livraria Campagnolo disponível em: <https://livrariacampagnolo.com.br/>.

<sup>69</sup> Curso "Clube Campagnolo" hospedado na plataforma Cursology. Disponível em: <https://www.cursology.com.br/cursos/ana/>.

<sup>70</sup> Curso "Clube Brasil" hospedado na plataforma Cursology. Disponível em: <https://www.cursology.com.br/cursos/clube-brasil/>.

Antifeminista”<sup>71</sup> e “Oficina Antifeminista”<sup>72</sup>, além de ter ministrado o curso “A História do Feminismo”, disponibilizado no Núcleo de Formação da Brasil Paralelo<sup>73</sup>. Durante o seu primeiro mandato parlamentar, foi líder do PSL no Parlamento Catarinense, relatora adjunta da Comissão Especial da Alesc responsável pela análise e pela emissão de parecer sobre a denúncia por crime de responsabilidade, contra o Governador do Estado Carlos Moisés (MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA, 2022), e autora do requerimento de abertura da chamada “CPI do Aborto” (FONSECA, 2022).

Em pesquisa recente, Esther Solano e Camila Rocha apontam que Campagnolo possui um dos principais perfis nas redes sociais por onde jovens se informam sobre política (MELLO, 2022). Ela avoluma um considerável número de seguidores, produzindo desde conteúdos sobre sua atuação na Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Alesc) a comentários sobre acontecimentos políticos. Sua atuação política na internet tem início com a criação do canal “Vlogoteca” na plataforma digital YouTube, no qual sugeria obras que considerava fundamentais para a formação intelectual. Posteriormente, o nome do canal foi alterado para Ana Campagnolo<sup>74</sup>, que possui 535 mil inscritos e 21,263,076 milhões de visualizações em seus vídeos<sup>16</sup>. Em seu perfil na rede social Instagram, Campagnolo alcançou a marca de 1,4 milhão de seguidores<sup>75</sup>. Já no TikTok, a parlamentar possui 134 mil seguidores e 760,2 mil curtidas<sup>76</sup>.

De acordo com o Mídia Dados 2021, o Brasil ocupa a quarta posição entre os maiores usuários de internet do mundo, contando com 149.057.635 milhões de usuários. O perfil do internauta brasileiro é composto por 53,5% de mulheres e 46,5% de homens (MÍDIA DADOS, 2021), sendo mais prevalente o uso entre pessoas com idades entre 18 e 29 anos (IBGE, 2021). Diante desse contexto, a internet é vista por muitos grupos sociais que não se sentem representados pela mídia dominante como um canal para se organizarem e difundirem seus ideais políticos.

Desde o final dos anos 1990, a internet tem proporcionado uma variedade de recursos aos usuários, reconfigurando os meios de comunicação tradicionais e permitindo novas formas de interação entre as pessoas. O ambiente virtual tem

---

<sup>71</sup> Curso “Clube Antifeminista” hospedado na plataforma Cursology. Disponível em: <https://www.cursology.com.br/cursos/feminismo/>.

<sup>72</sup> Curso Oficina Antifeminista hospedado na plataforma Cursology. Disponível em: <https://www.cursology.com.br/cursos/oficinafeminista/?tab=tab-overview>.

<sup>73</sup> O curso “A História do Feminismo” integra a seção sobre Ciência Política do Núcleo de Formação da plataforma Brasil Paralelo. Disponível em: <https://site.brasilparalelo.com.br/nucleo-de-formacao/cursos/>.

<sup>74</sup> Canal Ana Campagnolo no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/@AnaCampagnolo1>.

<sup>75</sup> Perfil Ana Campagnolo no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/anacampagnolo/>.

<sup>76</sup> Conta Ana Campagnolo no TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@deputadacampagnolo>.

constantemente modificado a maneira como as ideias são expressas, as informações são compartilhadas e os relacionamentos são estabelecidos. Segundo Costa, Nóbrega e Maia (2021), a propagação de notícias falsas na internet, especialmente após as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, teve um impacto político significativo na sociedade, representando um risco para a democracia e até mesmo para a saúde pública. Esse exemplo ilustra como os processos e simbologias da internet influenciam concretamente o cotidiano das pessoas, extrapolando o ambiente online e afetando também o mundo offline.

O objetivo deste trabalho é apresentar os materiais de análise e os resultados parciais da pesquisa de dissertação em andamento no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal Fluminense. Além disso, este estudo está inserido no contexto dos projetos “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (CABRAL, 2020) e “Cultura, Comunicação e Informação na era digital” (CABRAL, 2021), que são desenvolvidos na Fundação Casa de Rui Barbosa.

Na pesquisa de dissertação, busco analisar a retórica antifeminista de Ana Caroline Campagnolo com o objetivo de compreender como ela constrói o Outro feminista e como constitui o próprio antifeminismo. Para realizar essa análise, adotei as obras “Feminismo: perversão e subversão” (2019) e “Guia de bolso contra mentiras feministas” (2021), além dos materiais disponibilizados no curso “Clube Antifeminista”.

Dessa forma, o presente trabalho fornece o contexto no qual o objeto de estudo está situado, descreve os materiais de análise e apresentando os resultados obtidos até então. O texto está estruturado em cinco seções: sendo esta primeira introdutória; uma segunda na qual contextualizo o cenário sociopolítico brasileiro dos últimos anos; avançando para a seção na qual descrevo a produção antifeminista de Ana Caroline Campagnolo; e por fim, os resultados parciais e as considerações finais do trabalho.

### **Contexto da pesquisa**

O quadro sociopolítico brasileiro dos últimos anos foi marcado por recessão econômica e crise política. Nesse período, figuras com pouco destaque na esfera pública até então ganharam notoriedade no cenário político nacional, concorrendo a cargos legislativos, criando movimentos e organizações, ocupando espaços em veículos de informação e disputando a opinião pública (ROCHA, 2018; SOLANO; ROCHA, 2019). Discursos centralizados na defesa de valores morais cristãos e no combate ao

comunismo passaram a orbitar entre as ruas e o Congresso (SANTOS; SZWAKO, 2016). As Jornadas de Junho de 2013, manifestações que tiveram originalmente como pauta o aumento de tarifas de transportes públicos coletivos, transformou-se à medida que grupos e movimentos à direita enxergaram nas ruas uma oportunidade para defesa de seus interesses (MISKOLCI, 2021). A participação de manifestantes que se identificavam à direita do espectro político seria ainda mais acentuada nas manifestações de 2014 e 2015 (PINTO, 2019). As ruas passaram a ser ocupadas por manifestantes de verde e amarelo que, aos gritos de ‘Fora PT’, exigiam o *impeachment* de Dilma Rousseff, a primeira mulher a ser presidente do Brasil.

Débora Messenberg (2019) aponta que as campanhas Pró-Impeachment de Dilma Rousseff revelavam um ativismo de direita que há décadas não se posicionava de forma tão intensa nas ruas. Luciana Tatagiba (2018) destaca esta como uma das grandes novidades desse período, já que desde o ciclo de protestos contra o regime militar, a esquerda brasileira protagonizava a arena política. Temas como o antipetismo, o conservadorismo moral e os princípios neoliberais foram centrais para a catalização de ações de manifestantes de direita, e amplamente difundidos nos discursos de figuras tais como Jair Bolsonaro, Olavo de Carvalho, Beatriz Kicis e Rachel Sheherazade (MESSEMBERG, 2019).

A ascensão da nova direita brasileira está relacionada com a crise política que o país atravessava (SANTOS; SZWAKO, 2016), e, também, com a emergência de atores antigênero e antifeministas na sociedade. Rocha (2018) descreve a “nova direita” brasileira como aglutinação entre o ultraliberalismo econômico e a defesa de pautas conservadoras no que diz respeito aos direitos humanos e reivindicações dos movimentos indígena, quilombola, negro, LGBTI+ e feminista. Tal aglutinação foi possível devido à união de distintos grupos que se unificaram em torno do combate ao PT e à esquerda de maneira geral. As teses defendidas por Olavo de Carvalho tiveram centralidade no quadro ideológico da maioria dos militantes, simpatizantes e lideranças da nova direita, contribuindo para o direcionamento de suas ações ao combate do petismo na arena institucional e do esquerdismo na sociedade civil e para o entendimento de um inimigo em comum a ser combatido.

Rocha (2018) elucida que a formação dessa nova força política remonta ao primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva e se organizou de forma descentralizada, reunindo religiosos, militantes pró-mercado, intelectuais, políticos, organizações e movimentos que não se identificavam mais com a direita atuante até então. Anos antes

de chegar ao poder, a nova direita se organizava através de fóruns de debate alternativos na internet, formados principalmente a partir da rede social Orkut, onde era possível fazer circular demandas e pautas que não eram bem-vistas na esfera pública tradicional. A falta de representatividade em públicos dominantes e a percepção de que esta estava relacionada com uma “hegemonia cultural esquerdista”, apontada por figuras tal como Olavo de Carvalho, fizeram com que os indivíduos que frequentavam estes fóruns acabassem por constituir contra-públicos digitais.

De acordo com Rocha (2018), a partir da redemocratização, assumir-se de direita se tornou algo desconfortável, pois a associação do campo da direita com a ditadura militar era imediata. Tal autoidentificação passou a ser substituída por outra: “centro”. Afirmar-se de direita carregava uma vergonha que se estendia tanto aos políticos quanto aos seus eleitores, simpatizantes e ideólogos. Tal vergonha começou a se dissipar em meio ao auge do lulismo. Os membros dos contra-públicos digitais passaram a circular em antigos e novos grupos, movimentos e organizações civis e a constituírem grupos de estudo e chapas para disputa de diretórios e centros acadêmicos em universidades públicas. Foram estes novos atores que deram origem à campanha Pró-Impeachment de Dilma Rousseff (2014-2016) e passaram a disputar o campo político brasileiro, atuando na constituição de novos partidos e reorientando partidos já existentes, processo que culminou com a eleição de Jair Bolsonaro à presidência da República. Tanto as ideias de Carvalho quanto a defesa do ultraliberalismo foram difundidas inicialmente através dos contra-públicos digitais.

Richard Miskolci (2021), ao se debruçar sobre as mudanças no cenário brasileiro dos últimos anos, aponta para o papel dos sites de redes sociais na construção de uma esfera pública técnico-mediatizada cuja arquitetura opera de forma a inibir diálogos e a criar polarizações. Sites de redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter operam a partir de uma lógica em que a relevância de um conteúdo é definida a partir de métricas de atenção validadas por curtidas, visualizações e compartilhamentos. O autor elucida que o próprio desenvolvimento da internet ocorreu sem regulação social e dentro de um modelo de negócios privado, no qual os interesses comerciais em lucrar com dados de navegação relacionam-se com outro aspecto das redes: a unificação de perfis. Tal processo fez com que um único perfil sirva de via de acesso para diversos serviços on-line, facilitando a extração de dados de seus usuários.

A esse aspecto, soma-se outro de ordem cultural. Segundo Miskolci (2021), os sites de redes sociais foram criados no contexto da sociedade norte-americana e de seus

valores competitivos e individualistas, especialmente os que predominam na região do Vale do Silício, lar de empresas que controlam redes sociais como o Facebook<sup>77</sup>. Um dos resultados da influência de tais valores é o incentivo para que as interações tenham por objetivo atrair a atenção para si, estimulando a competição entre os usuários em um mercado pelo reconhecimento. Estes aspectos são regidos por lógicas neoliberais que subjetivam seus usuários como um sujeito empreendedor de si. Sob elas, o perfil é confundido com identidade. Características que potencializam o uso de sites de redes sociais por empreendedores morais seja à esquerda ou à direita.

A nova esfera pública analisada pelo autor incentiva a forma discursiva simplificada dos sites de redes sociais que privilegia a rápida assimilação e disseminação do conteúdo, opondo-se às formas de pensar críticas e reflexivas que demandam tempo. Estas características fazem com que ela seja afeita a recusar mediadores sociais – como o jornalismo profissional, a universidade e as instituições em geral – e a facilitar a propagação de teorias conspiratórias e notícias falsas. Nesse contexto, a corrosão do debate democrático no Brasil revelou um cenário onde as disputas entre blocos antagônicos se estenderam das câmaras legislativas aos sites de redes sociais. Segundo Miskolci (2021), setores progressistas relacionados a uma “política das identidades” disputaram a opinião pública com segmentos da nova direita compostos por atores religiosos e seculares. A internet se tornou um terreno fértil para que lideranças da nova direita pudessem ascender, fazendo o uso da criação de perfis, sites e jornais que narravam fatos segundo suas perspectivas ideológicas. A audiência cativa garantida pelos sites de redes sociais seria ainda mais decisiva no processo eleitoral de 2018, com as perseguições a educadores, intelectuais e artistas vistos como uma ameaça aos interesses e ideais de tais atores.

Em 2018 houve uma série de manifestações nas ruas do país. Em resposta às plataformas de governo do então candidato à presidência Jair Messias Bolsonaro, foi criado o grupo de Facebook “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, fundamental para o impulsionamento e o espraiamento do movimento pelas redes sociais com o uso da

---

<sup>77</sup> Jen Schradie em *Ideologia do Vale do Silício e desigualdades de classe* (2017), afirma que há uma filosofia que tem por pressuposto que as tecnologias digitais permitem aos cidadãos comuns uma participação política de forma mais ativa e direta do que pelos canais tradicionais. Neste ponto de vista, a internet e as plataformas digitais, são espaços democráticos não hierárquicos e horizontais onde os indivíduos podem criar, atuar e acessar uma gama de atividades políticas. A esta filosofia em torno da Internet, a autora nomeia de “Ideologia do Vale do Silício”, filosofia que faz parte de um fundamentalismo de mercado livre, atrelado ao neoliberalismo e incorporado em instituições, corporações e na sociedade.

hashtag #EleNão. Em pouco tempo, o #EleNão saiu das redes e foi para as ruas brasileiras, configurando no que a pesquisadora Céli Pinto, especialista na história do feminismo brasileiro, afirmou ser a maior manifestação de mulheres da história do Brasil (ROSSI; CARNEIRO; GRAGNANI, 2018). Em contrapartida, manifestações de mulheres em prol do então candidato à presidência foram organizadas e difundidas como #EleSim (CORTÊZ, 2018; DAL PIVA; 2018). As eleições chegaram ao fim com a vitória eleitoral de Bolsonaro, eleito o 38º presidente do Brasil.

Nas ciências sociais há um extenso campo de estudos que procurou abordar a ascensão de uma nova direita no país por meio dos discursos e das percepções políticas de manifestantes (PINTO, 2019; TELLES, 2019), da polarização nas redes sociais e nas manifestações de rua (SOLANO; ORTELLADO; RIBEIRO, 2019); dos processos de mobilização (TATAGIBA, 2018), da formação de contra-públicos digitais (ROCHA, 2018); da atuação de formadores de opinião na esfera pública (MESSEMBERG, 2019); do caráter emocional dos discursos nas redes sociais (MALINI; CIARELLI; MEDEIROS, 2019), da atuação da mídia durante a campanha Pró-Impeachment de Dilma Rousseff (BECKER; CESAR; STEIGLEDER; WEBER, 2019; CORREIA; FERNANDES, 2019), e da onda conservadora na política brasileira e a participação de atores do campo religioso (BURITY, 2018; ALMEIDA, 2018).

Dentro da ascensão da nova direita, há ainda os estudos que se debruçam sobre atores antigênero e antifeministas. A literatura abordou os atores que atuam na sociedade civil (BIROLI; MACHADO; VAGGIONE, 2020; CÔRREA; KALIL, 2020; MARTINEZ, 2020; MACHADO, 2017) e na política partidária (GALETTI; CARNIEL, 2021; TEIXEIRA, 2019; AGUIAR; PEREIRA, 2019; LACERDA, 2018; COSTA, 2016), categorizando-os como “neoconservadores” (BIROLI; MACHADO; VAGGIONE, 2020; LACERDA, 2018) ou propagadores de um “pânico moral” (SILVA, 2020; BARAJAS, 2018; MISKOLCI; CAMPANA, 2017), dedicando-se a análise da atuação de atores do campo religioso (MARTINEZ, 2020; BIROLI; MACHADO; VAGGIONE, 2020; SOUZA, 2018; LACERDA, 2018; MACHADO, 2017; DIAS, 2017; CUNHA, 2017; COSTA, 2016; COELHO; SANTOS, 2016; ROSADO-NUNES, 2015) e de atores seculares (SILVA, 2019; MENDONÇA; MOURA, 2019; MIGUEL, 2016).

Discursos antifeministas e antigênero floresceram no país principalmente a partir de 2014 (AGUIAR; PEREIRA, 2019), sendo propagados por personalidades políticas, atores do campo religioso e por perfis, canais, grupos e páginas nas redes sociais

(MARTINEZ, 2020; AGUIAR; PEREIRA, 2019; FRANÇA, 2018; SILVA; CARLOS, 2017; ANJOS, 2017). A proliferação de discursos antifeministas em sites de redes sociais, como elucida Aguiar e Pereira (2019), possibilitou uma visibilização das preocupações de grupos conservadores em relação ao avanço de temas caros aos grupos que se classificam à esquerda do espectro ideológico.

Pautas políticas relacionadas a gênero e sexualidade tornaram-se centro de uma cruzada moral em torno de crenças, valores e práticas no país (MISKOLCI, 2021). Somado a isso, a luta por direitos das mulheres e de outros grupos minoritários tornou-se por meio dos discursos de representantes da nova direita sinônimo de ódio aos homens, à família, ao matrimônio, fomentando a crença na necessidade de salvar o país do comunismo e a hostilidade aos movimentos sociais (AGUIAR; PEREIRA, 2019).

Verónica Engler (2018) afirma que mesmo o antifeminismo precedendo a *web*, a internet possibilitou novos repertórios de reação contra feministas. Na esfera on-line, o antifeminismo passou a se propagar em grupos, páginas e perfis nas redes sociais, canais de YouTube, além de cursos e grupos de estudo sobre a temática em plataformas on-line. Na rede social Facebook, repercutiram páginas tais como “Mulheres contra o Feminismo” e “Moça, não sou obrigada a ser feminista”, objetos de estudo de algumas pesquisas científicas no país (CARLOS; SILVEIRA; SILVA, 2019; FRANÇA, 2018; SILVA; CARLOS, 2017; ANJOS, 2017). No Instagram, pode-se mencionar os perfis de Catharine Caldeira<sup>78</sup>, professora do “Clube Antifeminista” e coautora do primeiro capítulo do livro “Guia de bolso contra mentiras feministas” (2021), Thais Azevedo<sup>79</sup>, palestrante no 1º Congresso Antifeminista do Brasil, e Cris Côrrea<sup>80</sup>, professora do “Clube Antifeminista” e autora do oitavo capítulo do livro “Guia de bolso contra mentiras feministas” (2021). No TikTok, pode-se citar as contas de Emanuely Belo, descrita como cristã, antifeminista e conservadora<sup>81</sup>, Isabela Versiani, descrita como ativista política, da direita conservadora e antifeminista<sup>82</sup>, e Ingrid da Silveira, candidata

---

<sup>78</sup> Perfil de Catharine Caldeira no Instagram disponível em: <https://www.instagram.com/catharinecaldeira/>.

<sup>79</sup> Perfil de Thais Azevedo no Instagram disponível em: <https://www.instagram.com/pagthais/>.

<sup>80</sup> Perfil de Cris Côrrea no Instagram disponível em: [https://www.instagram.com/\\_correacris/](https://www.instagram.com/_correacris/).

<sup>81</sup> Conta no TikTok de Emanuely Belo disponível em: <https://www.tiktok.com/@emanuellysbelo?lang=pt-BR>.

<sup>82</sup> Conta no TikTok de Isabela Versiani disponível em: <https://www.tiktok.com/@isabelaversiani?lang=pt-BR>.

a deputada estadual do Rio de Janeiro no pleito eleitoral de 2022, descrita como cristã, conservadora e antifeminista<sup>83</sup>.

O antifeminismo é um fenômeno que se relaciona frequentemente com projetos políticos de nação, trazendo em seu bojo concepções sobre gênero, sexualidade e diversidade ligadas a discursos sobre a comunidade nacional. Bonet-Martí (2021) mostra a complexidade do fenômeno ao ilustrar as distintas localidades e contextos históricos em que emerge. Apesar de não ser um fenômeno novo, sua manifestação em novos contextos implica em variações e características específicas. No Brasil, reações ao movimento feminista foram registradas até mesmo no interior das fileiras progressistas e de esquerda. Nos anos 1970, os articulistas do Pasquim, por exemplo, jornal alternativo amplamente difundido nesta época, não viam contradição entre fazer oposição ao regime empresarial-militar, beber na contracultura norte-americana e fazer oposição aberta ao feminismo (SOIHET, 2008).

Apesar de antecedentes históricos como este, da mesma maneira que não se pode assumir uma história linear, evolutiva e homogênea do feminismo, não é possível fazer o mesmo com o antifeminismo. Sônia Álvarez (2014) propõe entender os diferentes feminismos como “campos discursivos de ação” e alerta para os problemas de reificação quando se fala “do” feminismo no singular e tenta-se defini-lo. Em razão disso, na pesquisa de dissertação trabalho com um recorte específico, entendendo que tanto o “feminismo” como o “antifeminismo” são construções discursivas mobilizadoras de ações coletivas.

No que diz respeito à qualificação do objeto estudado, optei por qualificar Ana Caroline Campagnolo como uma empreendedora moral, conceito desenvolvido originalmente por Howard Becker (2008). Segundo Becker, *moral entrepreneur* é o indivíduo que apresenta uma propensão para criação de regras, pois acredita que as regras existentes não dão conta dos males que o aflige. Acredita que sua missão é sagrada e que só criando regras o mundo pode ser consertado. Sua missão é norteadada por uma visão unilateral do mundo que impõe os seus próprios valores morais aos demais. Jasper (2016) aponta que empreendedores morais criam novas estruturas e causas com o intuito de atrair a simpatia e atenção que levem à mobilização de um novo grupo ou movimento. Tais indivíduos realizam uma grande contribuição ao persuadirem outros para a sua

---

<sup>83</sup>Conta no TikTok de Ingrid da Silveira disponível em: <https://www.tiktok.com/@ingredasilveira?lang=pt-BR>.

causa. Eles criam e adaptam personagens, imagens e narrativas, buscando encontrar potenciais participantes.

Tal escolha também leva em consideração o que Miskolci (2021) diz a respeito de atores do campo político brasileiro que direcionam suas ações para a defesa da moralidade pública. No que tange aos empreendedores morais do campo da direita, tais ações têm por base uma associação das conquistas de direitos por minorias (políticas) e das transformações recentes nas relações de poder à corrupção política (e moral) da sociedade. Ana Caroline Campagnolo, com frequência, afirma querer demonstrar “o perigo civilizacional que muitas agendas do movimento [feminista] – como a ideologia de gênero – representam para o Ocidente” (CAMPAGNOLO, 2019, p. 31) e que o “feminismo detesta e combate a cultura ocidental, a moral judaico cristã e os nossos pilares filosóficos” (CAMPAGNOLO, 2019, p. 31). Tais trechos ilustram como valores morais referenciais norteiam sua atuação política, convergindo para uma defesa da moralidade pública brasileira. Destaco que se trata de uma parlamentar que atua em diversas arenas políticas, participa de múltiplas redes de atores e consegue dialogar com um público heterogêneo.

### **A produção antifeminista de Ana Caroline Campagnolo**

A primeira obra publicada por Ana Caroline Campagnolo é “Feminismo: perversão e subversão” (2019). Trata-se de uma publicação da Vide Editorial, um dos primeiros selos editoriais de uma editora de Campinas, interior do estado de São Paulo, chamada Cedet. A empresa, como veiculado em reportagem de Juliana Sayuri (2021), possui selos editoriais próprios e parcerias com outras editoras, além de gerenciar livrarias virtuais. As livrarias virtuais, em sua maioria, operam sob nomes de sites ou personalidades conhecidas da nova direita brasileira dentre elas Bernardo Küster<sup>84</sup>, o jornal online Brasil Sem Medo<sup>85</sup>, Olavo de Carvalho<sup>86</sup> e Ana Campagnolo<sup>87</sup>.

A obra foi lançada no dia 8 de março de 2019, Dia Internacional da Mulher, na Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Alesc), em Florianópolis (G1 SC, 2019). No ano de 2021, a obra ocupou a posição nº 2 na categoria “Movimentos Política e Ciências Sociais” e nº 4 na categoria “História” do ranking de livros mais vendidos da Amazon,

---

<sup>84</sup> Livraria do Bernardo. Disponível em: <https://livrariadobernardo.com/sobre-livraria-bernardo>.

<sup>85</sup> Livraria BSM. Link: <https://livrariabsm.com.br/sobre-livraria-bsm>.

<sup>86</sup> Livraria do Seminário de Filosofia. Disponível em: [https://livraria.seminariodefilosofia.org/index.php?route=information/information&information\\_id=8](https://livraria.seminariodefilosofia.org/index.php?route=information/information&information_id=8).

<sup>87</sup> Livraria Ana Campagnolo. Disponível em: <https://livrariacampagnolo.com.br/>.

sendo comercializada, inclusive, por livrarias acadêmicas<sup>88</sup>. Em menção à sua obra, Ana Caroline Campagnolo frequentemente se autodefine como autora da primeira obra antifeminista do Brasil. Uma das “fotos de capa” utilizadas pela parlamentar, em seu perfil na rede social Facebook, é uma colagem de figuras proeminentes da direita segurando a obra, dentre elas estão: o escritor Olavo de Carvalho; a ex-Ministra da pasta da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos do governo Bolsonaro e senadora pelo partido Republicanos, Damare Alves; o proprietário da empresa Havan, Luciano Hang; e o deputado federal pelo estado de São Paulo, Eduardo Bolsonaro<sup>89</sup>.

O prefácio da obra “Feminismo: perversão e subversão” (2019) é de autoria de Bernardo Pires Küster, diretor do jornal online Brasil Sem Medo. Já o apêndice é de autoria de David Amato, autor de diversas publicações do blog Mídia Sem Máscara<sup>90</sup>, fundado por Olavo de Carvalho em 2002. Em sua introdução, Campagnolo afirma escolher tratar da trajetória do movimento feminista a partir de cinco fases sucessivas: contestação, inserção, reprodução, subversão e aniquilação. Cada capítulo é dedicado a uma dessas fases, consideradas pela autora etapas estratégicas que “remontam ao século XV e se estendem até nossos dias, em que se vê ameaçada a civilização que nossos antepassados levantaram a peso de ouro e esforço de sangue” (CAMPAGNOLO, 2019, p. 28).

Ela é composta por cinco capítulos, sendo eles: “Contestação moral-religiosa e educação”, no qual a autora discorre sobre a educação igualitária, buscando demonstrar as instituições educacionais como instrumentos fundamentais para o movimento feminista na implementação de mudanças comportamentais, e a perda de autoridade moral da Igreja e da família nesse processo; “Inserção da mulher no universo masculino” é dedicado à inserção da mulher em ambientes hegemonicamente masculinos, isto é, ao mercado de trabalho e à política; “Reprodução feminina do vício masculino” discorre sobre a libertação sexual, buscando demonstrar como esta teria levado à promiscuidade, imoralidade sexual e irresponsabilidade materna; “Subversão das identidades” busca demonstrar que a “ideologia de gênero” é uma ferramenta de desconstrução de identidades, subvertendo os sexos e destruindo conceitos que assume como naturalmente

---

<sup>88</sup> É o caso da Livraria UFV da Universidade Federal de Viçosa, localizada na cidade de Viçosa, Minas Gerais. Disponível em: <https://www.editoraufv.com.br/produto/feminismo-perversao-e-subversao/4623208>.

<sup>89</sup> Foto de capa do perfil de Ana Caroline Campagnolo no Facebook disponível em: <https://m.facebook.com/photo.php?fbid=2492764074156667&id=100002692968008&set=a.192038047562626&source=44>.

<sup>90</sup> Blog Mídia Sem Máscara. Disponível em: <https://midiasemmascara.net/>.

estabelecidos; e por fim, “O ódio ao cristianismo e a reação contra o totalitarismo feminista” pretende demonstrar que o feminismo combate os valores morais judaico-cristãos, propondo um estilo de vida promíscuo e irresponsável, o que tornaria necessário fugir ou reagir ao movimento.

A obra “Guia de bolso contra as mentiras feministas”, organizada por Ana Campagnolo, foi publicada em 2021 pela Vide Editorial. Segundo informações disponibilizadas no canal Ana Campagnolo no YouTube<sup>91</sup>, a obra foi lançada no Auditório Antonieta de Barros da Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Alesc), em Florianópolis, em 26 de novembro de 2021. O evento de lançamento contou com a presença de uma das coautoras da obra, a influenciadora antifeminista Cristiane Côrrea, e duas convidadas, a médica ginecologista Dr. Zélia Dal Castel e a farmacêutica Ana Derosa. A obra reúne atores do campo antifeminista e da nova direita brasileira, com capítulos de autoria de figuras como: Catharine Caldeira, influenciadora antifeminista; David Amato; Isaque de Miranda, assessor da parlamentar; Lara Brenner, professora de língua portuguesa com cursos no Brasil Paralelo; Ricardo da Costa, professor titular do departamento de Teoria da Arte e da Música da Universidade Federal do Espírito Santo; e Cristiane Côrrea, já mencionada.

A obra é organizada no formato de “perguntas e respostas”, com o objetivo de facilitar o seu uso para rebater o que Ana Caroline Campagnolo afirma ser “mentiras feministas”, dedicando-a a “todos os jovens e adolescentes brasileiros que, despertados do sono ideológico, investem hoje boa parte do seu tempo – seja na internet, seja na escola, na igreja, onde estiverem – a mostrar a verdade a outras pessoas” (CAMPAGNOLO, 2021, p. 12). Segundo ela, a obra é um guia que pode ser compreendido por qualquer pessoa, sendo uma versão mais enxuta e acessível que a primeira obra “Feminismo: perversão e subversão” (2019). Em seu prefácio, Campagnolo afirma:

Hoje podemos ter certeza de que a reação ao movimento feminista é uma realidade no Brasil. Meu primeiro livro, publicado em 2019, ajudou a fortalecê-la, bem como o resultado do pleito eleitoral de 2018, que me tornou deputada estadual e a única mulher conservadora do parlamento catarinense. Que seja só o começo. (CAMPAGNOLO, 2021, p. 12).

O “Guia de bolso contra as mentiras feministas” (2021) é constituído por uma única parte, intitulada “As Mentiras”, a qual engloba os capítulos: “As mulheres são oprimidas e os homens, sempre privilegiados”; “Toda grande escritora e filósofa do

---

<sup>91</sup> Vídeo sobre o evento de lançamento da obra Guia de bolso contra mentiras feministas veiculado no canal AnaCampagnolo no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0EecViZKyQg>.

passado era feminista”; “Terrível Idade Média! As mulheres do medievo europeu eram infelizes e oprimidas”; “Antes do feminismo, mulher não podia governar, liderar ou se destacar”; “Também não podia estudar...”; “...E nem votar!”; “A mulher tem que entrar na política (por cota) para defender seus interesses”; “A mulher não podia trabalhar antes do feminismo”; “Mulheres ganham menos que homens fazendo o mesmo trabalho”; “O casamento é opressor e o divórcio é uma conquista do feminismo”; “O “aborto seguro” é um direito da mulher”; “Precisamos do feminismo para combater a violência”; “O feminismo é um movimento espontâneo que representa todas as mulheres”; “A teoria de gênero é necessária para acabar com o preconceito”; e “O pronome neutro é uma forma de combater a discriminação”.

O curso “Clube Antifeminista” é hospedado na plataforma Cursology, uma plataforma online fundada pela economista Renata Barreto<sup>92</sup> que oferece cursos pagos sobre economia, política e liberalismo. A pré-venda do curso foi realizada no dia 31 de agosto, no valor de R\$ 144,00. Seis dias depois, foi realizado o evento de lançamento gratuito do curso com a disponibilização da “Aula Espetáculo: MPB, História e Feminismo”, ministrada por Campagnolo. Além de sua idealizadora e professora titular, o curso possui diversos professores convidados, dos quais pode-se mencionar Felipe Nery<sup>93</sup>, Marcela Brito<sup>94</sup>, Marco Antônio<sup>95</sup>, Rodrigo Pereira da Silva<sup>96</sup>, Isabela Arruda<sup>97</sup>, e os já mencionados Isaque de Miranda, Catharine Caldeira, Cristiane Côrrea e Lara

---

<sup>92</sup> Graduada em Economia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), é sócia da empresa Faz Capital e comentarista, além de integrar o Instituto Ludwig von Mises – Brasil (IMB) como uma de suas especialistas. Em sua conta na rede social Instagram possui 725 mil seguidores, produzindo conteúdos voltados para a defesa do livre mercado. Disponível em: <https://www.instagram.com/renata.jbarreto/>.

<sup>93</sup> Em seu perfil no Facebook é descrito como professor, palestrante, diretor do Instituto Sophia Perennis, e presidente do Observatório Interamericano de Biopolítica e da Rede Nacional de Direito e Defesa da Família. Disponível em: <https://m.facebook.com/ProfessorFelipeNery>.

<sup>94</sup> Youtuber que fala sobre cristianismo, conservadorismo, antifeminismo, pró-vida e educação em seu canal. Posta, especialmente, vídeos com resenhas de livros em seu canal. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/MarcelaBrito/about>.

<sup>95</sup> Graduado em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Também é professor do curso Clube Campagnolo.

<sup>96</sup> Doutor em Arqueologia pela Universidade de São Paulo (USP) e em Teologia pelo Centro Universitário Assunção. Possui Pós-doutorado em Arqueologia Clássica pela Andrews University, Estados Unidos. É professor de Teologia e Arqueologia do Centro Universitário Adventista de São Paulo - Campus Engenheiro Coelho, e curador do Museu de Arqueologia Bíblica Paulo Bork do UNASP. Possui 969 mil seguidores em seu perfil no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/rodrigossilvaarqueologia/>. Em seu canal no YouTube, possui mais de 2 milhões de inscritos. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/RodrigoSilvaArqueologia/about>.

<sup>97</sup> Jovem influencer católica e conservadora. Fundadora de um grupo de estudos no WhatsApp, o Grupo Veritas, que tem como proposta estimular o conhecimento espiritual e intelectual. Link do perfil no Instagram: <https://www.instagram.com/isabelaarrudat/>.

Brenner. Em sua maioria, são figuras ativas nas redes sociais que produzem conteúdos de forma contínua e com significativo número de seguidores.

A ementa do curso foi organizada a partir de seu principal referencial teórico, o livro “Feminismo: perversão e subversão” (2019). Além disso, é descrito como o curso mais barato e completo da internet sobre a história das relações dos sexos, apreendendo a Antiguidade, a Idade Média e a Modernidade, discorrendo sobre trabalho, casamento, educação, aborto e gênero. Ele é organizado a partir de 9 módulos, além da disponibilização de uma pasta no Google Drive para os participantes com os materiais elaborados para o curso e os referenciais teóricos adotados. Os módulos estão configurados em: Módulo Apresentação, onde é possível ter acesso à ementa do curso, perguntas frequentes e aula-magna; Módulo Comunidade, onde se encontra o acesso ao Telegram do curso, site oficial, lista de livros adotados, espaços para conhecimento de outras antifeministas e para divulgação de produtos/trabalhos por parte dos participantes, além de entrevistas com convidados; Módulo 1 – Antiguidade, composto por 10 videoaulas; Módulo 2 – Idade Média e Moderna, com 14 videoaulas; Módulo 3 – Primeira e Segunda Onda, com 16 videoaulas; Módulo 4 – Família e Aborto, com 14 videoaulas; Módulo 5 – Terceira Onda e Gênero, com 11 videoaulas; Módulo 6 – Encerramento, com 4 videoaulas; e por fim, Módulo – Mentiras feministas, respostas históricas rápidas, contendo 6 videoaulas.

Em relação à identidade visual das três produções, tanto as capas das obras “Feminismo: perversão e subversão” (2019) e “Guia de bolso contra as mentiras feministas” (2021) quanto as ilustrações confeccionadas para o curso “Clube Antifeminista” são inspiradas na história bíblica de Salomé e João Batista<sup>98</sup>. Nelas, uma ou mais figuras - como é o caso das ilustrações para divulgação do curso - seguram uma bandeja onde está depositada a cabeça de um homem. As ilustrações para divulgação do “Clube Antifeminista” são de autoria do ilustrador Rodolfo Tyler, sendo uma delas intitulada “Assassinato moderno de João Batista”.

Em publicação datada do dia 2 de setembro de 2021<sup>99</sup>, no perfil oficial do “Clube Antifeminista” no Instagram, Campagnolo e Tyler elucidam que as ilustrações do curso seriam uma atualização da capa do livro “Feminismo: perversão e subversão” (2019),

---

<sup>98</sup>Cf. SCHWENTZEM, Christian-Georges. Quem era Salomé, a menina que Santo Agostinho transformou em ‘mulher sem-vergonha’. BBC News Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-56631944>.

<sup>99</sup> Publicação disponível em <https://www.instagram.com/p/CTVQejtgQR4/>.

buscando uma estética mais próxima do público jovem e do ambiente da *web*. Já a inspiração na história bíblica teria por objetivo mostrar como as fraquezas podem ser manipuladas com finalidade política. Os quatro personagens presentes no “Assassinato moderno de João Batista” são intitulados: Helenão, representando as mulheres feministas manobradas dentro do movimento, sendo as que aderem as manifestações e que performam nas ruas; Simone, a “feminista de elite”, representando as mulheres responsáveis pela teorização do feminismo e que estão presentes na mídia e circulando nos meios institucionais; George, o “metacapitalista”, representando o empresário que ascende financeiramente e que para manter tal posição, financia governos e movimentos revolucionários; e no centro da imagem, a cabeça de João Batista numa bandeja, representando o homem comum, simples, que vive no anonimato, uma figura injustiçada pelo movimento feminista.

As paletas de cores utilizadas também trazem significados. Enquanto a capa da obra “Feminismo: perversão e subversão” (2019) traz tons mais sóbrios (bege, marrom, preto), a capa do “Guia de bolso contra as mentiras feministas” (2021) traz tons de azul, vermelho e branco. Já as ilustrações do “Clube Antifeminista”, mesclam a paleta de cores escolhidas para a identidade visual do curso, roxo e verde, com tons de branco, cinza e preto. Estas escolhas podem sinalizar para objetivos distintos: a primeira produção, por se tratar de um livro robusto e com muitos referenciais teóricos, busca-se projetar um certo grau de sofisticação que o valide como conhecimento científico; a segunda, por seus próprios objetivos de ser uma versão mais enxuta e acessível a qualquer indivíduo, busca-se projetar uma imagem que atraia leitores não alcançados até então; a terceira produção, por se tratar de um curso disponibilizado em plataforma on-line, assimila-se estéticas próprias do universo da *web* que podem contribuir para a adesão de públicos mais jovens.

Segundo publicação do dia 30 de agosto de 2021<sup>100</sup>, a escolha da paleta de cores do “Clube Antifeminista” tem por objetivo mostrar que o curso é um projeto pensado para homens e mulheres, sem distinções. Ponto também destacado na logo, ao adotar a figura de uma mulher e um homem virados um para o outro. De acordo com Ana Caroline Campagnolo<sup>101</sup>, o “Clube Antifeminista” é construído como um espaço para popularizar o conhecimento necessário para que mulheres antifeministas ou não

---

<sup>100</sup> Publicação disponível em: <https://www.instagram.com/p/CTNQyJXL4qM/>.

<sup>101</sup> Vídeo de apresentação do curso publicado em seu canal no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CO31TKPQgPI>.

feministas possam ser representadas. Segundo esta, para que uma grande alteração social se concretize, é necessário que mudanças ocorram nas narrativas e, principalmente, na cultura. Dessa forma, a motivação para construção e realização do curso é contribuir para mudanças culturais, que só podem ser alcançadas com uma bagagem teórica e com a divulgação do conhecimento para a sociedade.

### **Resultados parciais**

Apesar de ser uma pesquisa em desenvolvimento, posso pontuar algumas conclusões parciais. Ana Caroline Campagnolo ascende dentro de um contexto maior de explosão de personalidades da nova direita brasileira, relacionando-se com figuras tais como Olavo de Carvalho e Jair Messias Bolsonaro. A parlamentar justifica a sua atuação política a partir de um sentimento de ausência de representatividade no que concerne às suas posições ideológicas e crenças. Ela aproxima-se da noção de uma “hegemonia cultural esquerdista”, oriunda do contexto analisado por Rocha (2018), ao afirmar querer demonstrar a existência de uma “hegemonia da ideologia feminista” (CAMPAGNOLO, 2019, p.31) nas instituições de pesquisa e ensino do país, das quais o movimento feminista se beneficiaria para formação de militantes.

É a partir deste ponto que a sua iniciativa em construir espaços e elaborar materiais, que demonstrem a “verdadeira identidade do movimento feminista” (CAMPAGNOLO, 2019, p. 27), ganha sentido. Resgatando os pressupostos de Rocha (2018) sobre contra-públicos digitais de direita, pode-se apreender o “Clube Antifeminista” como uma alternativa viável para que figuras que se posicionem contrárias ao feminismo se sintam representadas e em diálogo com os pares.

O feminismo é apreendido por Campagnolo como o novo comunismo, a nova faceta da esquerda, e por isso, enuncia que não basta ser anticomunista, é necessário ser antifeminista também. A parlamentar faz frequentemente menção a organizações e fundações internacionais no que diz respeito a um financiamento do movimento feminista. Segundo ela, agendas políticas como o sufrágio universal, a igualdade de condições no trabalho, o fim da violência contra a mulher e a educação feminina teriam sido mobilizados ao longo do tempo por diferentes feministas para encobrir sua verdadeira e única demanda real: uma liberdade sexual irrestrita e avessa aos ideais do matrimônio, da maternidade, da família e da religião.

Cabe notar que pesquisas quantitativas feitas no Brasil têm mostrado ampla adesão da população ao enfrentamento à violência contra a mulher, à divisão equitativa das

tarefas no lar e combate às desigualdades no trabalho e na política (AÇÃO EDUCATIVA, 2022). Da mesma maneira, pesquisas qualitativas com mulheres conservadoras de origem popular mostram a incorporação de agendas como apoio à autonomia material e emocional das mulheres e o combate à violência de gênero, ao mesmo tempo em que criticam o “feminismo” por ser supostamente fechado ou mesmo contrário à família e à maternidade (SOMBRINI, 2022).

Ao retirar do “feminismo” a luta por igualdade educacional, política e laboral e representá-lo como um movimento homogêneo que milita exclusivamente pela liberdade sexual, Campagnolo parece estar dialogando diretamente com um público para quem boa parte das agendas igualitárias são consensuais, mas cujas concepções de família, autonomia e sexualidade não estão em linha com o que entendem por “feminismo” ou com a imagem projetada sobre o “feminismo” na esfera pública.

Além disso, a parlamentar aciona um conjunto de referenciais teóricos para dar embasamento e legitimidade aos seus argumentos. Mobiliza autoras como Mary Wollstonecraft, Alexandra Kollontai, Simone de Beauvoir, Betty Friedan, Kate Millet, Judith Butler, Camille Paglia, entre outras, para dar credibilidade à sua narrativa de um “feminismo” no singular cujas linhagens se estendem por séculos e cujo principal fio condutor seria a subversão das normas sexuais. Das teóricas feministas, nota-se uma prevalência de teóricas do norte global, sobretudo de mulheres brancas.

Em seus discursos, frequentemente rechaça o papel de mediadores, como a universidade e o campo científico, na produção do conhecimento sobre o feminismo e a questão da mulher. As instituições de ensino e pesquisa no país são vistas por Campagnolo como locais de doutrinação ideológica, hegemonicamente dominadas por narrativas feministas e por ideais revolucionários que corrompem os valores ocidentais cristãos sob os quais se estruturam a sociedade brasileira. Nesse ponto, converge com outros grupos e movimentos, como o *Escola sem Partido* e a concepção de “ideologia de gênero”. O conceito de gênero, para Campagnolo, ignora a estrutura social, já que o sexo determinaria o comportamento, definiria funções profissionais e sociais. Segundo esta, o problema da nova abordagem acerca da identidade de homens e mulheres está na definição de distinções de gênero como produtos culturais arbitrários, negando-se a diferença natural e biológica entre o comportamento de homens e mulheres.

Também foi possível apreender o uso recorrente de falácias *ad hominem* em seus discursos – ataques que não se dirigem as afirmações de uma autoridade, mas à pessoa da autoridade em si (WESTON, 2009) – com o intuito de desqualificar o trabalho de

teóricas feministas. Um dos usos desse tipo de falácia pela parlamentar dirige-se à teórica feminista Judith Butler. Ao confrontar a teoria de gênero de Butler, Campagnolo apresenta a teórica como “alguém para quem se olha sem conseguir enxergar uma mulher, tampouco um homem completo” (CAMPAGNOLO, 2019, p. 234), valendo-se de aspectos físicos para fundamentar sua conclusão de que a proposta de Butler apresenta uma lógica invertida, na qual o que é performático é visto como natural, e o que é natural é visto como opressão construída socialmente (CAMPAGNOLO, 2019).

As múltiplas identidades de Campagnolo (mãe, esposa, professora, deputada, cristã, conservadora, antifeminista, anticomunista etc.) são mobilizadas em seus discursos e narrativas de forma que a possibilite dialogar com um público diverso (evangélicos, católicos, não religiosos, conservadores, liberais etc.). Sobre este ponto, Ann Mische (2003) elucida que ativistas que pertencem a múltiplas redes e segmentos organizacionais negociam distintas identidades e projetos em suas diversificadas relações. Continuamente os atores alternam as suas identidades com o intuito de transitar entre múltiplas organizações e esferas institucionais a que se vinculam. No caso de Campagnolo, pode-se perceber a mobilização de identidades tanto em suas produções quanto em entrevistas e em seus perfis, canais e páginas em plataformas digitais. Este ponto também pode ser interpretado à luz do que Bourdieu (2006) diz sobre os recortes específicos que o indivíduo faz na produção de si, o que pode ser ilustrado tanto na afirmação “única mulher conservadora no parlamento catarinense” quanto ao se posicionar como autora da primeira obra antifeminista do país.

Outro ponto que se pode mencionar é a escolha da parlamentar por se identificar frequentemente como cristã e com menos frequência como presbiteriana, sua filiação religiosa. Amanda Mendonça e Fernanda Moura (2021), ao identificarem uma bancada antifeminista no Congresso, assinalam que a maioria das parlamentares analisadas preferem se identificar somente como cristãs, de modo a manterem o diálogo aberto com diversos segmentos religiosos e mesmo com atores da direita não religiosa. Este pode ser um recurso adotado também pela parlamentar em questão.

Além de apoiar-se no testemunho e depoimento pessoal como fonte da produção de saber, tal como ocorre também entre atores do campo progressista, Campagnolo busca referências intelectuais alternativas às fontes acadêmicas a fim de construir sua retórica antifeminista e se opor a um determinado conjunto de referências intelectuais do feminismo. Nesse sentido, podem ser mencionados os autores Jorge Scala, Martin Van Creveld, Roger Scruton, Suzanne Venker, Phyllis Schlafly, Carolyn McCuley e E.

Michael Jones. Finalmente, Campagnolo pinça elementos dos debates que se desenrolam nas redes sociais do campo progressista a fim de apresentar evidências do que “é” o feminismo, estando, portanto, atenta à retórica e expressões presentes nas redes do campo de esquerda e do feminismo. Seu trabalho é uma crítica a um conjunto de transformações sociais e culturais da modernidade e uma defesa dos valores tradicionais cristãos e de suas instituições.

### **Algumas considerações...**

No presente texto, busquei apresentar os materiais de análise e os resultados parciais da pesquisa de dissertação em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal Fluminense, que tem por objeto de estudo a deputada estadual de Santa Catarina Ana Caroline Campagnolo. Como foi visto, a deputada em questão atua em distintas plataformas on-line, produzindo conteúdos de forma contínua sobre sua atuação parlamentar, posições políticas, referenciais teóricos e empreendimentos pessoais. Matrimônio, maternidade, sexualidade e família possuem centralidade em seu pensamento, assim como gênero e educação. Além disso, é presente um ideário cristão que influencia diretamente seus valores morais referenciais e norteia suas ações, manifestando-se tanto em seu vocabulário quanto nas pautas políticas que defende.

Atores à direita do espectro político, da denúncia antigênero e do campo de atuação antifeminista produzem conteúdos, mobilizam referenciais intelectuais e constituem fontes de produção do saber. Sinalizo que investigar o conjunto de referenciais que tais atores mobilizam em seus argumentos assim como suas próprias produções pode ser um novo caminho a ser traçado por pesquisadores interessados na temática do antifeminismo. Também podem ser empreendidos trabalhos que busquem mapear os principais perfis em sites de redes sociais, analisando se há uma interação presente entre eles e se há uma atuação para além da *web*.

A próxima fase da pesquisa consistirá na análise, interpretação e redação dos resultados da pesquisa. Levando em consideração a relevância de sua função pública e alcance nas redes sociais, a dissertação buscará mapear as formas que Campagnolo constrói e desconstrói o “feminismo” e o “antifeminismo”, via recursos como o uso de analogias, presentismo histórico, recursos retóricos, argumentos funcionalistas, construções de oposições e pares binários, entre outras chaves. Portanto, sistematizarei sua retórica, referências intelectuais e a rede de relações em que se insere.

## Referências bibliográficas

- AÇÃO EDUCATIVA. Ampla maioria defende que igualdade de gênero e educação sexual sejam abordadas nas escolas. **Ação Educativa**, 2022. Disponível em: <<https://acaoeducativa.org.br/ampla-maioria-defende-que-igualdade-de-genero-e-educacao-sexual-sejam-abordadas-nas-escolas/>>. Acesso em: 06 set. 2022.
- AGÊNCIA AL. Ana reforça atuação em prol de pautas conservadoras e da livre iniciativa. **Agência Al**, 2022. Disponível em: <[https://agenciaal.alesc.sc.gov.br/index.php/noticia\\_single/ana-campagnolo-seguira-na-defesa-de-pautas-conservadoras-e-da-livre-iniciat](https://agenciaal.alesc.sc.gov.br/index.php/noticia_single/ana-campagnolo-seguira-na-defesa-de-pautas-conservadoras-e-da-livre-iniciat)>. Acesso em: 23 ago. 2022.
- AGÊNCIA ESTADO. MP reage a aliada de Bolsonaro e pede a universidades que barrem 'intimidação'. **Correio Braziliense**, 2018. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2018/10/30/interna\\_politica,716429/mp-pede-a-universidades-que-barrem-intimidacao.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2018/10/30/interna_politica,716429/mp-pede-a-universidades-que-barrem-intimidacao.shtml)>. Acesso em: 20 maio 2022.
- AGUIAR, B. S.; PEREIRA, M. R. O antifeminismo como backlash nos discursos do governo de Bolsonaro. **Agenda Política**, São Carlos: v. 7, n. 3, p. 8 – 35, 2019.
- ALESSI, G. Os choques da campanha polarizada se trasladam a universidades. **El País Brasil**, 2018. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/30/politica/1540855354\\_697379.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/30/politica/1540855354_697379.html)>. Acesso em: 16 maio 2022.
- ALMEIDA, R. Deuses do parlamento: os impedimentos de Dilma. In: ALMEIDA, R.; TONIOL, R. **Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos: análises conjunturais**. Campinas: Editora da Unicamp, 2018.
- ÁLVAREZ, S. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. **Cadernos Pagu**, 2014, n. 43, 13-56.
- ANJOS, J. C. V. Discurso de ódio antifeminista em páginas do Facebook e as contranarrativas feministas. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13 Women's Worlds Congress, Florianópolis. **Anais**. Florianópolis, 2017, p. 1-12.
- ARAÚJO, M. Mensagem nas redes incentiva alunos a denunciarem professores. **Tribuna de Minas**, 2018. Disponível em: <<https://tribunademinas.com.br/noticias/cidade/31-10-2018/mensagem-nas-redes-incentiva-alunos-a-denunciarem-professores.html>>. Acesso em: 14 set. 2022.
- BALLOUSSIER, A. V. Congresso Antifeminista une cristãs, 'amiga pessoal' de Bolsonaro e 'homem mais machista'. **Folha de S.Paulo**, 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/08/congresso-antifeminista-une-cristas-amiga-pessoal-de-bolsonaro-homem-mais-machista.shtml>>. Acesso em: 20 set. 2019.
- BARAJAS, K. B. Pánico moral y de género en México y Brasil: rituales jurídicos y sociales de la política evangélica para deshabilitar los principios de un estado laico. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 2, p. 85-118, 2018.
- BECKER, C.; CESAR, C.; STEIGLEDER, D. G.; WEBER, M. H. Manifestações e votos ao impeachment de Dilma Rousseff na primeira página de jornais brasileiros. In: SOLANO, E.; ROCHA, C. **As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2019. p. 247-276.

- BECKER, H. **Outsiders**: estudo de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BIROLI, F.; MACHADO, M. D. D. C.; VAGGIONE, J. M. **Gênero, neoconservadorismo e democracia**. São Paulo: Boitempo, 2020.
- BONET-MARTÍ, J. Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales. **Teknokultura**, Barcelona, v. 18, n. 1, p. 61-71, 2021.
- BOSCHI, U. Ana Campagnollo confirma filiação no Partido Liberal e encontra Bolsonaro. **Upiara Online**, 2022. Disponível em: <<https://www.upiara.online/ana-campagnollo-confirma-filiacao-no-partido-liberal-e-encontra-bolsonaros/>>. Acesso em: 15 set. 2022.
- BOURDIEU, P. “A ilusão biográfica”. In: FERREIRA, Marieta et al. **Usos & abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2006. p. 183-191.
- BURITY, J. A onda conservadora na política brasileira traz o fundamentalismo ao poder? In: ALMEIDA, R.; TONIOL, R. **Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos: análises conjunturais**. Campinas: Editora da Unicamp, 2018.
- CALGANO, V. 'Feche as pernas': o que pregam os participantes do 1º Congresso Antifeminista do Brasil. **Época**, 2018. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/feche-as-pernas-que-pregam-os-participantes-do-1-congresso-antifeminista-do-brasil-22964525>>. Acesso em: 20 set. 2019.
- CAMPAGNOLO, A. C. **Feminismo**: perversão e subversão. Campinas: Vide Editorial, 2019.
- CAMPAGNOLO, A. C. **Guia de Bolso Contra Mentiras Feministas**. Campinas: Vide Editorial, 2021.
- CAMPAGNOLO, A. **O mínimo sobre feminismo**. Campinas: O mínimo editora, 2022.
- CAMPAGNOLO, A. C.; PALANCA, I.; AMATO, D. **Ensino domiciliar na política e no direito**. Florianópolis: Estudos Nacionais, 2022.
- CARLOS, L. A. M.; SILVEIRA, E. L.; SILVA, F. V. Por uma arqueogenealogia dos discursos antifeministas na web: um estudo da carnavalização do feminismo. **Cadernos Discursivos**, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.157-176, 2019.
- CARTA CAPITAL. Deputada aliada de Bolsonaro estimula perseguição a professores. **Carta Capital**, 2018. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/aliada-de-bolsonaro-estimula-perseguiacao-a-professores/>>. Acesso em 14 mai.2022.
- CARTA CAPITAL. Quem é Caroline Campagnolo, deputada que quer a denúncia de professores ‘doutrinadores’? **Carta Capital**, 2018. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/quem-e-ana-caroline-campagnolo-a-deputada-que-quer-a-denuncia-de-professores-doutrinadores/>>. Acesso em: 10 maio 2022.
- COELHO, F. M. F.; SANTOS, N. P. D. A mobilização católica contra a “ideologia de gênero” nas tramitações do plano nacional de educação brasileiro. **Religare**, v. 13, n. 1, p. 27- 48, 2016.
- CORRÊA, S.; KALIL, I. **Políticas antigênero em América Latina: Brasil**. Rio de Janeiro: Observatório de Sexualidad y Política (SPW), 2020.

- CORREIA, G. C.; FERNANDES, C. M. A dramaticidade na narrativa do impeachment de Dilma Rousseff no Jornal Nacional. In: SOLANO, E.; ROCHA, C. **As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2019. p. 277-296.
- CÔRTEZ, N. EleNão e #EleSim: o que representam os movimentos de mulheres contra e pró Bolsonaro. **Revista Marie Claire**, 2018. Disponível em: <<https://revistamarieclaire.globo.com/Noticias/noticia/2018/09/elenao-e-elesim-o-que-representam-os-movimento-de-mulheres-contr-a-e-pro-bolsonaro.html>>. Acesso em: 14 maio 2022.
- COSTA, E. R. **República Federativa Evangélica**: uma análise de gênero sobre a laicidade no Brasil a partir da atuação dos/as parlamentares evangélicos/as no Congresso Nacional no exercício da 54ª legislatura. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião, Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, p. 222. 2016.
- COSTA, L. M.; NÓBREGA, L. B.; MAIA, C. T. Combate à desinformação na pandemia da Covid-19: a reação das plataformas digitais. **Eptic**, Sergipe, v. 23, n. 1, p. 162-177, 2021.
- CUNHA, M. D. N. Construções imaginárias sobre a categoria “gênero” no contexto do conservadorismo político religioso no Brasil dos anos 2010. **Perspectiva Teológica**, Belo Horizonte, v. 49, n. 2, p. 253-276, 2017.
- DAL PIVA, J. De verde-amarelo, manifestantes dizem #EleSim por Bolsonaro em Copacabana, no Rio de Janeiro. **O Globo**, 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/epoca/de-verde-amarelo-manifestantes-dizem-elesim-por-bolsonaro-em-copacabana-no-rio-de-janeiro-23113807>>. Acesso em: 14 maio 2022.
- DIAS, T. B. A frente parlamentar evangélica e os direitos sexuais e reprodutivos: ameaças à laicidade no Brasil contemporâneo. **Mandrágora**, v. 23, n.2, p.179-203, 2017.
- ESTADÃO. Eleições 2018 - Ana Caroline Campagnolo. **Estadão**, 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/eleicoes/2018/candidatos/sc/deputado-estadual/ana-caroline-campagnolo,17771>>. Acesso em: 27 maio 2022.
- ENGLER, V. Antifeminismo online. **Nueva Sociedad**, 2018. Disponível em: <<https://nuso.org/articulo/antifeminismo-line/>>. Acesso em: 15 jan. 2022.
- FONSECA, C. Assembleia catarinense cria CPI para apurar aborto legal feito por menina de 11 anos. **Folha de S.Paulo**, 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/07/assembleia-catarinense-cria-cpi-para-apurar-aborto-legal-feito-por-menina-de-11-anos.shtml>>. Acesso em: 16 set. 2022.
- FRANÇA, M. C. Vozes Antifeministas nas redes sociais – uma análise de conteúdo. 2018. 34 f. **Relatório Final de Pesquisa de Iniciação Científica** – Programa de Iniciação Científica, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2018.
- GALETTI, C. C. H.; CARNIEL, F. Antifeminismo e feminismo liberal na política brasileira: uma análise da atuação pública de parlamentares do PSL na 56ª Legislatura Federal. In: 20º Congresso Brasileiro de Sociologia, Belém (PA). **Anais**. Belém, 2021, p. 1-16.

- G1 SC. No mês do Dia da Mulher, deputada de SC lança livro com contraponto ao feminismo. **G1 SC**, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2019/03/12/no-mes-do-dia-da-mulher-deputada-de-sc-lanca-livro-com-contraponto-ao-feminismo.ghtml>>. Acesso em: 20 jun. 2019.
- IBGE. PNAD Tecnologia da informação e da comunicação 2019. **IBGE**, 2021. Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf)>. Acesso em: 23 ago. 2023.
- INSTITUTO ALFAEBETO. Acompanhe o 1º Congresso sobre Doutrinação Política e Ideológica nas Escolas. **Instituto AlfaeBeto**, 2014. Disponível em: <<https://www.alfaebeto.org.br/2014/07/23/acompanhe-o-1-congresso-sobre-doutrinacao-politica-e-ideologica-nas-escolas/>>. Acesso em: 14 set. 2022.
- ISTOÉ. Deputada do PSL pede que alunos gravem vídeos para denunciar professores. **Istoé**, 2018. Disponível em: <<https://istoe.com.br/deputada-do-psl-pede-que-alunos-gravem-videos-para-denunciar-professores/>>. Acesso em: 24 maio 2022.
- JASPER, J. **Protesto: uma introdução aos movimentos sociais**. RJ: Zahar, 2016.
- LACERDA, M. B. **Neoconservadorismo de periferia: articulação familista, punitiva e neoliberal na Câmara dos Deputados**. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, p. 209. 2018.
- LINDNER, J. Deputada aliada do Bolsonaro cria canal anônimo de denúncia contra professores. **Estadão**, 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,deputada-aliada-do-bolsonaro-cria-canal-anonimo-de-denuncia-contr-professores-universitarios,70002571720>>. Acesso em: 14 maio 2022.
- MACHADO, M. D. D. C. O discurso cristão contra a ideologia de gênero. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, p. 1-18, 2017.
- MALINI, F.; CIARELLI, P.; MEDEIROS, J. O sentimento político em redes sociais: big data, algoritmos e as emoções nos tuítes sobre o impeachment de Dilma Rousseff. In: SOLANO, E.; ROCHA, C. **As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2019. p. 217-246.
- MARTINEZ, M. Fazer o mesmo, sem ser o mesmo: feminilidades, neoliberalismo e antifeminismo no contexto Godllywood Brasil. **Ex æquo** n° 42, p. 103-118, 2020.
- MELLO, P. C. Jovens se politizam com influenciadores e canais nas redes, indica estudo. **Folha de S.Paulo**, 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/01/jovens-se-politizam-com-influenciadores-e-canais-nas-redes-indica-estudo.shtml?origin=folha>>. Acesso em: 20 fev. 2022.
- MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Ana Campagnolo**. 2022. Disponível em: <[https://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/1017-Ana\\_Campagnolo](https://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/1017-Ana_Campagnolo)>. Acesso em: 19 set. 2022.
- MENDONÇA, A. A. D.; MOURA, F. P. "Ideologia de gênero" e Escola sem Partido: a agenda privatizante moralizadora para a educação brasileira. **Revista Interinstitucional artes de educar**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 201-222, 2019.
- MENDONÇA, A.; MOURA, F. MAIS EMPODERADA QUE EU? Antifeminismo e *desdemocratização* no Brasil atual. **Revista Communitas**, [s.l.], v.5, n.9, p.9-23, 2021.

- MESSENERG, D. A direta que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. In: SOLANO, E.; ROCHA, C. **As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2019. p. 175-216.
- MÍDIA DADOS 2021. **Mídia Dados**, 12 set. 2021. Disponível em: <<https://midiadadosgmsp.com.br/2021/>>. Acesso em: 23 ago. 2023.
- MIGUEL, L. F. Da “doutrinação marxista” à "ideologia de gênero" – Escola Sem Partido e as leis da mordaza no parlamento brasileiro. **Direito & Práxis**, Rio de Janeiro, v.7, n.15, p. 590- 621, 2016.
- MISCHE, A. Cross-talk in Movements: Reconceiving the Culture-Network Link. In: DIANI, Mario; MCADAM, Doug. **Social Movements and Networks**. New York: Oxford University Press, 2003.
- MISKOLCI, R. **Batalhas morais: política identitária na esfera pública técnico-midiatizada**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.
- MISKOLCI, R.; CAMPANA, M. “Ideologia de gênero”: notas para a genealogia de um pânico moral contemporâneo. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 725 - 747, 2017.
- PAINS, C. Deputada eleita por partido de Bolsonaro cria polêmica ao pedir que estudantes denunciem professores. **O Globo**, 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/educacao/deputada-eleita-por-partido-de-bolsonaro-cria-polemica-ao-pedir-que-estudantes-denunciem-professores-23195716>>. Acesso em: 16 maio 2022.
- PINTO, C. R. J. A trajetória discursiva das manifestações de rua no Brasil (2013-2015). In: SOLANO, E.; ROCHA, C. **As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2019. p.15-54.
- PORTAL CATARINAS. “Não posso orientar quem não acredita naquilo que estuda”, afirma Marlene de Fáveri. **Portal Catarinas**, 2017. Disponível em: <<https://catarinas.info/nao-posso-orientar-quem-nao-acredita-naquilo-que-estuda-afirma-marlene-de-faveri/>>. Acesso em: 14 maio 2022.
- PORTAL CATARINAS. 'Caso Marlene de Fáveri' é levado à justiça criminal. **Portal Catarinas**, 2018. Disponível em: <<https://catarinas.info/caso-marlene-de-faveri-e-levado-a-justica-criminal/>>. Acesso em: 15 maio 2022.
- ROCHA, C. "**Menos Marx, mais mises**": uma gênese da nova direita brasileira (2006-2018). Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 233. 2018.
- ROSADO-NUNES, M. J. F. A “ideologia de gênero” na discussão do PNE: a intervenção da hierarquia católica. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 13, n. 39, p. 1237-1260, 2015.
- ROSSI, A.; CARNEIRO, J. D.; GRAGNANI, J. #EleNão: a manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos. **BBC News Brasil**, 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil45700013>>. Acesso em: 10 jul. 2022.
- SANTOS, F.; SZWAKO, J. Da ruptura à reconstrução democrática no Brasil. **Saúde Debate**, Rio de Janeiro, v. 40, n. Especial, p. 114-121, 2016.

- SAYURI, J. Briga judicial entre professora e aluna ilustra racha político no país. **Folha de S.Paulo**, 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/10/briga-judicial-entre-professora-e-aluna-ilustra-racha-politico-no-pais.shtml>>. Acesso em: 15 maio 2022.
- SAYURI, J. Livros, canivetes e anjos - A lucrativa máquina de vendas que financia Olavo de Carvalho e outras dezenas de figuras da extrema direita. **The Intercept**, 2021. Disponível em: <<https://theintercept.com/2021/08/28/cedet-vendas-sites-olavo-de-carvalho-extrema-direita/>>. Acesso em: 23 maio 2022.
- SCHRADIE, J. Ideologia do Vale do Silício e desigualdades de classe: um imposto virtual à política digital. **Parágrafo**, [s.l.], vol. 5, n° 1, p. 84-99, 2017.
- SILVA, E. L. S. Pânico Moral e as Questões de Gênero e Sexualidade na BNCC. **História, histórias**, v. 8, n. 16, 2020.
- SILVA, F. V.; CARLOS, L. A. M. A irrupção de discursos antifeministas no Facebook: uma análise da página Mulheres contra o feminismo. **Revista Discursividades**, Campina Grande: v. 1, n. 1, p. 68-90, 2017.
- SILVA, M. M. A. D. As contribuições do pensamento de antônio gramsci no atual debate da escola “sem” partido. IX Jornada Internacional de Políticas Públicas, São Luís. **Anais**. São Luís: [s.n.]. 2019. p. 1-11.
- SOIHET, R. Mulheres investindo contra o feminismo: resguardando privilégios ou manifestação de violência simbólica? **Revista Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 13, n. 24, p. 191-207, 2008.
- SOLANO, E.; ROCHA, C. **As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2019.
- SOLANO, E.; ORTELLADO, P.; RIBEIRO, M. M. 2016: O ano da polarização?. In: SOLANO, E.; ROCHA, C. **As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2019. p.91-122.
- SOMBRINI, E. Discussão sobre família não pode ficar na mão de Bolsonaro, diz Esther Solano. **Folha de S.Paulo**, 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2022/08/discussao-sobre-familia-nao-pode-ficar-na-mao-de-bolsonaro-diz-esther-solano.shtml>>. Acesso em: 06 set. 2022.
- SOUZA, A. MPF abre inquérito para investigar patrulhamento ideológico de professores em SC. **O Globo**, 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/educacao/mpf-abre-inquerito-para-investigar-patrulhamento-ideologico-de-professores-em-sc-23199729>>. Acesso em: 20 maio 2022.
- SOUZA, S. D. D. O gênero da discórdia. A Igreja Católica e a campanha contra os direitos das mulheres na política internacional: uma abordagem a partir das conferências do Cairo e de Pequim. **Religare**, v. 15, n. 2, p. 483-504, 2018.
- SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. “Partido apresenta novo pedido de afastamento de artigos do Código Penal que criminalizam aborto”. **Notícias STF**, 2017. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=362690&caixaBusca=N>>. Acesso em: 09 fev.2022.
- TATAGIBA, L. Os protestos e a crise brasileira. Um inventário inicial das direitas em movimento (2011-2016). In: ALMEIDA, R.; TONIOL, R. **Conservadorismos**,

**fascismos e fundamentalismos: análises conjunturais.** Campinas: Editora da Unicamp, 2018.

TEIXEIRA, R. P. “**Ideologia de gênero**”? as reações à agenda política de igualdade de gênero no Congresso Nacional. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade de Brasília. Brasília, p. 169. 2019.

TELLES, H. Corrupção, legitimidade democrática e protestos: o boom da direita na política nacional? In: SOLANO, E.; ROCHA, C. **As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil.** São Paulo: Expressão Popular, 2019. p.55-90.

# Cidadania ou poder de consumo? A representação do Nordeste e da Cidadania nos conteúdos de Whindersson Nunes

Luana Matos do Nascimento

Abordar cidadania no Brasil já é uma questão delicada, como veremos na conceituação, mas ao pensar em relação ao Nordeste, este ponto se agrava. A região é historicamente conhecida pela falta de cidadania e acessos à água, luz, serviços sanitários e afins. Por conta dessa realidade, esse artigo se propõe a verificar se a questão é trabalhada pelo influenciador Whindersson Nunes e, se sim, como é.

Whindersson Nunes é um influenciador digital que trabalha em diversas frentes. Ele surge a partir de humor com paródias e alcança tamanho sucesso se tornando, por exemplo, um dos maiores canais da plataforma *YouTube*. Em 2018, se configurou o maior canal do Brasil com a marca de 33 milhões de inscritos, sendo posteriormente ultrapassado pelo canal de música Kodzilla que chega à marca de 45 milhões de inscritos (BACKES, 2019, 31). Conta com 44,2 milhões de inscritos. Além disso, também já atuou como ator, é empresário na empresa Mucura Criativa<sup>102</sup> e *rapper*<sup>103</sup>. Por isso, não se pode deixar de ressaltar também que o próprio objeto de estudo coloca por si a complexidade de entender que falamos de um jovem do interior do Piauí que se tornou um dos maiores influenciadores do Brasil e, conseqüentemente, um empresário.

A escolha pelo influenciador se dar pelo seu tamanho sucesso e destaque. Devido ao seu trabalho em diversas frentes, foi escolhido como conteúdo para a análise o vídeo “*De volta para minha terra*” disponível na plataforma *YouTube*<sup>104</sup>, no qual o humorista retorna ao Piauí, seu estado natal, para contar as belezas da região e contar também a sua história. É importante ressaltar que esse estudo se enquadra dentro da pesquisa “Cultura, Comunicação e Informação na era digital” (CABRAL, 2021).

---

<sup>102</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/mucuracreative/>. Acesso em: 31 jun. 2023

<sup>103</sup> Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/whindersson-nunes-estreia-no-trap-como-lil-whind-cuscuz-e-cachorro-caramelo-tomam-redes-sociais-1.2992914>. Acesso em: 31 jun. 2023

<sup>104</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3LMeN0PfPdA>. Acesso em: 31 jun. 2023

Como o intuito é compreender como ele retrata a questão da cidadania na sua região, será feita a Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2019). Sendo verificado não somente a fala e vocabulário do influenciador mas também vestimenta, cenário, enquadramento, voz, gesto, pois também são elementos contribuintes para o discursos. Será levada em consideração juntamente com as relações de poder e desigualdades presentes no discurso.

Mas se torna necessário antes, compreender o conceito de cidadania. Segundo Marshall (1967), cidadania é um status de igualdade perante direitos e deveres concedido aos sujeitos de uma dada sociedade. Quais direitos são esses? Direitos civis, políticos e sociais. Os direitos civis são liberdade de ir e vir, liberdade de expressão, etc, são a garantia de direitos individuais. Os direitos políticos são os de participar da vida política e os sociais são o acesso à água, luz, educação, ou seja, o acesso ao Estado de bem-estar social. Sendo esse último o principal, visto que sem essas garantias o indivíduo não consegue participar da vida em sociedade em igualdade de condições.

Contudo, no neoliberalismo, o conceito de cidadania se confunde/mescla com o de poder de consumo ou com caridade. Já que as atribuições tradicionais do Estado passam para o âmbito privado (MORETZSOHN, 2011, p. 141).

Aqui, portanto, a cidadania seria vista rigorosamente “através do espelho”, não como uma conquista resultante de participação política, mas como um sinônimo para caridade, configurando a face “benevolente” de um mesmo projeto para os marginalizados: a “promoção do bem” para os pobres dóceis e o “combate ao mal” para os pobres delinquentes, enquadrados no sistema penal. (MORETZSOHN, 2011, p. 141).

Como os direitos sociais, no neoliberalismo, acaba por ser garantias que restringem a liberdade de mercado, o papel do Estado se torna o de propor políticas de assistência social resultando por subverter o significado de cidadania como garantidora - de direitos - principalmente, sociais (MORETZSOHN, 2011, p. 147).

Há, assim, também um rebaixamento da condição de cidadão ao poder de consumo. Este cidadão pode comprar, contudo, está afastado da esfera política, onde, decidem por ele ao que ele vem a ter direito ou não passando-se pela ótica de políticas assistencialistas (MORETZSOHN, 2011, p. 154). Sendo nesse cenário, incentivadas ações de caridade, como o voluntariado, mas que acabam restringindo direitos a vontade privadas e individuais que podem vir ou não a ocorrerem. Mas como se dá a cidadania mais especificamente no Brasil?

## **Cidadania no Brasil e Nordeste**

A ideia de cidadania no Brasil é datada por volta dos anos 30 quando se tem o avanço dos direitos sociais, contudo, se expansão dos direitos políticos. Falamos aqui do governo Vargas, no qual os trabalhadores conquistam, por exemplo, a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), porém é instaurada também uma ditadura, extinguindo os direitos políticos. Isso porque, após independência e primeira república, podemos dizer de forma resumida que

A lei, que devia ser a garantia da igualdade de todos, acima do arbítrio do governo e do poder privado, algo a ser valorizado, respeitado, mesmo venerado, tornava-se apenas instrumento de castigo, arma contra os inimigos, algo a ser usado em benefício próprio. Não havia justiça, não havia poder verdadeiramente público, não havia cidadãos civis. Nessas circunstâncias, não poderia haver cidadãos políticos. Mesmo que lhes fosse permitido votar, eles não teriam as condições necessárias para o exercício independente do direito político (CARVALHO, 2002, p. 57).

Com a ditadura de 1964, os direitos civis e políticos são, novamente, extintos mantendo-se somente um amparo social. Esses períodos históricos acabaram por concretizar uma ideia de cidadania atrelada somente à direitos sociais. E com a expansão do neoliberalismo, essa perspectiva ficou atrelada ao poder consumo ou a medidas de caridade. Segundo, Marta Arretche (2015), ficou atrelada a ao mínimo de bem-estar econômico e a segurança.

Tal concepção conta com o apoio dos principais grupos de mídia do Brasil. Estes naturalizam esse cenário e escondem seus principais interesses empresariais atuando como “empresa cidadã” desenvolvendo seus próprios projetos sociais. A televisão, acaba por, parecer “como legítima substituta do Estado exatamente pela interlocução direta que estabelece com seu público (a “sociedade”, de forma geral)” (MORETZSOHN, 2011, p.163).

Podemos aqui citar o Grupo Globo que divide sua linha de atuação em “educação e direitos”, “educação e interesse público” e “educação, conhecimento e cultura”. No primeiro caso se tem o “Criança Esperança”, “Amigos da Escola” e Geração da Paz. No segundo, se tem o “merchandising social” que são campanhas sociais de utilidade pública como o Natal sem Fome, incentivo à cultura e o “jornalismo social” que se baseia em atuações como “campanhas de rua de cunho plebiscitário, como as urnas volantes no Rio de Janeiro, que indicariam “O bairro que eu quero”, pesquisas cujo resultado é encaminhado ao poder público” (MORETZSOHN, 2011, p. 164). No último tópico, a empresa afirma ter uma programação educativa com programas como Globo Ciência e destaca “canal de comunicação permanente” com a comunidade acadêmica “para o

intercâmbio de ideias e a cooperação tecnológica e de conhecimento” (apud MORETZSOHN, 2011, p. 164). Um exemplo do discurso é a reportagem veiculada no Jornal Nacional em que o repórter diz “Não importa qual seja o nível de renda das pessoas, a grande cidade brasileira trouxe uma importantíssima lição para as comunidades que vivem nela. É fundamental se organizar e não dá para esperar pelo poder público” (apud MORETZSOHN, 2011, p. 164).

Como afirma Moretzsohn (2011, p.164),

Não seria difícil perceber quantas questões fundamentais se escondem nessa formulação aparentemente inocente: dizer que não importa exatamente o que mais importa – a condição social das pessoas, indissociável de sua capacidade de organização e de seu poder de pressão para garantir direitos e ampliar conquistas; dizer que não dá para esperar pelo poder público, uma crítica à omissão (frequentemente real) do Estado em relação à periferia, mas uma crítica que estende facilmente seu sentido no caminho da desqualificação automática do poder público, quando é justamente na relação com esse poder – e não em substituição a ele – que as “comunidades” se organizam.

Em relação as regiões brasileiras, levando-se em consideração que a perspectiva que prevalece a cidadania é a de acesso a direitos sociais – água, esgoto, luz, educação, saúde e segurança -, Marta Arretche (2015) analisa dos anos de 1970 a 2010. Os anos 70 foi marcado por ausência desses serviços básicos e baixos níveis de escolaridade. Em 2010 o cenário é outro, com 91% dos municípios com acesso a luz, sendo os nordestinos os últimos a receberem. A mortalidade infantil diminuiu e o acesso a educação aumentou, nesse período. Contudo, não significou a universalização do acesso à bens essenciais, com exceção da energia elétrica. Segundo Arretche (2015), a expansão dos serviços e a desigualdade de sobrevivência caracterizaram o Brasil nesses 40 anos. Pois, a expansão desses direitos esteve atrelada a desigualdades territoriais.

quando o ponto de partida são taxas muito baixas e inicia-se um processo de expansão das coberturas, pode mesmo ocorrer aumento das desigualdades se essa expansão for concentrada em algumas jurisdições e outras forem deixadas para trás. Assim, altas taxas globais de cobertura podem estar associadas à permanência de espaços territoriais com prestação muito baixa ou mesmos grupos de jurisdições com prestação média. Logo, o problema a ser respondido não é apenas se ocorreu redução das desigualdades territoriais, mas qual a sua direção, isto é, qual a associação entre essa expansão das coberturas e a riqueza das jurisdições ou das populações por ela beneficiadas. Trata-se, pois, de saber se as jurisdições favorecidas são aquelas que têm mais riqueza - e, portanto, maior capacidade de implantação dos serviços — ou aquelas que possuem uma população mais rica — e, conseqüentemente, maior capacidade de pagamento pelos serviços. (ARRETICHE, 2015, p. 195).

Após colocar esses pontos, Martha Arretche (2015) destrincha como se deu o processo de expansão do bem-estar social nos mostrando que o mesmo começou pela região Sudeste, particularmente São PAULO, seguindo para Sul e Centro-Oeste para por

último chegar as regiões Norte e Nordeste, o que resultou por manter as desigualdade territoriais ou até mesmo ampliar.

O cenário em 1970 era de concentração da cobertura de serviços no Sudeste e Sul. Nas demais regiões, nem os indivíduos com renda alta ou média contavam com a oferta pública de serviços. Nesse período a região Nordeste, tinha os municípios com o PIB per capita mais baixo do Brasil. Em 1980, o cenário muda para o Centro-Oeste mas o Nordeste continua o mesmo. Inclusive, essa década é marcada pelo aumento da desigualdade territorial, com o Centro-Sul com menor concentração de pobres e o Norte e Nordeste com a maior. Em 1990, o contexto é de altas taxas de pobreza em todo o território nacional como consequência da década perdida.

Vilmar Faria (1992), contudo, contestou que tivesse sido uma década perdida para a oferta de serviços essenciais e demonstrou que havia ocorrido expressiva expansão de sua cobertura nesse período. Argumentava que a retomada de eleições livres tinha produzido incentivos para que os governos ampliassem sua cobertura. Suas principais evidências eram, contudo, aumentos nos valores percentuais da cobertura de serviços domiciliares em escala nacional. A desagregação espacial dos dados revela, porém, que a década de 1980 foi, sim, uma década perdida para as populações das regiões Norte e Nordeste. À virtual universalização das coberturas foi um fenômeno concentrado na região Sudeste e, de forma um pouco menos acentuada, na região Sul. (ARRETCHE, 2015, p. 215).

Nos anos 2000, a taxa de pobreza no Norte e Nordeste diminuiu, enquanto no Sul e Sudeste permaneceu constante. A partir de 2010, as taxas se atenuam no Norte e Nordeste, mas diminuem ainda mais no Sul e Sudeste. É importante esclarecer que, segundo Martha Arretche (2015, p. 202),

dado o conceito de concentração de pobreza adotado neste trabalho (indivíduos vivendo com meio salário mínimo), o comportamento do indicador não é afetado pela cobertura do Programa Bolsa Família, cuja população-alvo são famílias em condição de indigência. Por outro lado, o indicador capta o impacto dos dois outros fatores apontados pela literatura como principais responsáveis pela redução da desigualdade entre indivíduos, quais sejam, o valor do salário mínimo e dos rendimentos no mercado de trabalho.

As regiões Norte e Nordeste “só obtiveram patamares elevados de cobertura quando o serviço em questão já estava praticamente universalizado em todo o território nacional” (ARRETCHE, 2015, p.197). Podemos afirmar que o acesso a direitos básicos chegou recentemente à região Nordeste, como luz que se universalizou durante os governos de Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2010).

Com isso, as regiões brasileiras se tornaram proporcionalmente mais desiguais entre si e mais homogêneas internamente. “Há “clubes de convergência”: o Distrito Federal e o estado de São Paulo lideram o grupo de renda mais alta (concentrado no

Sudeste), ao passo que os estados do Nordeste formam o clube de renda baixa” (ARRETCHE, 2015, p. 199).

Diante desse cenário, iremos agora verificar como Whindersson Nunes retrata essa questão no vídeo *De Volta para Minha Terra* (2021).

### **Whindersson Nunes e Cidadania**

O vídeo é o último episódio da temporada dois de *Próxima Parada* disponibilizada na plataforma *YouTube*, a qual o humorista viaja por diversos estados do Brasil para mostrar sua beleza. No caso, ele passou por oito estados, na seguinte ordem: Pará, interior do Amazonas, Tocantins, Maranhão, Recife, Bahia, Porto Alegre e Piauí. No último, ele aborda a sua vivência na sua cidade natal Bom Jesus e sobre o estado do Piauí. Pela escolha de lugares é possível perceber que optou por focar no Norte e, principalmente, no Nordeste.

A sinopse do vídeo nos diz

No último episódio desta temporada, Whindersson volta a Bom Jesus, no Piauí, sua terra natal. Ali, visita a casa dos pais, Valdenice Nunes e Hildebrando Sousa Batista e reconta os perrengues do começo da carreira. Na escola onde estudou, regrava seu primeiro hit do youtube ("Vó Tô Reprovado") e, em seguida, parte para desbravar o Parque Nacional Da Serra Da Capivara, e as pinturas rupestres dos Cânions do Viana.

É importante levar em consideração que ao escolher seu estado de origem e cidade como cenário, Whindersson também busca lembrar sua história. Isso leva a uma seleção do que ele deseja mostrar ou não que elabora o discurso do vídeo em si.

deve-se levar em conta o processo pessoal quando a análise da memória parte do um para o todo, pois “revela um trabalho psicológico do indivíduo que tende a controlar as feridas, as tensões e as contradições entre a imagem oficial do passado e suas lembranças pessoais” (POLLAK, 1989, p. 12). Lembrar e esquecer é um processo natural da memória. Porém, aquilo que está postado na rede não nos deixa esquecer, e esse enquadramento já é um processo de seleção do que queremos ou não lembrar (ARAUJO; BIEGING, 2017, p. 51).

O vídeo começa com o humorista ligando para sua mãe avisando que está chegando. Após isso, ele fala com o telespectador, expondo que este conhecerá seu estado de origem a partir de um encontro “de mim comigo mesmo” (NUNES, 2021) e mostrará também o Parque Nacional da Serra da Capivara, Patrimônio Cultural da UNESCO, o maior sítio arqueológico do continente americano.<sup>105</sup>

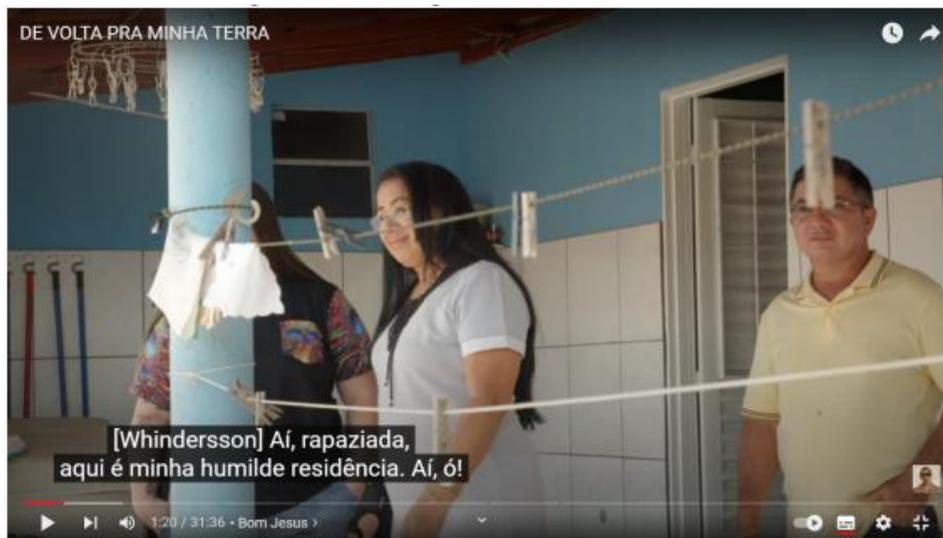
Após a apresentação, Whindersson Nunes chega à casa de sua mãe. A primeira cena é a parede de tijolos do lado de fora da casa seguida da imagem da sua família atrás

---

<sup>105</sup> Disponível em < <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/42> >, Acesso 29 jul. 2022

da corda de roupa com os pregadores expondo um cenário mais humilde. Ponto ressaltado inclusive em sua fala que diz “aqui é minha humilde residência”.

Figura 1: Casa dos pais de Whindersson Nunes



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=3LMeNOPfPdA>

Figura 2: Casa onde Whindersson cresceu



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=3LMeNOPfPdA>

Aqui é importante salientar que os vídeos de Whindersson Nunes se destacam por ter uma estética simples e por isso se aproximar mais do seu público gerando um imaginário de que se ele, mesmo sendo humilde, conseguiu ascender socialmente, outros

indivíduos também conseguem.<sup>106</sup> Essa estética permanece desde início de seus vídeos mesmo após crescer nas redes digitais. Os seus vídeos costumam ser sem camisa e com o fundo do quarto ou da caixa d'água. Inclusive, a influenciadora Gkay, da Paraíba, já afirmou que Whindersson foi seu estímulo para tentar ser influenciadora. Já que, segundo ela, Whindersson era “feio, sou, pobre, sou, a parede não tem reboco, tenho, câmera ruim...”.<sup>107</sup>

Como foi relatado na introdução, o influenciador também é rapper tendo o criado o codinome de Lil Whind. No vídeo, ele opta pela trilha sonora ser suas próprias músicas. A primeira é “Mãe”, mais especificamente, o trecho

(Cuscuz)  
(Cuscuz)  
Eu falei pra minha mãe que ia ser milionário  
Só falavam de carro e eu queria um jato  
Asas batendo, turbinas e já  
(Caio Passos e Lil Whind)  
Jaguar vermelho...  
Eu falei pra minha mãe que eu ia ser milionário  
Que ia sair de casa e ia voltar com dinheiro no bolso  
Eu falei pra minha mãe que eu ia comprar um Guepardo

A segunda é cachorro caramelo e depois caribe, o trecho a seguir.  
Nordeste é o novo Caribe  
Tô te fazendo o convite  
Praia aqui tem é de monte  
Se quiser vim, eu te faço a ponte  
Um leque

Seguindo para a música Piauí que conta com a presença do rapper Rapadura.

Yeah yeah (Cuscuz)  
To invicto nesse game  
Rico recaldo já treme  
Qual milho da minha corrente  
[...]  
Eles tão maluco tentando entender  
A fórmula mágica para enriquecer  
Quer saber nasce no Piauí pra tu ver

Dessas músicas podemos ressaltar duas problemáticas. A primeira é a narrativa criada por Whindersson do jovem humilde que cresceu na vida e se tornou um milionário o qual leva seu público a ter a mesma perspectiva de ascensão, evidente inclusive nos comentários de seu vídeo. Contudo, esse discurso não desenvolve uma crítica do porquê da pobreza na região nordestina, não levantando um debate acerca da luta por políticas públicas que possibilitaria uma vida mais digna aos nordestinos de acordo com os seus

---

<sup>106</sup> Nesse sentido, o influenciador tem inclusive um curso disponível de “como ser interessante na internet”. Disponível em <https://cursoswhindersson.com.br/como-ser-interessante-e/>

<sup>107</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=EzJG2vqW7x8&t=3164s>

direitos como cidadãos. Entra no debate exposto anteriormente, em que a cidadania está atrelada a uma perspectiva privada.

Isso é possível perceber também quando Whindersson está na sua casa de infância, que ele fala sobre a falta de água e luz. Ele expõe a situação de pobreza que viveu, não de forma pejorativa ou estereotipada, mas também sem problematizar as razões daquela realidade.

Esse ponto dialoga com a perspectiva de Omar Ricón (2016) e o conceito de “cidadania *celebrities*”, o qual afirma que

por isso é que se habitamos as culturas bastardas, queremos estar nessas telas do mainstream para ser *celebrities* do existir em nossa comunidade de referência do “valioso”. Isso de “ser alguém” midiaticamente ou nas redes e na sociedade do espetáculo: esse ser famoso na comunidade de um (territorial e digital): esse melhorar a autoestima e existir no horizonte da *coolture*. O cidadão se faz *celebrity* fazendo uso de todos os formatos e todos os recursos (vivenciais, festivos, midiáticos, digitais), por isso atua bastardamente porque não tem consciência de se esse gosto ou estética ou narrativa está colonizada, tampouco sabe se está resistindo... só sabe que se diverte e quer estar aí nessa cena pop para ser alguém. E este é um começo, não é toda a cidadania, nem toda a política: é apenas o escrachar, o bagunçar alegre das telas dos poderosos. (RICÓN, 2016, p. 42).

Contudo, o ele não deixa de salientar que é possível

assumir que nas telas da pop-culture também há poder de ganhar: visibilidades de rostos, vozes, agendas, estéticas, narrativas. Por isso, a cidadania *celebrity* é uma tática para disputar e lutar nas mídias e nas redes digitais, os modos estéticos e narrativos do visível, do narrável e o reconhecido. No final das contas, a cidadania *celebrity* é um ato que questiona em seu ato expressivo a noção do popular autêntico, para reivindicar os cruzamentos, as polinizações e as contaminações narrativas dos diversos populares (o povo, o mainstream, o populista, o subalterno, o tecno...) (RICÓN, 2016, p. 42).

Sendo assim, “cidadania *Celebrity*” é uma nova forma de manifestação de ativismo político possível nas brechas do *mainstream*. Mas o popular pode se tornar somente “*Celebrity*” quando não visa mudanças significativas o acaba por coincidir com o conteúdo de Whindersson.

No vídeo analisado, o influenciador se define como “o pequeno bom-jesuense que ganhou o Brasil e o mundo”. Essa frase ratifica que não há uma problematização no sentido de expor a falta de cidadania que fez parte de sua vida. Há uma narrativa, por vezes, meritocrática. A narrativa é de quem se esforçou e conseguiu ascender economicamente. As suas músicas, por vezes, são atreladas a uma ostentação. Ponto este responsável por parte do engajamento, já que muitos dos seus seguidores se vinculam a essa ideologia meritocrática e identificam a possibilidade de também ascenderem.

É importante aqui expor que a meritocracia é justamente uma operação discursiva a fim de legitimar as bases do sistema capitalista, ou seja, a sua desigualdade. Se um sujeito não consegue prosperar financeiramente dentro desse sistema é porque não se esforçou bastante. Whindersson Nunes não expõe em seus discursos necessariamente isso. Ele não se posiciona a fim de julgar quem não obteve o que seria um certo sucesso financeiro. Inclusive, busca ter um discurso de compreensão. Mas em contrapartida estimula o discurso de se esforçar para ascender financeiramente, como vendendo cursos sobre como conseguir isso através da internet.

Pois, como foi exposto anteriormente, no neoliberalismo a cidadania está atrelada à um poder de consumo. Assim, Whindersson influencia seus seguidores dessa forma a fim de que estes consigam obter uma qualidade de vida.

### **Considerações finais**

Percebe-se, assim, que a ideia de cidadania no Brasil ficou atrelada ao acesso a direitos sociais. Contudo, a partir de Martha Arretche (2015), ficou claro que o acesso a serviços básicos de bem-estar social no Brasil não significou uma diminuição das desigualdades, pelo contrário, há uma maior desigualdade regional. Isso porque a evolução do acesso a direitos sociais foi feita de forma desigual, privilegiando regiões que eram mais desenvolvidas economicamente.

Em relação especificamente ao vídeo analisado, podemos dizer que o influenciador acaba por seguir uma lógica neoliberal de privatização da cidadania. Suas atitudes vão mais no sentido de estimular seu público a ascender economicamente ou de doar do que em cobrar políticas públicas. Um exemplo, foi quando moveu a campanha de doação de tubos de oxigênio para Manaus durante a pandemia do covid-19 (2020). Tal lógica fica ainda mais clara quando Whindersson diz “Eu fiquei indignado, pensei em criticar os governos, a falta de humanidade, mas resolvi [...] transformar a revolta em amor. Em caridade, como está escrito na Carta de São Paulo aos Coríntios” (NUNES, 2021, p. 157).

Em seu livro, Whindersson retrata as dificuldades que passou mais novo e diz “só tínhamos o necessário. Não por opção, mas porque a gente nem sabia que tinha direito ao mundo” (Ibid., p. 40). Tal frase convida a pensar em como a lógica neoliberal levou a dois pontos. Primeiro, os sujeitos não compreenderem que são possuidores de direitos e segundo, atrelarem direitos à ascensão material. Ou seja, se torna necessário enriquecer para poder ter, não somente luxos, mas dignidade e cidadania.

Por fim, o influenciador o que se pode concluir é que o influenciador compreende que precisa ascender financeiramente para poder ter “conquistas”, que deveriam ser direitos públicos, para ele mesmo e para os seus amigos, familiares, etc. Isso é visível em seu discurso. Por exemplo, no trecho de seu livro que ele fala do comediante Bruno que também aparece no vídeo *De volta para minha terra*.

Ele é ator, é do teatro. Quando eu o conheci, ele já tinha alguma história com filmes que narravam característica do nordeste e que tinham humor. Ele é um artista inteiro. E, como eu disse, é da minha terra. Eu não escondo de ninguém que tenho esse prazer especial em ajudar pessoas que nasceram onde eu nasci. É como se fosse uma irmandade de solo, de cultura, de ar (NUNES, 2023 p. 111).

### Referências bibliográficas

- ARRETCHE, Maria. Trazendo conceito de cidadania de volta: a propósito das desigualdades territoriais In: **Trajétoérias das desigualdades: como o Brasil mudou nos últimos cinquenta anos / organização Maria Arretche**. — 1. ed. — São Paulo: Editora Unesp; CEM, 2015.
- ARAÚJO, Gustavo; BIEGING, Patricia. Estética do Consumo Imagético no Aplicativo Snapchat: Linguagem Efêmera e Filtros. In: **Cultura imagética e consumo midiático**. Beatriz Braga Bezerra, Patricia Bieging, Raul Inácio Busarello, organizadores. São Paulo: Pimenta Cultural, 2017.
- BACKES, Suelen. **Produção e Consumo de Vídeos On-line: Análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do YouTube**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Escola de Comunicação, Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica. Rio Grande do Sul, 2019.
- CABRAL, Eula D.T. **Cultura, Comunicação e Informação na era digital**. Rio de Janeiro: FCRB, 2021. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em 30 jun.2023.
- CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Análise Crítica do Discurso como Raciocínio Dialético: Crítica, Explicação e Ação**. In: Policromias, Dezembro/2019, Ano IV.
- MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- MORETZSOHN, Sylvia. A Cidadania através do Espelho: Do Estado do Bem-Estar às Políticas de Exceção. In: **Sinais Sociais**. Rio de Janeiro, v.5 n°15, p. 138-169, janeiro - abril 2011.
- NUNES, Whindersson. **Vivendo como um Guerreiro**. São Paulo, Editora Serra, 2021.
- \_\_\_\_\_. De volta pra minha terra. **YouTube**. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3LMen0PpD&t=2s>. Acesso em: 12. Jun. 2023.
- RÍNCON, Osmar. O popular na comunicação: culturas bastardas + cidadanias celebrities. **Revista ECO PÓS**, v. 19, n. 13, 2016.

## **Linhas de ação em sustentabilidade aplicadas à modelagem de projeto Piloto de Rede de instituições - Rede Memorial Digital**

Fernanda Menezes Balbi

Desde 2010, o BNDES participa de iniciativas, com recursos do Fundo Cultural<sup>108</sup>, com objetivo de preservar e dar acesso público aos acervos memoriais digitais, em constante preocupação quanto à sustentabilidade dos resultados e seu impacto na manutenção das instituições de cultura e memória brasileiras. Neste sentido, desenvolveu a modelagem de projeto Piloto de Rede de Instituições - Rede Memorial Digital, que visa atender a uma crescente necessidade de ações conjuntas para o enfrentamento dos desafios da atualidade, (i) pela aplicação de ferramentas tecnológicas dentro de modernos parâmetros e práticas de preservação e integração de dados para uso/reuso dos acervos digitais; (ii) pela capacitação de gestores e profissionais nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC); (iii) pelo uso de aplicações úteis à pesquisa, fruição e ao desenvolvimento de produtos e serviços de valor agregado; e (iv) para estruturação de um sistema colaborativo em rede, capaz de permitir a catalisação de um número crescente de participantes, cujo custo de manutenção por coleção memorial depositada se reduz a medida que mais instituições de cultura e memória integram a rede.

Ao longo do histórico de atuação do Banco foram identificadas quatro “linhas de ação em sustentabilidade” recomendadas a serem aplicadas em futuros programas e projetos de investimento para potencializar as forças e oportunidades e dirimir as fraquezas e ameaças que o setor de patrimônio e memória enfrenta.

A estruturação de um Piloto de Rede atendendo ao direcionamento das “linhas de ação em sustentabilidade” viabiliza novos arranjos relacionais; releitura dos acervos; lançamento de aplicações, produtos e serviços; e disponibilização de conteúdo para o uso de educadores, pesquisadores etc.; além de contribuir para a proposição de políticas públicas para o setor.

---

<sup>108</sup> Apoio não reembolsável para a preservação do patrimônio cultural e incentivo à cadeia produtiva da cultura.

O artigo apresenta a modelagem de projeto Piloto de Rede e uma síntese das quatro linhas de ação em sustentabilidade: (i) fomento ao capital social e trabalho em rede, (ii) introdução de metodologias de gestão e governança, (iii) manutenção financeira de médio e longo prazo e (iv) processos inovadores pelo uso das TIC. Além disso, apresenta a aplicação de cada ação em sustentabilidade na modelagem de projeto Piloto de Rede de instituições.

## **1. Modelagem do projeto Piloto de Rede de Instituições – Rede Memorial Digital**

A modelagem de projeto propõe a criação de um Piloto de Rede de instituições de guarda memorial detentoras de coleções digitalizadas, com padrões que evitam duplicação de esforços de digitalização e potencializam releituras e externalidades positivas e tem por objetivos principais; (i) o desenvolvimento de Solução Tecnológica, composta por Plataforma de Preservação, Plataforma de Integração e do Portal Multisserviços, para acesso às entregas da Rede; (ii) ações de capacitação, composto por curso de pós-graduação *lato sensu*, instalação do Laboratório-escola de digitalização e produção de material didático-formativo e acadêmico; e (iii) ações de sustentabilidade institucional e financeira no Piloto de Rede.

### **1.1.Solução Tecnológica**

Será executada por um proponente com referência no suporte de infraestrutura, serviços de rede (Internet), uso de aplicações avançadas e gestão em projetos de desenvolvimento.

Como principais entregas da Plataforma de Preservação, estão:

- Preservação das coleções digitais participantes do Piloto de Rede;
- Constituição da governança para gestão de Preservação Digital do Piloto de Rede;
- Definição de requisitos do protótipo da Plataforma na ação de preservação digital e suas funcionalidades essenciais a partir dos resultados do mapeamento de acervos;
- Prospecção e avaliação de soluções disponíveis no mercado; e
- Planejamento da implantação da solução escolhida e sua implantação.

Como principais entregas da Plataforma de Integração, estão:

- Integração das coleções digitais participantes do Piloto de Rede, com interoperabilidade<sup>109</sup> dos metadados;
- Edital de Seleção de até 16 instituições, incluindo o mapeamento de acervos digitais, seleção e composição da Comissão Avaliadora, recebimento e análise das propostas;
- Definição dos requisitos do protótipo da Plataforma de solução tecnológica de integração suas funcionalidades essenciais; e
- Capacitação no uso da solução para a integração de acervos habilitados para a conexão das instituições, suas equipes e informações.

Como principais entregas do Portal Multisserviços, estão:

- Acesso às coleções digitais participantes do Piloto de Rede e demais produtos e serviços advindos da sua releitura e reuso;
- Material didático-formativo e acadêmico (Recursos Educacionais Abertos- REAs<sup>110</sup>);
- Recursos estatísticos para monitoramento das aplicações e acessos;
- Credenciamentos para ações de engajamento coletivo (*crowdsourcing*, *crowdfunding*, comunidades práticas, fóruns virtuais etc.);
- Serviços da nuvem (processamento, comunicação e armazenamento, funcionalidades de distribuição de conteúdo, suporte e infraestrutura de rede);
- *Sandboxes* para acesso à comunidade de desenvolvedores de APP e API<sup>111</sup>; e
- Ambiente de *marketplace* (Sistema integrado de pagamentos tipo *purchase-to-pay*<sup>112</sup> com loja virtual com produtos, serviços e aplicativos desenvolvidos a partir do projeto).

---

<sup>109</sup> Interoperabilidade: integração de dados digitais entre sistemas, plataformas de hardware e software previamente instalados ou a serem instalados.

<sup>110</sup> Recursos educacionais abertos (REA) - materiais de ensino, aprendizado e pesquisa em qualquer suporte ou mídia que estão sob domínio público ou são licenciados de maneira aberta, permitindo que sejam acessados, utilizados, adaptados e redistribuídos por terceiros.

<sup>111</sup> APP – uma abreviação da palavra *applications*, que significa aplicativos. API – sigla do termo em inglês *application programming interface*, que é um conjunto de rotinas e padrões de programação para acesso a um aplicativo de software ou plataforma baseado na web.

<sup>112</sup> Sistema Purchase-to-pay - Engloba três principais atividades no processo de compras: a requisição, a aquisição e o pagamento que reúne os diversos aspectos da negociação (geração de pedidos, recebimento físico, recebimento fiscal, pagamento, contabilização). Disponível em: [www.generixgroup.com/pt/blog/purchase-to-pay-o-que-e-como-funciona-vantagens](http://www.generixgroup.com/pt/blog/purchase-to-pay-o-que-e-como-funciona-vantagens).

Como principais entregas das Ações Complementares da Solução Tecnológica, estão:

- Edital de P&D para aproveitar a inteligência instalada nas universidades e centros de pesquisas para apresentação de propostas de modelagem e implementação de protótipos de serviços e/ou soluções de TI.
- Concurso para premiar releituras para produção de novos conteúdos, produtos e serviços a partir do aproveitamento das sinergias dos digitais.

## **1.2. Ações de Capacitação**

Essas ações serão desenvolvidas por um proponente qualificado e com ampla experiência em pesquisa, treinamento e projetos de formação de lideranças. Como principais entregas, temos:

- Estruturação de Curso de Pós-graduação lato sensu, em duas edições, para capacitação profissional de gestores de instituições de guarda memorial em digitalização e gestão de acervos digitais, bem como a implantação de um Laboratório-escola de digitalização para atender ao curso e a um núcleo de pesquisadores contratados.
- Produção de material didático-formativo e acadêmico desenvolvido no decorrer do curso e pelo núcleo de pesquisa do Laboratório-escola de digitalização com licenciamento como REAs, com o conceito de ensino aberto, onde aulas e palestras pré-gravadas estarão disponíveis ao público.
- Três estudos a serem desenvolvidos pelo núcleo de pesquisa do Laboratório-escola de digitalização: (i) estudo de viabilidade e aplicabilidade de Fundos Patrimoniais (*Endowment*), (ii) estudo do impacto social do projeto e (iii) proposta para a constituição de arranjo institucional permanente para dar continuidade à governança instituída no Piloto de Rede e à Solução Tecnológica (Plataforma e Portal Multisserviços), após a conclusão das ações previstas pela modelagem de projeto.

## **1.3. Ações de Sustentabilidade**

A fundamentação teórica para criação das “Linhas de ação em Sustentabilidade” e o detalhamento de cada uma das quatro linhas encontram-se no artigo “Cultura, instituições e sustentabilidade: novos horizontes para a gestão de projetos”, publicado pela Revista BNDES nº 52 (Balbi, 2019). Naquela publicação, o termo sustentabilidade é diretamente associado aos processos que se podem manter e melhorar ao longo do tempo e não depende apenas das questões ambientais; mas são igualmente fundamentais os aspectos

sociais, econômicos, políticos e culturais; entendimento que será mantido na argumentação deste artigo.

### **1.3.1. Ação de fomento ao capital social e trabalho em rede**

O capital social se traduz pela comunhão de valores intangíveis, como crenças e propósitos, pelo enfrentamento de dificuldades e desafios comuns e pelo exercício de confiança capaz de promover ligações perenes para o bem comum, contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

O trabalho em rede reúne diversas partes interessadas em participar e contribuir em determinada arquitetura de facilitação para o intercâmbio de informações e conhecimento, de modo a colaborar no planejamento, gestão e mediação entre os entes da rede, seja pela definição de *hubs* ou principais pontos de interconexão, seja pelo estabelecimento de times distribuídos.

### **1.3.2. Ação de introdução de metodologias de gestão e governança**

As instituições de cultura e memória públicas não usufruem de um ambiente favorável para propor novos modelos de gestão e governança. Apesar do sucesso de algumas estratégias inovadoras no trabalho – pela constituição de organizações sociais (OS)<sup>113</sup> sem fins lucrativos e parcerias público-privadas (PPP) – o cenário predominante é de engessamento<sup>114</sup> e falta de autonomia financeira e administrativa que impede a execução de planos de investimento para financiar adoção das novas TIC para melhoria de processos e desenvolvimento de fontes de renda alternativas.

Ainda que as iniciativas sejam executadas em intensidade e formato diferentes, as instituições privadas têm um envolvimento direto com políticas públicas em seus projetos, programas, ações e intervenções, tendo um caráter muito semelhante às de natureza pública. Assim, os desafios se assemelham e só poderão ser superados a partir de um novo modelo de negócio integrado ao horizonte da mudança digital e comunicacional, capaz de processar *feedbacks* de diferentes ordens que promovam:

---

<sup>113</sup> A organização social é uma qualificação que a administração outorga a uma entidade privada, sem fins lucrativos, para que ela possa receber determinados benefícios do poder público (dotações orçamentárias, isenções fiscais etc.), para a realização de seus fins, que devem ser necessariamente de interesse da comunidade. A organização social é regida pela Lei 9.637/1998.

<sup>114</sup> Especialmente devido à obrigação (artigo 56 da Lei Federal 4.320/1964) de recolhimento de todas as receitas públicas em estrita observância ao princípio de unidade de tesouraria (caixa único), seja em que nível for – federal, estadual ou municipal –, vedada qualquer fragmentação para criação de caixas especiais. Essa restrição limita o uso de recursos provenientes de receitas advindas da operação, como aluguéis, ingressos, lojas e restaurantes.

- redução de burocracia, que interfere na agilidade dos processos de tomada de decisões;
- requalificação da capacidade instalada do poder público para planejar, formular e implementar ações;
- aprimoramento dos entes públicos em suas capacidades, infraestruturas e percepções de urgência versus prioridade, de modo a gerar e acessar os recursos e reinvesti-los em suas atividades-meio e em suas atividades-fim;
- transparência, compartilhamento de informação e conhecimento; e
- superação das dificuldades naturais às proverbiais descontinuidades nas administrações, causadoras de impasses recorrentes em termos de diálogo e desenvolvimento de projetos de longo prazo, gerando muitos desperdícios e sujeição de projetos de lenta maturação à dinâmica de curto prazo compatível com os sucessos e insucessos de cada gestão.

### **1.3.3. Ação de manutenção financeira de médio e longo prazo**

Como a maioria das instituições de cultura e memória são de natureza pública ou são privadas sem fins lucrativos, a formulação de um projeto de investimento para esse setor não deveria se restringir à execução de gastos tradicionalmente apoiados (compra de equipamentos, revitalização de espaços, preservação de acervos, treinamento operacional etc.), mas inovar com ações de manutenção financeira de médio e longo prazo.

O fluxo orçamentário (nível municipal, estadual e federal) e a dinâmica de captação das leis de incentivo à cultura (setor privado) estimulam estilos de gestão voltados para a operação corrente, sem compromisso com a continuidade dos projetos. As restrições da capacidade instalada para planejar, formular e implementar ações de longo prazo dificulta a geração e acesso aos recursos limitando reinvestimentos em suas atividades-meio e em suas atividades-fim. O esgotamento de um modelo de Estado assistencial (que não se restringe ao Brasil) insta ao avanço de novas possibilidades de remuneração das instituições, em contraponto ao alto grau de dependência por recursos públicos para o financiamento de projetos culturais, de modo a investigar os novos horizontes em que a reformulação regulatória e de processos leva em conta as possibilidades oferecidas pelas TIC.

As instituições, especialmente as públicas, devem desenvolver estratégias inovadoras em confronto direto com a cultura ritualística e formal, mediada pelo direito administrativo e pela hipercautela de cunho eminentemente burocrático, que acaba por

prejudicar a efetiva resiliência e a legitimidade de iniciativas e projetos de inovação. Tal constatação confirma a necessidade de uma mudança no setor, tanto na gestão de recursos financeiros; pela operacionalização de mecanismos complementares de financiamento capazes de mediar a oferta de seus serviços e produtos em troca de remuneração ou outras formas de rentabilização de suas transações; quanto na gestão de recursos não financeiros; pela modernização de canais de relacionamento social, estruturação de novos modelos de negócio, capacitação de gestores etc.

Perceber o “conhecimento” como ativo estratégico pode auxiliar instituições culturais e de memória na identificação de um conjunto de recursos capazes de criar riqueza e fortalecer a marca, legado e vocação das organizações.

#### **1.3.4. Ação de processos inovadores pelo uso das TIC**

O meio digital promove espaços colaborativos para estabelecer redes integradas em uma estrutura lógica interinstitucional com a manifesta intenção de partilhar de forma inteligente recursos humanos, financeiros, tecnológicos, saberes e capacidades de cada um em benefício do bem comum. Infelizmente, os dados digitais têm sido dispostos em “silos” isolados e não em um ecossistema potencializado pela internet o que requer dos gestores a proposição de iniciativas de soluções tecnológicas com interoperabilidade, especialmente aquelas com uso de ferramentas em web semântica<sup>115</sup>. Tais avanços implicam desafios tecnológicos e barreiras culturais a serem superados pelas instituições na conformação de espaços virtuais colaborativos e no compartilhamento de dados digitais e devem ser levados em consideração para o adequado desenvolvimento de projetos culturais.

Não menos importante, uma vez que se trata de um país de dimensões continentais que apresenta extremas diferenças regionais de concentração de população e renda, são as iniciativas para redução das limitações na infraestrutura de acesso, apropriação e uso das TIC, pela efetiva implantação de banda larga e conexão WiFi nos equipamentos culturais brasileiros, para a redução das desigualdades no acesso digital por parte da população.

---

<sup>115</sup> *Web semântica* – busca que acrescenta semântica ao atual formato de representação de dados. O trabalho de associação e dedução da pesquisa fica a cargo das máquinas, poupando tempo e trabalho ao usuário.

## 2. Aplicabilidade das linhas de ação ao projeto Rede Memorial Digital

A análise da aplicação das linhas de ação será feita a partir dos efeitos e resultados esperados e desejados da modelagem do projeto Piloto de Rede – Rede Memorial Digital – tendo como premissa que somente o meio digital, através dos processos inovadores pelo uso das TIC, promove espaços colaborativos entre as instituições de cultura e memória capazes de estabelecer redes integradas digitais em uma estrutura lógica interinstitucional.

Desta forma, a modelagem está estruturada para promover o desenvolvimento de instituições e suas lideranças em três frentes de atuação; no fomento ao capital social e trabalho em rede, na introdução de metodologias de gestão e governança e na manutenção financeira de médio e longo prazo; todas essas frentes sob o arcabouço de processos inovadores pelo uso das TIC.

Figura 1 – Ações em Sustentabilidade mediadas pelas TIC



Fonte: BNDES, 2023.

As novas tecnologias de informação e comunicação têm causado impacto na produção, armazenamento, circulação, fruição e consumo dos acervos disponíveis em museus, arquivos, bibliotecas, cinematecas etc. todavia, as soluções tradicionais de

gerenciamento de conteúdos digitais não estão aptas a oferecer ferramentas de preservação e compartilhamento capazes de mediar de forma eficiente o uso e reuso desses conteúdos digitais.

A Solução Tecnológica proposta, composta por Plataforma de Preservação, Plataforma de Integração e Portal Multisserviços, converge para a conformação de um ciberespaço colaborativo capaz de catalizar recursos, processos e boas práticas e impulsionar o compartilhamento entre atores do setor e a sociedade. As ações de capacitação pretendidas prevêm habilitar instituições, profissionais e cidadãos nas competências chave, orientadas pelas novas fronteiras tecnológicas e demandas da sociedade do conhecimento. A todo esse aparato pretende-se instituir instâncias de gestão e governança, assim como promover mecanismos de remuneração, diante do desafio de manutenção de infraestruturas digitais sujeitas a ciclos curtos de inovação e obsolescência.

## **2.1. Aplicação do fomento ao capital social e trabalho e rede**

A modelagem fomenta o capital social e ambiciona o fortalecimento das instituições de cultura e memória, pois (i) desenvolve ferramentas, práticas e normas norteadas pelo consenso deste grupo, (ii) endereça soluções tecnológicas orientadas ao enfrentamento das dificuldades e desafios comuns e (iii) compartilha aprendizados e conhecimento, para aumentar a eficiência coletiva, facilitando ações coordenadas em rede.

A modelagem fomenta o trabalho em rede, já que um grupo escalável de instituições depositárias de coleções digitais terá a oportunidade de alterar o formato e a dinâmica das relações entre os partícipes, inclusive no que diz respeito aos tradicionais modelos organizacionais, e também, melhorar a capacidade de adaptação às rápidas mudanças de contexto (“resiliência” lado a lado com “eficiência”).

O Piloto de Rede também potencializará parcerias entre diferentes setores; especialmente com as indústrias criativas, educação, audiovisual, turismo, publicidade, criação artística etc.; e trará para o primeiro plano a participação (real ou virtual) de parte da sociedade, até então distante das organizações, que passará a contar com um canal de relacionamento apto a oferecer engajamento coletivo, por meio de estratégias como

*crowdsourcing*<sup>116</sup> (tipo modelo wiki de catalogação, como Wikipedia), desenvolvimento compartilhado de APIs<sup>117</sup>, credenciamento voluntário, economia colaborativa (*crowdfunding* de produto<sup>118</sup> e de investimentos<sup>119</sup>), gamificação<sup>120</sup> etc.

Também está prevista a constituição de Comunidades Práticas, pelo estímulo à criação dos SIG's (do inglês Special Interest Groups), constituídos por profissionais de notório saber e diversidade de conhecimentos para a promoção de debates, discussões de caso, apresentação de artigos etc. de temáticas associadas aos objetivos do projeto. Por fim, a modelagem prevê a realização de pelo menos dois fóruns setoriais e a entrega de material didático, formativo e acadêmico proveniente da Curso de Pós graduação e produzido pelo Laboratório-escola de digitalização.

## **2.2. Aplicação de metodologias de gestão e governança**

A modelagem introduz metodologias de gestão e governança em duas camadas: (i) na promoção de condições necessárias para a formalização, regulamentação e efetiva implantação de instâncias de gestão e governança do Piloto de Rede e (ii) na mediação da relação entre cada participante na manutenção do Piloto de Rede.

### **(i) Gestão e Governança do Piloto de Rede**

A modelagem de projeto estabelece um Termo de Cooperação Técnica entre o Proponente da Solução Tecnológica e o Proponente da Capacitação para reger a atuação conjunta destas instituições com vistas a execução do projeto. Nele estão as diretrizes para a constituição de colegiados, um em instância deliberativa e dois consultivos, conforme descrição abaixo, e a estruturação de arcabouço regulamentar com processos e sistemas para a gestão compartilhada do Piloto de Rede, sendo eles: (i) três regimentos, para cada

---

<sup>116</sup> *Crowdsourcing* – termo criado pela união das palavras inglesas crowd (multidão) e outsourcing (terceirização), que identifica a ação cooperativa de pessoas para resolver problemas em conjunto, criar produtos, criar conteúdo, testar ferramentas etc.

<sup>117</sup> *Application Programming Interface* (API) é um conjunto de rotinas e padrões de programação para acesso a um aplicativo de software ou plataforma baseado na web.

<sup>118</sup> *Crowdfunding* – financiamento coletivo.

<sup>119</sup> Em julho de 2017, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) editou a regulamentação do *crowdfunding* de investimentos, que dispõe sobre a oferta pública de valores mobiliários por sociedades de pequeno porte.

<sup>120</sup> Gamificação ou ludificação - entendida como dinâmica de mimetização de mecânicas competitivas e colaborativas promovidas na esfera lúdica em que o engajamento está diretamente associado a retornos crescentes sobre a obtenção de resultados

colegiado; (ii) atos administrativos, disposições e instrumentos dos colegiados; (iii) Fluxo decisório; (iv) Sistema de Monitoramento e Avaliação; e (v) Plano de comunicação.

- Comitê Gestor (CG): de caráter deliberativo, garantirá, ao longo da execução, a conformidade das proposições à finalidade, escopo e custos da operação; acompanhará os cronogramas físicos e ações de modo a orientar a coordenação entre os marcos-chave prévios entre as partícipes; definirá o arcabouço regulamentar para a gestão do Piloto de Rede; realizará o acompanhamento dos indicadores esperados e o monitoramento e avaliação das métricas e metas pactuadas; e se responsabilizará por reportar o andamento do projeto ao CC e ao BNDES. O Comitê Gestor será constituído por até seis representantes (titular e suplente), sendo, dois da Proponente da Capacitação e dois da Proponente da Solução Tecnológica e dois integrantes das instituições selecionadas no Edital de Seleção.
- Conselho Consultivo (CC): Este colegiado, de caráter consultivo, atuará no alinhamento dos objetivos do projeto às políticas públicas e na gestão de sinergias com demais iniciativas de seus setores de atuação. Será constituído por seis representantes do Ministério da Cultura (titular e suplente), sendo: dois do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), dois da Fundação Biblioteca Nacional (BN) e dois da Cinemateca Brasileira. Considerando a abrangência do tema, está facultada a participação de até quatro representantes (titular e suplente) de outros ministérios, preferencialmente, integrantes de instituições relevantes na gestão de políticas públicas para o campo da digitalização de acervos.
- Comitê Técnico Assessor (CTA): Este colegiado, de caráter consultivo, auxiliará os demais colegiados na análise, desenho e proposição das questões técnicas adotadas pelo projeto, orientadas pelos princípios da Carta do Recife 2.0<sup>121</sup>. Será constituído por representantes indicados pelas instituições selecionadas no Edital de Seleção.

## (ii) **Gestão e Governança entre os partícipes do Piloto de Rede**

O Termo de Cooperação também prevê a criação de Protocolos de Cooperação para a formalização das diretrizes que irão reger as relações (i) entre os partícipes das ações do Curso de Pós-graduação, do Laboratório-escola de digitalização e das ações de

---

<sup>121</sup> Disponível em [http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20do%20Recife\\_2017.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20do%20Recife_2017.pdf)

pesquisa e (ii) entre as instituições selecionadas (Edital de Seleção) e o Proponente da Solução Tecnológica. Este último, tratará das condições de garantia de manutenção da parceria digital após a conclusão do projeto, como a introdução desse macroprocesso de digitalização no Plano Diretor das instituições participantes do Piloto de Rede.

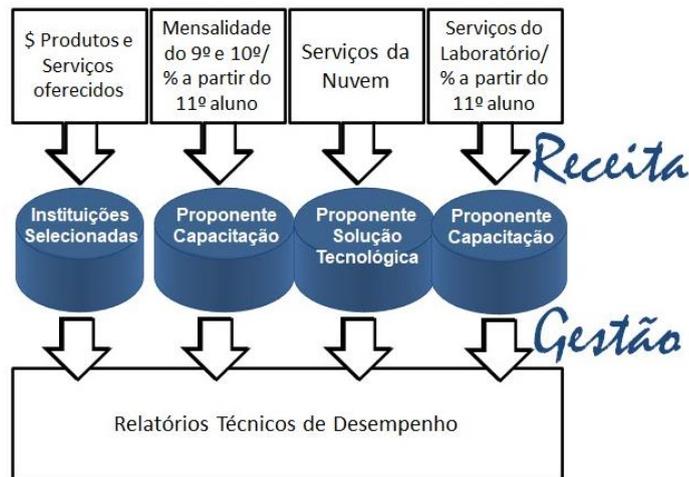
Como efeito esperado está a formação de lideranças transformadoras capacitadas para compatibilizar o desafio de atuar nesse complexo ecossistema e o mandato de preservar o patrimônio cultural brasileiro.

### **2.3. Aplicação da manutenção financeira de médio e longo prazo**

A modelagem promove a manutenção financeira de médio e longo prazo pela estruturação de mecanismos complementares de financiamento e engajamento aptos à promover a captação de recursos não somente por fontes tradicionais (campanhas ou doações programadas) mas especialmente utilizando modelos inovadores e/ou ainda insipientes para o setor de cultura e memória.

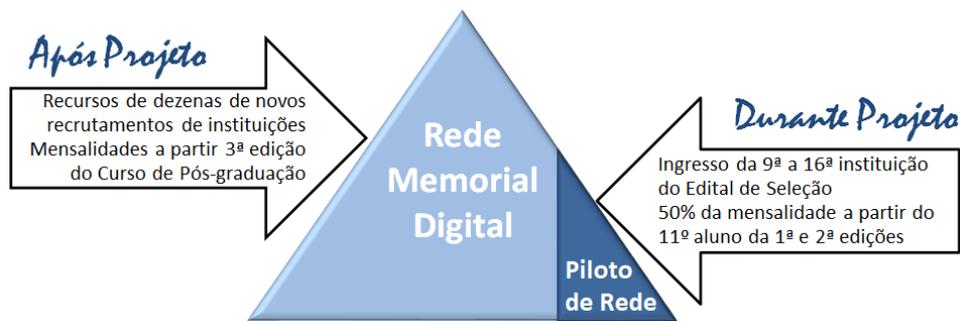
Esses mecanismos complementares de financiamento e engajamento tendem a se perpetuar no Piloto de Rede, quanto maior for a contínua e crescente oferta de opções, seja de serviços e produtos com valor agregado requisitados sob demanda pelo público, seja pelo impacto resultante dos vínculos travados em parcerias com voluntários e outros atores do setor de cultura e memória. Para o atendimento deste objetivo é que são propostos três modelos de Mecanismos Complementares de Financiamento: para remuneração dos Proponentes; para a remuneração do Piloto de Rede no médio prazo, período do projeto até o crescimento espontâneo da Rede; e o final, que servirá de complemento para a manutenção financeira da instituição permanente a ser criada para a gestão de longo prazo da Rede. Vide nas Figuras 2, 3 e 4 os esquemas de remuneração e na Tabela 1 o detalhamento dos mecanismos complementares de financiamento.

**Figura 2 –Modelo de Remuneração dos Proponentes**



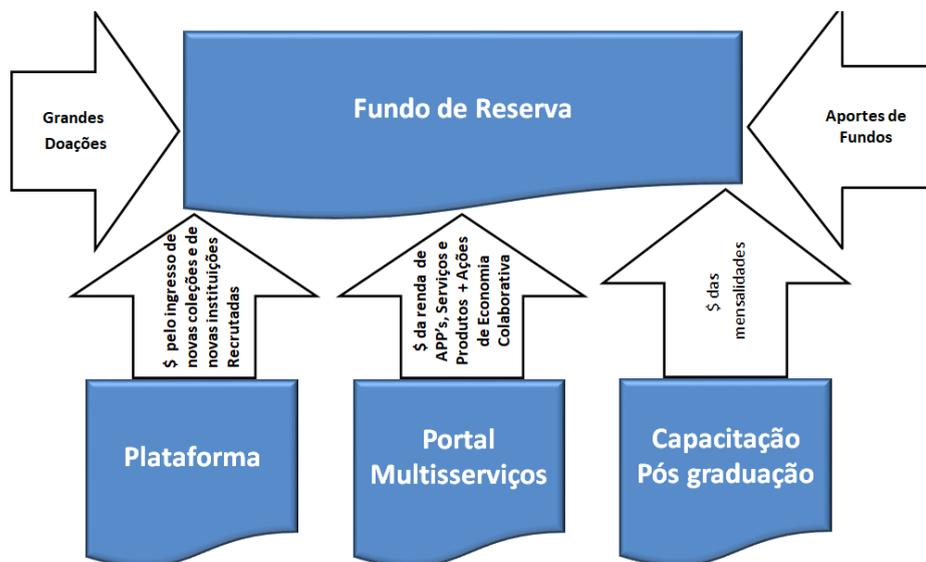
Fonte: Elaboração Própria

**Figura 3 - Modelo de Remuneração da Rede no Médio Prazo**



Fonte: Elaboração Própria

**Figura 4 - Modelo de Remuneração da Rede no Longo Prazo**



Fonte: Elaboração Própria

**Tabela 1**

Detalhamento dos Mecanismos Complementares de Financiamento	
<b>Proponentes</b>	<p>Não haverá controle ou foco no fluxo financeiro recebido, cuja administração ficará a cargo das proponentes, mas no resultado qualitativo das ações. Com esse mecanismo, pretende-se induzir um novo processo de remuneração nas instituições.</p> <p><b>Exemplo: Proponente da Capacitação</b> - nº de projetos e/ou serviços de capacitação externa contratados pelo Laboratório-escola de digitalização e 9º e 10º alunos pagantes e eventuais alunos bolsistas potencializados pelo Curso de Pós-graduação. <b>Proponente da Solução Tecnológica</b> - nº de pesquisadores com acesso sem fio à internet e outras métricas de serviços oferecidos fornecidos.</p>
<b>Rede Memorial Digital</b>	<p><b>Médio Prazo</b></p> <p><b>No Piloto de Rede do Projeto</b></p> <p><u>Solução Tecnológica:</u> O ingresso no Piloto de Rede até a 8ª instituição será com recursos do projeto e haverá contrapartida financeira da 9ª até 16ª instituição selecionada pelo Edital de Seleção. A gestão da remuneração de recursos de terceiros ficará a cargo da Proponente da solução Tecnológica que também se responsabilizará por garantir o ingresso e operacionalização dessas instituições no Piloto de Rede.</p> <p><u>Curso de Pós-graduação:</u> 50% das mensalidades auferidas a partir do 11º aluno, da 1ª e 2ª edições. Essa remuneração de recursos de terceiros ficará sob a gestão da Proponente da Capacitação, que também se responsabilizará pela melhoria incremental do Curso e Laboratório-escola.</p> <p><b>Na Rede após Projeto</b></p> <p><u>Solução Tecnológica:</u> A visibilidade resultante do efeito-demonstração do Piloto de Rede, pelo conjunto de dados digitais preservados e integrados; com potencial aumento de volume pela escalabilidade da Plataforma; e o acesso pelo Portal Multisserviços, poderá catalisar dezenas de novos integrantes recrutados à Rede.</p> <p><u>Curso de Pós-graduação:</u> O reconhecimento público resultante da 1ª e 2ª edições do Curso de Pós-graduação poderá contribuir para a autossuficiência financeira da iniciativa de capacitação e pesquisa.</p> <p><u>Obs:</u> Em ambos os casos, os colegiados de governança determinarão as regras de remuneração das partes interessadas e da Rede.</p>
	<p><b>Longo Prazo</b></p> <p>Haverá um estudo de viabilidade de <i>Endowment</i> para proposição de ações para constituição de um Fundo Patrimonial a partir dos recursos captados ao longo do projeto pelo Fundo de Reserva.</p> <p>Para garantir opções de remuneração de longo prazo, o projeto prevê uma retenção de valor sobre todos os produtos e serviços monetizados que circularem pelo Portal Multisserviços, além das doações e outras captações. Também serão pactuadas retenções de valor sobre novos recrutamentos do Piloto de Rede, novas matrículas no Curso de Pós-graduação, aplicativos originais etc. Além das tradicionais doações, espera-se receber aportes de fundos setoriais.</p>

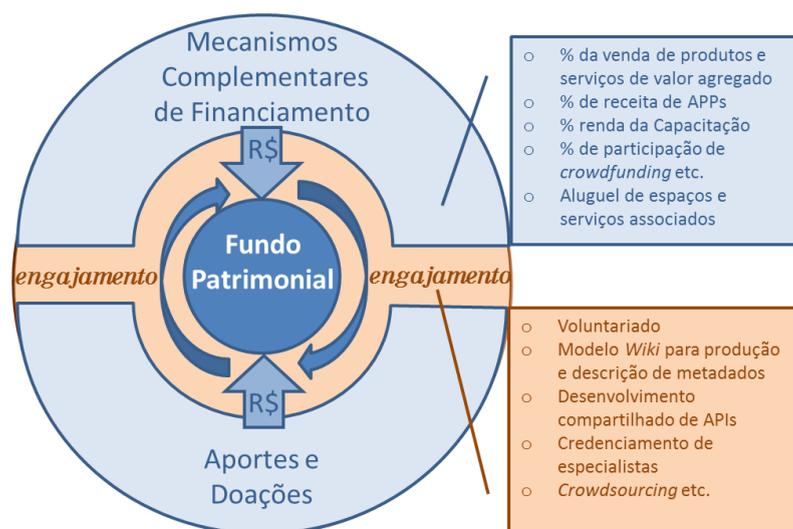
Fonte: Elaboração Própria

A circulação dos recursos será operacionalizada pelo Portal Multisserviços que oferecerá mecanismos para automatizar cada transação, seja uma doação, uma compra de produtos e serviços, uma remuneração sobre aplicativos, ou qualquer outra forma de captação. Para tal, há previsão de loja virtual (*marketplace*) e área para desenvolvimento e teste de programas e aplicativos (*sandboxes*) relacionados ao Piloto de Rede.

A modelagem prevê as condições necessárias para a constituição de um Fundo de Reserva, a partir dos recursos captados pelos mecanismos complementares de financiamento estruturados no projeto, com vistas à constituição de um de fundo patrimonial <sup>122</sup>, cuja implementação contribuirá para a profissionalização e a autonomização de uma futura instituição sem fins lucrativos de caráter permanente. Posteriormente, caberá ao Comitê Gestor a ser instituído o estabelecimento das diretrizes de aplicação dos recursos, especialmente para futura transferência para o Fundo Patrimonial, direcionado à manutenção da Rede.

A Figura 5 apresenta um modelo esquemático que sugere a inclusão de diferentes instrumentos de engajamento, os quais podem ser aplicados concomitantemente aos mecanismos complementares de financiamento, para alcançar mercados e públicos-alvo de forma massiva, para que a sociedade se beneficie do conteúdo do patrimônio cultural e, em contrapartida, possa também beneficiar as instituições de cultura e memória.

Figura 5 – Modelo de Mediação de Recursos



Fonte: BALBI, 2019.

Quanto mais simples e gratificante for a experiência de troca entre as instituições e seus diferentes públicos, mais fácil será escalar o número de parceiros engajados no compartilhamento de conteúdos, na transmissão de vivências e no consumo de serviços e

<sup>122</sup> Conforme guia produzido a partir do Fórum Internacional de *Endowments*, realizado no BNDES entre os anos de 2016 e 2017, a boa prática para fundos patrimoniais orienta a existência de governança plenamente estabelecida e consolidada de modo a constituir instâncias deliberativas e consultivas que sejam responsáveis não só pela administração do fundo patrimonial, como também para estimular a captação de recursos. Disponível em: [www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa/patrimonio-cultural-brasileiro/Endowments](http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa/patrimonio-cultural-brasileiro/Endowments). Acesso em: ago. 2023.

produtos ofertados e, assim, captar recursos de fontes diversas para reduzir a dependência dos recursos incentivados.

### **Considerações finais**

A conformação de um ciberespaço colaborativo instituído por uma rede de instituições de cultura e memória, atendendo as prerrogativas de boas práticas apreendidas ao longo da condução de projetos culturais pelo BNDES, aqui chamadas de “linhas de ação em sustentabilidade”, potencializará o aproveitamento do conteúdo cultural depositado nos museus, arquivos, bibliotecas e cinematecas e criará as condições para que estes sejam percebidos como um ativo capaz de gerar serviços, produtos e experiências de valor agregado passíveis de serem usufruídas presencialmente ou digitalmente, em muitos casos, ampliando e oferecendo novos campos de legitimação para remuneração das instituições depositárias.

### **Referência Bibliográfica**

BALBI, F. Cultura, instituições e sustentabilidade: novos horizontes para a gestão de projetos. **Revista BNDES**, Rio de Janeiro, v. 26, n. 52, p. 90, 2019. Disponível em: [https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/19601/1/PR\\_Cultura%2C%20institui%C3%A7%C3%B5es%20e%20sustentabilidade\\_novos%20horizontes\\_BD.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/19601/1/PR_Cultura%2C%20institui%C3%A7%C3%B5es%20e%20sustentabilidade_novos%20horizontes_BD.pdf) . Acesso em: mai. 2023.

## **PARTE 3**

# **Memórias de um país sem ‘cabimento’ nos dez anos da homenagem ao Brasil na Feira do Livro de Frankfurt**

Rachel Bertol

## **Ironia amarga**

Era como se a realidade estivesse em ebulição ou quase chegando ao ponto. Depois, muita coisa mudaria (e quase ousou dizer que tudo seria diferente). Em outubro de 2013, o Brasil foi homenageado na Feira do Livro de Frankfurt, a mais importante do mundo no mercado editorial, e poderíamos a princípio imaginar que seria uma festa nacional protocolar, institucional, com discursos pálidos que desafiam a sonolência. Entretanto, o Brasil se mostrou estridente no evento, polêmico, incompreensível até. Poucos meses depois das históricas Jornadas de Junho, movimento de protesto que levou milhares de pessoas às ruas em todo o país e cujos sentidos ainda hoje tentamos compreender, os brasileiros lá estavam, buscando se explicar ao mundo, falar do sentido de sua literatura, elucidar sua formação histórica, levando para fora também sua música, seu teatro, artistas plásticos e performáticos. A Alemanha havia se transformado em palco para o Brasil: a homenagem permite por alguns meses ao país convidado obter grande visibilidade e cerca de 200 a 300 livros nossos foram na ocasião publicados no país de Goethe. Em troca dessa janela de oportunidades (mesmo que efêmera), o país em destaque deve apresentar uma programação cultural à altura, com muitos debates literários, espetáculos musicais, exposições etc.

A festa de outubro seguiu várias etapas preparatórias, segundo o protocolo estabelecido pela organização alemã. Alguns anos antes, o Ministério da Cultura (MinC) teve de assinar acordos com os alemães que previam, entre outras ações, a revitalização de um programa de apoio à tradução de livros brasileiros no exterior. Os efeitos não ficam restritos à Alemanha: o programa, implementado pela Biblioteca Nacional, é válido para a tradução em diferentes idiomas, o que favorece a internacionalização de nossa literatura e cultura. Além disso, a homenagem em Frankfurt é tão importante que leva outros países a pôr o Brasil em foco. Em 2012, por exemplo, o país foi homenageado na Feira Internacional do Livro de Bogotá, evento relevante do mercado editorial na América Latina. A festa na Colômbia foi considerada um laboratório para 2013 e a Feira de

Frankfurt não hesitou em enviar representantes para ver se tudo corria bem e pensar em estratégias para o ano seguinte. Ora, em 2012, a ministra da Cultura era Ana de Hollanda, presente ao evento em Bogotá; já em 2013 ela tinha sido substituída por Marta Suplicy, que por sua vez viajou a Frankfurt (e os acordos com alemães haviam sido assinados anos antes por Juca Ferreira, quando titular da pasta). Só essas mudanças políticas, às quais os alemães buscavam se adaptar com celeridade, já poderiam ser vistas como indício do turbilhão que viria.

Conto essa pequena história de memória (e alguma documentação), por isso me perdoem os detalhistas. As memórias falham e são parciais. Eu participei de forma modesta da equipe executiva que organizou a homenagem ao Brasil na Feira do Livro de Frankfurt, contratada por meio de convênio da Câmara Brasileira do Livro (CBL) com o MinC<sup>123</sup>. Minha atribuição foi sobretudo coordenar a criação e a edição da *Machado de Assis Magazine*, da Biblioteca Nacional, em parceria com o Itaú Cultural e a Imprensa Oficial do Estado de São Paulo. Seu objetivo era funcionar como plataforma de divulgação dos autores brasileiros no exterior e tinha como suporte o programa de apoio à tradução. Foram lançados editais para que tradutores enviassem trechos de obras, selecionados por um júri para posterior publicação. Ajudávamos potenciais editores estrangeiros em suas escolhas. Mas nem tudo são flores: a revista não estava livre de interferências políticas e até “fogo amigo” buscou implodir o projeto. Houve inúmeros questionamentos na mídia sobre a homenagem como um todo, principalmente a respeito do uso dos recursos públicos investidos. Claro, isso faz parte e pode ser muito saudável. Ainda assim, em muitos momentos, o tom me pareceu exagerado. Hoje, uma década depois, como poderíamos imaginar o que viria? A história é mesmo cheia de ironias, às vezes com sabor pra lá de amargo.

No ano seguinte, em 2014, a presidenta Dilma Rousseff conseguiu ser reconduzida ao cargo numa corrida eleitoral já muito polarizada e não chegaria ao fim do segundo mandato. Infelizmente, o Brasil nos últimos anos deixou de ser considerado para homenagens no plano internacional culturalmente e comercialmente relevantes como a Feira do Livro de Frankfurt (mas agora acredito que já podemos voltar a vislumbrar melhores perspectivas).

---

<sup>123</sup> Trabalhei no projeto Frankfurt em 2012 e 2013 e isso incluiu a participação na equipe que organizou a homenagem ao Brasil também na Feira Internacional do Livro de Bogotá, à qual estive presente.

## Com que roupa eu vou?

Chegamos à Alemanha em desacordo a respeito de nossa própria história. Parecíamos “sem cabimento”. Era como se não coubéssemos mais em nós mesmos. As roupas com que nos vestíamos também pareciam desajustadas, apertadas, mas ainda não tínhamos roupa nova para a festa. Já não sabíamos o que vestir para o momento de gala. Isso foi ficando cada vez mais claro à medida que a data da Feira se aproximava, nos eventos preparatórios<sup>124</sup>.

Em 2012, a festa em Bogotá havia funcionado muito bem (os colombianos pareciam amar literatura e têm muito orgulho de seu Prêmio Nobel obtido pelo talento de Gabriel García Márquez). O primeiro baque, entretanto, aconteceu em março de 2013, na própria Alemanha, em Leipzig, tendo como carro-chefe a imprensa local, que acompanhou a divulgação da comitiva de autores escalada pelo governo brasileiro como representativa de nossa literatura, composta por cerca de 70 autores<sup>125</sup>. Os alemães foram diretos em seu questionamento: por que não havia negros e indígenas na comitiva? Ninguém previra essa pergunta; ouvi gente comentando que o questionamento era “descabido” porque não tínhamos escritores indígenas no Brasil. No jornal *Valor Econômico*, pudemos ler:

Mal se anunciou a lista dos 70 autores que vão integrar a delegação oficial do Brasil como país homenageado na Feira do Livro de Frankfurt, do dia 9 ao 13 [de outubro], e uma jornalista estrangeira, presente na coletiva de imprensa na Alemanha, fez a pergunta que causou surpresa, mas nunca será improvável: “Onde estão os autores índios?” (AGUIAR, 2013)<sup>126</sup>.

Embora esse trecho não cite, os questionamentos também foram, desde o início, levantados a respeito da representatividade negra, além da indígena. Essa primeira repercussão na Alemanha deu o tom da cobertura que viria nos meses seguintes, até o último dia, inclusive em sites e blogs engajados em questões raciais e étnicas. Naquela

---

<sup>124</sup> Tive também essa sensação de “falta de cabimento” a respeito do Brasil ao ver em Frankfurt o espetáculo *Puzzle*, de Felipe Hirsch, que reuniu trechos de autores brasileiros para falar do país. A peça, apresentada como parte da extensa e ótima programação cultural levada à Frankfurt, lançava-nos diante da crueldade de nossa realidade, como no monólogo de um policial relatando as atrocidades que cometia. Sobre o espetáculo, ler mais neste link: <https://redeglobo.globo.com/globoteatro/reportagens/noticia/2013/10/peca-inedita-de-felipe-hirsch-ter-sessao-especial-na-feira-de-frankfurt.html>.

<sup>125</sup> O texto oficial pode ser encontrado no seguinte link, com acesso para a lista dos autores selecionados para a comitiva principal: <https://bookcenterbrazil.wordpress.com/2013/03/14/brasil-divulga-lista-de-autores-convidados-para-a-feira-do-livro-de-frankfurt-2013/>. Acesso em 23 jul 2023.

<sup>126</sup> Disponível em: [https://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/\\_ed766\\_brasil\\_em\\_edicao\\_revista\\_e\\_ampliada/](https://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/_ed766_brasil_em_edicao_revista_e_ampliada/). Acesso em 23 jul 2023.

primeira lista, segundo o consenso que se criou no momento e foi noticiado pelos jornais, havia somente um negro, Paulo Lins, autor, entre outras obras, de *Cidade de Deus*, e um indígena, Daniel Munduruku, também um autor premiado, então com cerca de 30 obras que retratam a vida, os costumes de seu povo e a memória da aldeia, assim como dilemas de identidade. Munduruku, militante da causa indígena e Doutor em Educação pela Universidade de São Paulo (USP), já era desde o início dos anos 2000 o líder de um movimento pioneiro de autores de diversos povos originários do Brasil, que se reuniam em encontros literários anuais no Rio de Janeiro<sup>127</sup>.

O fato de ter se afirmado que havia somente um negro incomodou o escritor Férrez, de Capão Redondo, periferia de São Paulo, que integrou a comitiva oficial. Filho de pai negro, ele reivindicou em entrevista à *Folha de S. Paulo*: “Sou mais negro que ele [Paulo Lins], falo mais do negro que ele. Ser negro não é só raça ou melanina, é atitude política perante o mundo” (MACHADO; COZER, 2013b). Depois de março, outros autores negros foram convidados a participar de atividades preparatórias à feira de outubro na Alemanha.

No Festival Internacional de Literatura de Berlim, realizado em setembro, o Brasil levou escritores que não se encontravam na comitiva anunciada em março. Um outro perfil foi adotado para a curadoria, como lemos no balanço do *Valor*:

Esse “outro perfil” que desejavam deveria conter “uma literatura mais de ruptura, ousada, experimental ou performática”, conta [Manuel da] Costa Pinto, o curador literário. Entre os nomes, incluem-se os que abordam tanto na prosa quanto na poesia questões de cor e etnia, como Ana Maria Gonçalves, Paulo Scott e Ricardo Aleixo<sup>128</sup> (...). A maioria seguiu depois num giro por outras cidades, inclusive Frankfurt (AGUIAR, 2013).

---

<sup>127</sup> Os encontros ocorriam anualmente no Salão do Livro Infantil e Juvenil, promovido pela Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ). Muitos autores indígenas começaram a se destacar com a chancela da FNLIJ. Também eram promovidos concursos literários entre os indígenas.

<sup>128</sup> A escritora Ana Paula Maia não é citada nesse trecho, mas ela conta como foi sua participação em 2013 no Festival de Berlim no seu blog. Disponível em:

<http://anapaulamaiaescritora.blogspot.com/2013/10/alemanha-2013.html>. Acesso em 07 fev 2020.

Sobre seu posicionamento, ver o comentário da escritora Cidinha da Silva, que contou ter tido o primeiro contato com Maia em 2013, justamente na época da polêmica sobre a questão racial na Feira de Frankfurt. Silva lembra que as livrarias, hoje, criam nichos para autoras negras, e questiona qual deve ser o lugar de Maia, inclusive diante do Movimento Negro: “Ana Paula Maia é negra, isso é inequívoco, tanto para nós que a observamos, lemos e admiramos, quanto para ela mesma, contudo, diferente de outras autoras negras, APM não se reivindica negra, não é um ponto de sua vida e trajetória que ela fique demarcando. Em decorrência da compreensão da forma como ela se situa no sistema literário, perde sentido a afirmação de que um livro de sua autoria poderia vender mais porque ela é uma autora negra. APM não se vale desse bônus, tampouco o mercado cola essa etiqueta em sua obra” (SILVA, 2019). Destaco o comentário pois demonstra a complexidade da questão.

A discussão encontrou múltiplos pontos de vista, caso de Pires (2013), que argumentou na *Revista Serrote* que o questionamento a respeito da presença de autores indígenas correspondia, na verdade, a uma imagem de exotismo nutrida pelos alemães sobre o país. “Esqueceram de avisar a eles que aqui tem voz a dar com o pau, mas que só poucos podem e sabem falar. E que o suposto equívoco no perfil da delegação brasileira – branca, urbana, predominantemente do sul do país – é um acerto involuntário, quase um ato falho da curadoria”, escreveu o jornalista e crítico. O trecho faz referência ao lema adotado no evento pelo Brasil, “um país de muitas vozes” (lema que havia sido escolhido em 2012, antes das polêmicas), para indicar a pluralidade e a diversidade da nossa cultura, justamente o que estava sendo questionado na curadoria.

Sendo ou não um acerto ou erro involuntário, a polêmica em torno questão racial não arrefeceu, a ponto de a então ministra da Cultura, Marta Suplicy, precisar reiterar em algumas ocasiões que a comitiva havia sido montada seguindo critérios estéticos e não étnicos, como destacou o jornal *O Globo*:

O critério não foi étnico, e eu achei os critérios usados corretos. Primeiro a qualidade estética e, depois, autores que tivessem livros traduzidos em língua estrangeira — disse Marta [Suplicy]. — Toda lista tem sempre um recorte que provoca discussão. O Brasil vive um momento de transformação, o que vai permitir que, nas próximas gerações, tenhamos um número maior de negros participando. Hoje, infelizmente, não temos. (MEIRELES, Maurício. *Jornal O Globo*, 5/10/2013)<sup>129</sup>.

A própria Feira de Frankfurt, como explicou a comitiva brasileira, havia solicitado que se escolhessem preferencialmente autores com livros traduzidos na Alemanha. No Portal Geledés<sup>130</sup>, é possível ler a tradução feita na época de artigo do jornal alemão *Süddeutsch Zeitung* com o título “Racismo embutido”, assinado por Michaela Metz, reunindo a repercussão negativa causada pelas declarações da ministra da Cultura. O argumento apresentado é que a adoção apenas de critérios técnicos para a escolha dos autores seria inconstitucional e ilegal, dando margem a “vexames internacionais”. O texto cita comentários do blog do advogado Humberto Adami:

Ainda no artigo publicado em seu blog, o advogado Humberto Adami ressalta: “Uma rápida pesquisa na internet nos informa

---

<sup>129</sup> A reportagem do jornal *O Globo*: <https://oglobo.globo.com/cultura/marta-suplicy-nao-foi-usado-criterio-etnico-na-lista-de-frankfurt-10223529>. Acesso em 23 jul 2023.

<sup>130</sup> Ver *Geledés* - Instituto da mulher negra: “Racismo embutido”. Disponível em <https://www.geledes.org.br/140-tons-de-marrom-e-os-criterios-tecnicos-da-escolha-de-autores-brasileiros-pela-funarte-para-irem-a-feira-de-livros-em-frankfurt-por-michaela-metz/>. Acesso em 23 jul 2023.

que em 2011 foi lançada pela Fundação Biblioteca Nacional<sup>131</sup> a coletânea *Literatura e Afrodescendência no Brasil: Antologia Crítica*, que reúne, em quatro volumes, textos de 100 escritores negros, do século 18 aos dias atuais. A Fundação Biblioteca Nacional também está sob o comando da ministra Marta. Entre os autores, há nomes como Machado de Assis, Cruz e Souza e Lima Barreto, e, entre os contemporâneos, Nei Lopes, Joel Rufino dos Santos e Muniz Sodré. Abdias Nascimento, Cidinha Silva, Ana Maria Gonçalves podem ser lembrados. Achei ainda o nome de Conceição Evaristo, doutora em Literatura comparada, (...) com obras publicadas nos Estados Unidos. Anos atrás, andando em Washington, trombei, estupefato, com uma exposição em homenagem a Carolina Maria de Jesus. A ministra Marta Suplicy pode se informar sobre quem foi, e quantos livros publicou. Ou contratar uma assessoria mais eficiente.”/ O internacionalmente renomado fotógrafo Januário Garcia nos lembra que Moema Parente Augel, da Universidades de Bielefeld, na Alemanha, há muitos anos trabalha com a literatura afrobrasileira, inclusive tem vários livros de escritores negros brasileiros traduzidos para o alemão. (METZ, *Geledés*, 7/10/2013).

Frankfurt também precisou se posicionar a respeito. O diretor da Feira do Livro, Jürgen Boos, destacou ao veículo *Deutsche Welle*<sup>132</sup>: “Não sei quantas centenas de etnias há no Brasil. Mas há outros critérios, como o reconhecimento que o autor tem no país, se ele já foi traduzido, o que é importante, e a forma como ele representa a nação, a língua”. Segundo ele, “sempre há os que são deixados de fora, mas isso não é racismo”. A polêmica estava longe do fim.

### **Discurso histórico na abertura do evento**

A água no caldeirão, portanto, já estava começando a ferver quando a Feira do Livro de Frankfurt começou em outubro, mas ainda não se tinha ideia do “tapa na cara da sociedade” (dado com muito talento, aliás), na sessão solene de abertura, que levaria a temperatura a subir ainda mais. Dessa vez, o protagonista foi o escritor Luiz Ruffato, convidado a discursar oficialmente representando o país.

A sessão de abertura em geral conta com a participação dos presidentes da República da Alemanha e do país convidado. A presidenta Dilma Rousseff enviou em seu lugar o vice Michel Temer, que se sentou na plateia da solenidade ao lado da ministra

---

<sup>131</sup> A coletânea foi lançada em evento na Fundação Biblioteca Nacional, mas conta com edição da Editora da UFMG.

<sup>132</sup> “Feira de Frankfurt nega racismo na seleção de escritores brasileiros”. Disponível em <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/deutsche-welle/2013/10/01/feira-de-frankfurt-nega-racismo-na-selecao-de-escritores-brasileiros.htm?next=0001H4503U48N>. Acesso em 23 jul 2023.

Marta Suplicy. Além das autoridades políticas, a literatura homenageada é representada por dois escritores de expressão no contexto das relações culturais com a Alemanha. Ruffato, autor brasileiro muito estudado no exterior, foi um dos escolhidos<sup>133</sup> porque seus livros, publicados em alemão, estavam encontrando ótima acolhida no país, inclusive com prêmios. Ambos devem proferir um discurso sobre a literatura brasileira. O auditório da solenidade lotou e muitos escritores brasileiros estavam presentes (nem todos da comitiva oficial).

Os discursos dos escritores haviam, provavelmente, sido enviados com antecedência à equipe organizadora, mas poucos tiveram acesso ao teor. Eu só soube o que Ruffato havia escrito no dia da solenidade, lá em Frankfurt, quando ele próprio leu seu contundente texto ao público. Pude me surpreender junto com a plateia. As reações foram veementes, contraditórias, apaixonadas, divergentes. Hoje eu me pergunto se um governo autoritário tentaria algum tipo de censura; acredito que Ruffato nunca teria aceitado ir à Alemanha se isso houvesse acontecido (só que governos autoritários nem reconhecem o valor da literatura, nem haveria homenagem etc... mas voltemos à festa).

O texto lido por Ruffato à plateia internacional, no meu entender, é uma pequena obra-prima do “gênero discurso”. Encontra-se disponível na internet, com seu conteúdo reproduzido em diferentes veículos e línguas e o vídeo de sua fala também disponível. Ouvi-lo hoje, dez anos depois, me faz pensar que possuía algo de premonitório na maneira como foi redigido; o país dos preconceitos, do racismo, da violência, da misoginia, da censura, do autoritarismo ficou exposto diante de nós enquanto ouvíamos o escritor. Ainda não concebíamos claramente a expressão corrosiva e bastante concreta que essas forças negativas viriam a ter muito em breve na sociedade, mas em poucas palavras Ruffato nos propiciou entrar em contato com a terrível face de nossa história e realidade.

O escritor demonstrou que as palavras podem de fato modificar rumos, como os da sua vida sua naquele momento e os do próprio evento - e no discurso reiterou como o encontro com a literatura, que se deu de maneira fortuita, havia transformado sua vida, até que se tornasse escritor. Improvável para uma festa oficial celebratória, seu discurso foi a melhor homenagem que a literatura brasileira poderia ter recebido. Começou com uma pergunta sobre sua identidade:

O que significa ser escritor num país situado na periferia do mundo, um lugar onde o termo “capitalismo selvagem” não é uma metáfora, mas expressão concreta de que a vida da maioria de seus duzentos milhões de habitantes vale pouco, quase nada?

---

<sup>133</sup> O outro autor foi Ana Maria Machado, na época presidente da Academia Brasileira de Letras (ABL).

Para mim, escrever é compromisso. Não há como renunciar à fatalidade de habitar os limiares do século XXI, de escrever em português-brasileiro, de viver em um território chamado Brasil. Fala-se em globalização, mas as fronteiras caíram para as mercadorias, não para o trânsito das pessoas. Proclamar nossa singularidade é uma forma de resistir à tentativa autoritária de aplinar as diferenças. (RUFFATO, 2013).

O escritor, que retrata em seus livros a classe operária brasileira, como na pentalogia *O inferno provisório*<sup>134</sup>, foi incisivo:

Nascemos sob a égide do genocídio. Dos quase quatro milhões de índios que existiam em 1500, restam hoje cerca de 600 mil, boa parte vivendo em condições miseráveis em assentamentos de beira de estrada ou até mesmo em favelas nas grandes cidades. Avoca-se sempre, como signo da tolerância nacional, a chamada “democracia racial” brasileira, mito corrente de que não teria havido dizimação, mas “assimilação” dos autóctones. Esse eufemismo, no entanto, serve apenas para acobertar um fato indiscutível: se parte da população é miscigenada, deve-se ao cruzamento de homens europeus com mulheres indígenas ou africanas – ou seja, a “assimilação” se deu através do estupro das nativas e negras pelos colonizadores brancos. (RUFFATO, 2013).

Esse foi possivelmente o trecho de maior repercussão na imprensa nas reportagens sobre o discurso. Ruffato já apontava em sua fala a cisão entre os brasileiros, o sentimento de ódio e de aniquilação que sentem uns em relação aos outros e que os torna também solitários. Afirmou que a “história do Brasil vem sendo alicerçada, quase exclusivamente, na negação explícita do outro, por meio da violência e da indiferença”.

Sobre a escravidão, lembrou que, até hoje, “a grande maioria dos afrodescendentes continua confinada na base da pirâmide social”. Destacou que “raramente são vistos entre médicos, dentistas, advogados, engenheiros, executivos, artistas plásticos, cineastas, jornalistas, escritores”. Um país intolerante, racista, machista, misógino, covarde com suas crianças vítimas de violência e com altas taxas de assassinato de homossexuais. Em tempos de excessivo narcisismo e individualismo, ainda de acordo com o escritor, quem nos é estranho mais do que nunca vem sendo visto como ameaça:

Voltamos as costas ao outro – seja ele o imigrante, o pobre, o negro, o indígena, a mulher, o homossexual – como tentativa de nos preservar, esquecendo que assim implodimos a nossa própria condição de existir. Sucumbimos à solidão e ao egoísmo e nos negamos a nós mesmos. Para me contrapor a isso escrevo: quero

---

<sup>134</sup> Dalcastagnè (2012; edição digital) destaca que Ruffato pode servir como uma exceção dentro da literatura brasileira contemporânea por retratar o trabalhador por um olhar próximo, não distanciado: o autor “busca justamente marcar estas nuances, compondo um quadro sensível e diversificado do mundo do trabalho no Brasil nas últimas décadas”.

afetar o leitor, modificá-lo, para transformar o mundo. Trata-se de uma utopia, eu sei, mas me alimento de utopias. Porque penso que o destino último de todo ser humano deveria ser unicamente esse, o de alcançar a felicidade na Terra. Aqui e agora. (RUFFATO, 2013).

As reações na plateia foram contraditórias, especialmente entre o público brasileiro, mas uma boa parte aplaudiu, muitos de pé e com entusiasmo. Depois, não se falava em outra coisa: teria sido correto vir ao exterior expor mazelas de seu próprio país? Alguns escritores, inclusive alguns com histórico de luta contra a ditadura, mostraram-se revoltados: diziam se sentir traídos em sua trajetória para levar o Brasil ao mundo. Um autor havia se exaltado muito enquanto o discurso ocorria e chegou a passar mal a ponto de precisar de atendimento médico (mas é difícil fazer essa ligação tão direta a respeito do impacto da fala). Escritores acostumados ao público internacional comentavam que, quando em viagem no exterior, não criticavam o país. Não aceitavam essa postura. Quando encontrei na Feira o escritor Daniel Munduruku (sobre quem eu havia escrito na grande imprensa pela primeira vez em 2004<sup>135</sup>), não tive como deixar de perguntar sua opinião. Com a suavidade que lhe é peculiar, não hesitou porém: “Eu teria muito mais a falar!”.

O que mais ainda poderia acontecer na sessão solene depois de Ruffato? Ora, ainda faltava o discurso de Michel Temer... A impressão deixada é que o (então improvável) futuro presidente da República pareceu falar de improviso e lembrou que era ele próprio era escritor, autor de um livro de poesia. Disse que a literatura também havia mudado sua vida etc. De certa forma parecia querer se contrapor a Ruffato, de maneira um pouco tragicômica. O resultado: a plateia o saudou com uma estrondosa vaia, puxada pelo setor brasileiro. Quando me lembro desse momento humilhante também não esqueço

---

<sup>135</sup> Em 6 de março de 2004, publiquei a reportagem “Índio Cidadão” no suplemento Prosa e Verso, do *Jornal O Globo*, que pode ser lida no seguinte link do Instituto Sócio-Ambiental (ISA): <https://acervo.socioambiental.org/acervo/noticias/jornal-o-globo-destaca-materia-sobre-novo-espaco-ocupado-pelo-movimento-indigena>. Acesso em 23 jul 2023. No comentário inicial, o site destaca: “O *Jornal o Globo* destacou no sábado, 06/03, no caderno Prosa & Verso, matéria extensa da jornalista Rachel Bertol, sobre “um espaço inédito na sociedade” ocupado pela força do “movimento indígena” e a produção intelectual dos índios, depois de “uma difícil convivência” nos últimos 500 anos com a sociedade ocidental. Na capa o caderno destaca as fotos do coordenador geral da Coiab, Jecinaldo Barbosa Cabral; da advogada Joênia Wapichana, do Conselho Indígena de Roraima; da coordenadora da Articulação dos Povos Indígenas do Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo (Apoimne), Maninha Xucurú; e do líder asháninka Isaac Pinhanta. Na página 02, o caderno ressalta a produção intelectual do índio Daniel Munduruku, e nas páginas 03 e 04 o caderno transcreve artigos e depoimentos dos antropólogos Henyo Barreto Filho, da Universidade de Brasília, Antônio Carlos Lima e João Pacheco de Oliveira, do Museu Nacional (UFRJ)./ Ao comentar a cobertura de “O Globo”, o professor João Pacheco afirma: “não me recorro de nenhuma outra ocasião que um veículo da “grande imprensa” tenha dedicado tanto espaço de jornal para falar sobre índios (fora situações de massacres e conflitos muito graves)”.

que uma de suas primeiras medidas, como presidente da República pós-golpe, em 2016, foi justamente tentar dismantlar o Ministério da Cultura, que entrou em período de declínio, a ponto de ser extinto no governo seguinte e só este ano ser restabelecido (mas, de novo, reconheço que é difícil fazer essa ligação tão direta a respeito do impacto da fala).

## **Desmontes**

De acordo com Pardo (2014), feiras internacionais do livro funcionam como “uma metáfora do campo editorial de uma nação a nível mundial: um espaço de lutas para adquirir posições de maior centralidade, num cenário de ampla repercussão internacional, para escritores, tradutores e agentes literários e para as instituições”. Sendo uma chance de exercitar um tipo de diplomacia simbólica, os organizadores destacaram que o evento na Alemanha teria sido positivo ao ajudar “a quebrar clichês” a respeito do Brasil (PARDO, 2014). Houve, de fato, uma real vontade de que isso acontecesse, como ficou explícito no pavilhão artístico, com uma grande exposição cenográfica sobre a literatura brasileira montada na sede da Feira do Livro de Frankfurt, com curadoria de Daniela Thomas e Marcelo Tassara, como tijolos brancos de papelão.

Em texto no *Observatório da Imprensa*, Oliveira (2013) assinala: “Ninguém esperava, de um país tão colorido, a predominância da cor branca: nas paredes curvas, nas grandes mesas ao estilo das marquises de Oscar Niemeyer, nas estantes das prateleiras de exibição. (...) o branco estava lá, inquietante como um baixo contínuo”. Essa tentativa respondia aos anseios do mercado editorial do país, na medida em que a literatura brasileira contemporânea, em geral, se afasta de estereótipos de exotismo e aborda temas e dilemas urbanos da contemporaneidade. Por outro lado, os clichês também foram quebrados por força das circunstâncias, apesar da institucionalidade (escapando a esta, inclusive), gerando polêmica, como aconteceu em relação ao discurso de Ruffato e à polêmica em torno da comitiva de autores.

Durante a Feira, ainda, um grupo de escritores lançou um manifesto contra a violência policial nos protestos de professores em greve no Brasil<sup>136</sup> e evangélicos brasileiros abordavam pessoas no evento para fazer pregação. Até a imagem de “país

---

<sup>136</sup> Ver “Escritor brasileiro lança manifesto em Frankfurt contra violência policial nos protestos no Brasil”: <http://www.rfi.fr/br/brasil/20131008-escriptor-brasileiro-lanca-manifesto-em-frankfurt-contra-violencia-policial-nos-prote>. Acesso em 23 jul 2023.

alegre” foi motivo de questionamento em coletiva de imprensa, no balanço do evento publicado na *Folha de S. Paulo*:

A jornalista estrangeira perguntou, (ingênua) e meio espantada: ‘Eu achava que o Brasil era um país alegre, mas ontem ouvi o Paulo Lins dizer que vocês são tristes. Vocês são alegres ou tristes?’. ‘Somos os dois’, respondeu o presidente da Biblioteca Nacional, Renato Lessa. (MACHADO; COZER, 2013a).

A homenagem de 2013 foi a segunda recebida pelo país da Feira do Livro de Frankfurt. A primeira ocorrera em 1994, quando a literatura brasileira circulava ainda menos no exterior. Duas décadas depois, com o desenvolvimento do país a partir do Plano Real<sup>137</sup> e o aprofundamento da globalização, as trocas culturais já pareciam ser um pouco mais intensas. Se em 1994 o evento propiciou a visibilidade dos escritores lá presentes, em 2013 o palco foi aberto aos desmontes. Penso que hoje seria improvável um evento literário internacional tão relevante não comportar uma sólida representatividade de autores negros, indígenas, de mulheres e LGBTQIA+. A questão da representatividade de gênero também chegou a ser levantada na época. Bernardo Carvalho, autor de *Nove noites* e de outros livros relevantes na literatura contemporânea brasileira, era lembrado como um dos poucos homossexuais na comitiva oficial. Nesse sentido, a homenagem ao Brasil em Frankfurt, no ano de 2013, pode ser considerada um ponto de virada na maneira como o segmento editorial (curadores, críticos, imprensa, editores, escritores, livreiros) passaria a tentar se ver espelhado em sua literatura e cultura; de alguma forma, não seríamos mais os mesmos depois daquela homenagem. Realizar essa passagem não foi fácil.

Durante o evento, “os desmontes [a respeito do Brasil] foram se acumulando” (OLIVEIRA, 2013). O diretor da Feira, Jürgen Boos, mostrou-se sensível a esse processo, como deixou transparecer em sua fala no encerramento: “O que vivemos aqui, nessa semana, foi a força da literatura, uma força destruidora, o Brasil conseguiu se afastar de todos os clichês. Seu poder destrutivo quebrou os clichês” (apud OLIVEIRA, 2013). Nesse quadro, o escritor convidado a proferir o discurso de encerramento foi Paulo Lins, representante negro que não teve como deixar de tocar na questão do racismo. A solenidade de encerramento é menor que a de abertura, todavia bastante simbólica e importante. A fala de Lins transcorreu sob tensão e expectativa devido às polêmicas acumuladas desde as etapas preparatórias. O portal *GI* destacou:

---

<sup>137</sup> Para um panorama do desenvolvimento do mercado editorial nesse período, com uma análise sobre a função das curadorias literárias em consonância com os meios de comunicação, ver o Bertol; Vieira (2015).

Lins esclareceu que a lista dos escritores feita pelo governo do país “reflete racismo porque existem poucos negros inseridos no mercado [editorial]”. Segundo ele, a seleção dos autores mostra o preconceito em geral que há no Brasil, mas não considera a escolha, de fato, preconceituosa. “Porque aqui não é uma feira de representação do Brasil. É uma feira do mercado do Brasil. A maioria dos escritores que vieram para cá têm livros traduzidos para cá. Então era uma seleção de escritores que poderiam ser vendidos na feira. Não é uma apresentação política, é uma representação comercial”, justificou. (FREITAS, 2013).

O fato é que, desde então, passou a haver menos invisibilidade de escritores negros, indígenas e de outros grupos sociais historicamente à margem dos circuitos de produção em eventos editoriais de projeção midiática. Essa virada teria sido resultado também de um trabalho da “comunidade de leitores”, na acepção de Chartier (1998)? Segundo o autor, uma das características da “comunidade de leitores” seria a impossibilidade de domá-la, apesar das imposições de toda uma cadeia de produção e mesmo da vontade dos autores: “a leitura é, por definição, rebelde e vadia” (CHARTIER, 1998, p. 7). Na dialética entre imposição e apropriação, esta desafia as limitações e encontra sua liberdade, sabendo “se desviar e reformular as significações que a reduziram” (1998, p. 8). Na literatura, assim como no trabalho cotidiano de memórias na vida política, social e cultural (ver HUYSSSEN, 2000), em que se engajam escritores de origem negra e indígena, nem sempre há “reflexos harmoniosos” entre autor e públicos, mas construção (e embates) constantes. Afinal, que país é este?

### Referências bibliográficas

- AGUIAR, Josélia. Brasil em edição revista e ampliada. **Valor Econômico**. 1 out 2013. Disponível em [https://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/\\_ed766\\_brasil\\_em\\_edicao\\_revista\\_e\\_ampliada/](https://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/_ed766_brasil_em_edicao_revista_e_ampliada/). Acesso em 23 jul 2023.
- BERTOL DOMINGUES, Rachel; VIEIRA, Itala Maduell. O circuito do livro: Formas de acesso à literatura na contemporaneidade. **Revista Brasileira de História da Mídia**. v. 4, n. 2, 2015.
- CHARTIER, Roger. **A ordem dos livros: Leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1998.
- DALCASTAGNÈ, Regina. **Literatura brasileira contemporânea: um território contestado**. (edição eletrônica). Vinhedo: Editora Horizonte; Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2012.
- FREITAS, Raquel. Paulo Lins discursa no encerramento da Feira do Livro de Frankfurt. **Site G1**. 13 out 2013. Disponível em: <https://acervo.racismoambiental.net.br/2013/10/13/paulo-lins-discursa-no-encerramento-da-feira-do-livro-de-frankfurt/>. Acesso 23 jul 2023.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória**: arquitetura, monumentos e mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

MACHADO, Cassiano Elek; COZER, Raquel. Diretor da Feira de Frankfurt diz que evento destruiu imagem de Brasil colorido. **Folha de S. Paulo**. 12 out 2013 (a). Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/10/1355779-diretor-da-feira-de-frankfurt-diz-que-evento-destruiu-imagem-de-brasil-colorido.shtml>. Acesso em 23 jul 2023.

MACHADO, Cassiano Elek; COZER, Raquel. “Negro não é só melanina, é atitude política”, diz Férrez em Frankfurt. **Folha de S. Paulo**. 12 out 2013 (b). Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/10/1355775-negro-nao-e-so-melanina-e-atitude-politica-diz-ferrez-em-frankfurt.shtml>. Acesso em 23 jul 2023.

METZ, Michaela. **Racismo embutido**. Artigo do Süddeutsch Zeitung traduzido em Geledés. 7 out 2013. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/140-tons-de-marrom-e-os-criterios-tecnicos-da-escolha-de-autores-brasileiros-pela-funarte-para-irem-a-feira-de-livros-em-frankfurt-por-michaela-metz/>

OLIVEIRA, Daniela Naves de. Do caráter destrutivo ao país sem nenhum caráter. **Observatório da Imprensa**. Edição 769, 22 out 2013. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/\\_ed769\\_do\\_carater\\_destrutivo\\_ao\\_pais\\_sem\\_nenhum\\_carater/](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/_ed769_do_carater_destrutivo_ao_pais_sem_nenhum_carater/). Acesso em 23 jul 2023.

PARDO, Carmen Villarino. As feiras internacionais do livro como espaço de diplomacia cultural. **Revista de Literatura Brasileira**. Brown University, n. 50, ano 27, 2014.

PIRES, Paulo Roberto. Cadê o índio que estava aqui? **Revista Serrote (IMS)**. Disponível em: <https://www.revistaserrote.com.br/2013/10/cade-o-indio-que-estava-aqui-por-paulo-roberto-pires/>. Outubro de 2013. Acesso em 23 jul 2023.

RUFFATO, Luiz. Discurso de abertura da Feira do Livro de Frankfurt - 2013. **Rascunho e Youtube**. Disponível em <https://rascunho.com.br/liberado/discurso-em-frankfurt/> e [https://www.youtube.com/watch?v=tsqczIX5\\_6E](https://www.youtube.com/watch?v=tsqczIX5_6E). Acesso em 23 jul 2023.

SILVA, Cidinha da. Ana Paula Maia vende livros porque é negra, ou nos lembramos que ela é negra como justificativa às vendas marcantes? **Medium**. 23 jul 2023. Disponível em: <https://medium.com/@cidinhadasilva/ana-paula-maia-vende-livros-porque-%C3%A9-negra-ou-nos-lembramos-que-ela-%C3%A9-negra-como-justificativa-%C3%A0s-48e298461962>. Acesso 23 jul 2023.

# **Rearticulaciones editoriales creativas en el Fondo Documental de Arte Correo del Centro de Arte Experimental Vigo**

Natalia Aguerre  
Clarisa López Galarza  
Julio Lamilla

Este artículo propone la visibilización y reflexión del proceso de trabajo que desarrolla el Colectivo de Investigación en Arte Correo y Comunicación a Distancia, en el *Fondo Documental de Arte Correo* del Archivo del Centro de Arte Experimental Vigo (La Plata, Argentina), para la organización y re-articulación creativa de piezas documentales de artecorreístas provenientes de puntos diversos del planeta que han mantenido comunicación con el artista platense Edgardo Antonio Vigo durante el último tercio del siglo XX. En función de la labor de identificación, ordenamiento, catalogación y difusión de dichos materiales, nos centraremos en las poéticas de construcción insertas en el medio postal, desplegadas en postales, estampillas, sellos, revistas ensambladas, entre otros dispositivos de exploración. En primer lugar, se presentarán las preguntas vertebradoras de la labor, los criterios topográficos de organización, así como también los avances y desafíos que han tenido lugar. A partir de este trabajo –que se encuentra aún en proceso-, se indagará en la cualidad experimental de las materialidades y soportes utilizados en los intercambios de Arte Correo, con la intención de plantear cómo esta experiencia estética puede comprenderse como un medio no convencional de producción de sensibilidades, que el Colectivo de Trabajo prolonga en una labor de creación/investigación. Por último, nos detendremos en los modos de abonar al desarrollo de estrategias de difusión de este quehacer ahondando no sólo en los contenidos y temáticas centrales de la práctica en cuestión, sino también en las materialidades y procedimientos puestos en juego en estos intercambios. En este sentido, analizaremos propuestas editoriales de divulgación y experimentaciones de soportes, que resuenan y proyectan en la labor de este equipo de producción e investigación.

### **A modo de inicio...**

El archivo del artista-hacedor Edgardo Antonio Vigo (1928-1997) ubicado en la ciudad de La Plata, Argentina, se gesta desde la acumulación de producciones y documentos artísticos, producto del orbitar sostenido por Vigo, durante la segunda mitad del S.XX, por labores y actividades tales como la docencia, la crítica en periódicos, el ensayo sobre las teorías del arte contemporáneo, el intercambio en arte correo, trabajando incansablemente en la creación de objetos poéticos, poesía visual, máquinas inútiles, gráfica expandida, performance, xilografías y editando revistas. Como manifiestan Jimena Ferreiro y Sofía Dourron, sus actos creativos constituyeron “un todo orgánico en el cual no existía separación alguna entre el conocimiento, la práctica artística, y la vida” (Dourron, y Ferreiro, 2016, p. 47).

En toda su complejidad y plenitud, la obra de este artista - inserta en los flujos del arte correo- pone en crisis a la institucionalización del arte y los roles de creador y espectador mediante experiencias colaborativas, que activaban la participación del espectador y al espacio público como escenario para la acción. En este sentido, Vigo generó una práctica de colectivización de las producciones estéticas que ampliaba las formas tradicionales de exposición. Podríamos definir a Vigo como un realizador que trabajó con los materiales disponibles para la configuración de sus poéticas, como un coleccionista de todo aquello que le interesaba, como un comunicador que construyó, editó, e hizo circular por medios alternativos, narrativas visuales y textuales, y como un archivista que, a modo de los usos benjaminianos de la cita, utilizó la materia que la realidad le proponía para constituir desde allí un arte múltiple.

El artista platense llevó adelante, mediante el intercambio de arte correo, la acción de atesorar materialidades: objetos, imágenes, y textos en diversos soportes, lo que posibilita indagar en sus vínculos con artistas e intelectuales del orbe, realizar cruces con la cultura literaria y visual. Al observar la acumulación de recortes de diarios, revistas, catálogos, críticas, cartas epistolares, postales, anotaciones personales, textos de conferencias, fotografías, entre otras, se esgrime un modo relacional de búsquedas y lecturas que reclaman un desplazamiento de la percepción; es decir, una manera de vinculación con la documentación que se impone de forma multimodal, ya que no solo se limita a interpretar las narrativas sino que acusa la transmediación de los relatos para la comprensión de ellos y la adquisición de un conocimiento de las experiencias lo más acabado posible (Scolari, 2017). Esto estimula a cierto tipo de receptores a una táctica de

lectura casi detectivesca donde se debe “reunir todas las piezas del puzle, saber dónde termina la obra, si es que la obra termina” (MORA, 2012, p. 15).

Antes de su fallecimiento, Vigo dejó este acervo en custodia legal a la Fundación Centro de Artes Visuales (espacio en donde expuso en la ciudad de La Plata por última vez), la cual creó el Centro de Arte Experimental Vigo -CAEV-, una organización sin fines de lucro, que realiza tareas de conservación, catalogación, difusión e investigación de estos materiales que poseen un valor incalculable por ser ejemplares únicos, así como de un amplio rango de artistas de Argentina y del mundo: desde artistas curiosos y autodidactas a artistas consagrados por el sistema de arte.

En busca de una política de puesta en común del conocimiento, desde el año 2013 en el CAEV, equipos voluntarios de investigadores desarrollan labores archivísticas para resguardar y poner a disposición de su consulta, el archivo del artista platense. En virtud de exponer dichas prácticas, la intención de este artículo es dar cuenta de este proceso de trabajo, a partir de las acciones y particularidades de una parte del archivo: *el Fondo Documental de Arte Correo*.

### **Debates sobre cómo pensar un archivo**

Desde los años '90, la problemática de las prácticas archivísticas y el papel que cumple en la cultura ha sido explorado y analizado en publicaciones, encuentros académicos, como también en muestras e instalaciones. En estos contextos, la cuestión del archivo se analiza desde dos enfoques: por un lado, desde la organización de la documentación, protección y difusión del patrimonio cultural habiendo sido éste, el sitio legitimado por la Historia. De este núcleo se desprende el estudio de la “dimensión colonialista” de los archivos, en términos de la vinculación con los discursos hegemónicos (VERÓN, 1987), los cuales se sistematizan mediante normas consensuadas por la vigilancia y el ejercicio del poder para la conservación de un patrimonio cultural. En palabras de Muñoz Iglesias (2017, p.63):

Más allá de las múltiples genealogías posibles de la relación entre arte y archivo en el discurso historicista del arte tan presentes en la actualidad, podemos decir que la instauración de las políticas, economías y tecnologías de archivo en el contexto artístico en los últimos años está condicionada por la crisis de la noción de los archivos institucionales como autoridad, y la crítica del papel activo de los mismos durante los procesos coloniales. Y es esto especialmente relevante (aunque no de manera exclusiva) en el contexto latinoamericano y centroamericano, tanto en relación con el colonialismo operado sobre los países que componen estas áreas, como en relación a los regímenes políticos que han llevado a cabo eliminaciones totales o parciales de archivos, con la intención de condicionar la memoria colectiva.

A partir de ello, han surgido otros modelos de archivo “disidentes, archivos comunitarios o anachivos” (Muñoz Iglesias, 2017, p. 63), entendidos como un repositorio documental donde la labor parte de una necesidad; es decir, del requerimiento por visibilizar y producir sentido en torno a un conjunto de experiencias estéticas/políticas. Partir de una necesidad conlleva a que los acervos vayan constituyéndose a través de un proceso de movilidad, debido a las condiciones materiales y humanas de producción y difusión, como también de las tensiones surgidas por la instrumentalización de conceptos y métodos heredados.

En el caso del archivo material del artista en mención, su tarea de diseminación, acumulación y atesoramiento funcionó en el quehacer artístico como una instancia vincular de su producción, ya que le ha permitido trazar procesos históricos, establecer alianzas y exponer relaciones de temporalidades diferentes constituyendo una alternativa a los lugares comunes más estudiados del arte de las décadas del `60 y `70, que promovían una presencia instantánea de las obras de arte mediante el *shock* y la ruptura perceptual. A partir de la observación y estudio de los Fondos Documentales del Archivo del Centro de Arte Experimental Vigo, se vislumbra que a lo largo de su trayectoria, el artista vinculó la labor creativa con la esfera de lo social, a partir de “la voluntad de expandir el acceso al arte, la posibilidad del intercambio y la participación, el gusto por lo marginal, o contracultural, junto al interés por las vanguardias, su atracción por el hecho artesanal, la aspiración a una circulación artística extendida” (BUGNONE, 2016, p. 56).

### **El Fondo Documental de Arte Correo**

Sumidos por búsquedas individuales en el marco de la práctica de Arte Correo del artista y en virtud de la necesidad de acceder a los materiales de una forma sencilla y ágil, en el año 2017 se conformó el Colectivo de Producción e Investigación en Arte Correo y Comunicación a Distancia. El equipo -integrado por profesionales provenientes de áreas de comunicación, artes visuales e historia del arte-, se propuso ordenar los diversos documentos que integran este Fondo Documental para registrar y catalogar los intercambios postales entre las décadas de 1960 y 1990 sostenidos entre E. A. Vigo y artecorreístas de distintos países del mundo.

El equipo comenzó su labor con el ordenamiento espacial de la documentación que se encontraba dispersa. En esta instancia, se pudo determinar un conjunto de piezas compuestas por tres series de documentos: catálogos razonados, revistas, libros e investigaciones académicas en torno a la temática, y envíos de artistas - dentro de esta

serie se encuentran las cartas, revistas-sobres, postales, objetos poéticos, sellos y planchas de estampillas de autor -. Este corpus había sido ordenado por la Directora e investigadores que con motivo de sus temáticas fueron sistematizando la información, en estanterías, cajas y, la mayoría de los envíos postales, en carpetas diferenciadas por países.

A medida que se iba visibilizando las piezas e indagando en los envíos postales surgió la necesidad de repensar la catalogación por países debido a que cada una de las correspondencias exhiben sentidos anclados en temporalidades signadas por los procesos cronológicos y subjetivos. Esta condición conlleva la complejidad del estudio de esta práctica, en vistas de las relaciones producidas entre las determinaciones económicas, políticas, y sociales, con las circunstancias particulares de cada participante/artista y, particularmente durante las décadas del '70 y '80, donde los envíos exhiben y demuestran una actitud de resistencia y denuncia tendiente a expresar las condiciones opresivas impuestas por las dictaduras latinoamericanas, lo que implicó cárcel y exilio de muchos de los participantes de la Red.

Debido a ello y con la intención de posibilitar diversas claves de lectura de estas cartografías, se estableció un ordenamiento de la totalidad de los documentos por regiones que se fue materializando a medida que se iban adquiriendo ficheros y carpetas. De esta manera, los ficheros están señalados por continentes donde se encuentran las carpetas de resguardo con las cartas, enlistadas por orden alfabético para facilitar el acceso del material desde una multiplicidad de miradas. Hasta el momento, se han relevado un total de 4060 envíos de aproximadamente 250 artistas de todo el mundo. En su mayoría, las piezas alojadas en lo que se denominó como Fondo Documental de Arte Correo se valen del papel como soporte, haciendo uso de diversas técnicas de producción, aunque también se han localizado objetos bi y tridimensionales de madera, plástico o metal. Sobre este último punto, estos objetos llegados a través de la comunicación postal pero imposibles de asir en carpetas de catalogación, estos restos creativos, han comenzado a formar una propia sub-colección, denominada colección de objetos tridimensionales del Fondo Documental de Arte Correo.

Desde el inicio de su actividad como editor Vigo envió y recibió cartas de colegas, pero fue a partir de 1967 cuando comienza a intercambiar postales en el circuito de arte correo. La definición de Arte Correo deviene de la novedad que se le otorgaba al soporte, que al no estar mediatizado por esquemas predeterminados y no adscrito a ningún lenguaje particular permitía una acción comunicativa interpersonal, anticomercial y revolucionaria frente a las instituciones artísticas y a los medios de masivos. Vigo fue un

teórico de esta práctica y a través de sus escritos, notamos cómo sus reflexiones parten del análisis del medio postal para luego establecer la categorización de *comunicación a distancia*, entendida “como una disciplina que compone el espectro de las comunicaciones marginales” (VIGO, 1980 s/p).

El primer artículo titulado "Arte-Correo: Una nueva forma de expresión" fue escrito en colaboración con el artista argentino Horacio Zabala y publicado en 1975, en la revista *Poetas Argentinos*. En dicho texto, los artistas manifiestan que:

Cuando se envía una escultura por correo, el creador se limita a utilizar un medio de transporte determinado para trasladar una obra ya elaborada. Al realizar la escultura, este desplazamiento no se tuvo en cuenta. En cambio, en el nuevo lenguaje artístico que estamos analizando, el hecho de que la obra deba recorrer determinada distancia es parte de su estructura, es la obra misma. La obra ha sido creada para ser enviada por correo, y este factor condiciona su creación (dimensiones, franqueo, peso, carácter del mensaje, etc.). El correo, entonces, no agota su función en el desplazamiento de la obra sino que la integra y condiciona (VIGO y ZABALA, 1975, s/p. CAEV).

Los artistas utilizan el concepto de Arte Correo para plantear su operatividad mediante dos acciones comunicativas. Por un lado, considerando al medio como parte constitutiva estructural de las obras; por otro, a partir de la creación de piezas que utilizan el sistema postal como un espacio estético desviando el carácter "convencionalmente no artístico". Según Vigo y Zabala, el Arte Correo también irrumpe el rol del receptor que se convierte en un "custodio incidental", así como una "fuente de información" al enviar obras a terceros o incluirlas en exposiciones. Los autores hacen una distinción útil entre el arte enviado por correo -tal como una escultura acabada transportada a través del sistema postal- y el Arte Correo: piezas destinadas a enviarse por correo en las que "el hecho de que el trabajo viaje una distancia determinada es parte de su estructura, es el propio trabajo" (VIGO y ZABALA, 1975, s/p. CAEV).

Acorde a estos canales, la práctica del arte correo operó desde los años 60 como un canal múltiple de traspasos de materialidades entre puntos geográficos dispersos, transformándose en puente comunicativo de doble vía, red y medio técnico relacional de vinculación con el mundo, modo de entrelazamiento de entornos y contextos geopolíticos. Esta red de artistas se constituyó como espacio horizontal de prácticas de intercambios descentralizados de información, desperdigando horizontalmente *-peer to peer-*, producciones estéticas y saberes. Estos intercambios representacionales se insertaron en el paso técnico-histórico de lo analógico a lo digital, umbral que señala el reemplazo de la casilla postal propia -espacio físico donde era posible recepcionar cartas y objetos-, por el correo electrónico -lugar inmaterial perteneciente a una empresa privada que almacena

mensajes e imágenes digitales recibidas y enviadas-. Este tránsito permite apreciar que, si antes las cartas se escribían en diferentes tipos de soportes, colores, recortes y trozos de papeles de diversas procedencias, el correo electrónico estandariza los formatos en la plantilla unívoca de la bandeja de entrada.

Al revolver, en una labor archivística el Fondo de Arte Correo, podemos notar un sinfín de procedimientos, contenidos en los soportes de los archivos, tales como:

Sobres que se abren, hojas que se pliegan, estampillas y sobres que se pegan adosando saliva de nuestras lenguas, papel hecho a mano y cartones que dejan ver sus hilachas, sobres que se sellan golpeando con un taco de madera el papel, texturas de papel mecanografiadas o collages que percibimos con la yema de los dedos, cartas que se manusciben por medio del temblor de la escritura, hojas que se dibujan y diversas técnicas gráficas manuales como el grabado o el *frotage*. Este corrimiento establecerá otro tipo de acceso a las obras, ahora regidas por un consumo de materialidades cerodimensionales en el marco de un público conectado a la imagen espectacular-digital del mundo. Lo cual a su vez difiere de la intención primaria del arte correo, al habitar lo digital, redes centralizadas, privadas y rentabilizadas algorítmicamente y no horizontales, espóricas e indeterminadas (LAMILLA, 2022, p. 155).

En línea con lo anterior es que la comunicación a distancia,

(...) utilizó diversos gestos, uno de estos fue utilizar el espacio de habitabilidad del sobre o postal, explorar cómo estos eran potencialmente capaces de contener y activar la puesta en circulación de producciones e invitaciones al hacer. Pequeños espacios contenedores operando como museos plegados, nómades e intervenidos, desde donde derramar vastedades de obras, postales, objetos, fragmentos, sellos y estampillas de artistas, desbordes de las posibilidades de las formas de comunicación casi imposibles de aprehender para las manos de la labor archivística (GALARZA y LAMILLA, 2019, p.145).

La revisión de los materiales que componen el Fondo de Arte Correo nos aproxima, también, a los usos y flujos de recombinación permanente que E. A. Vigo daba a su práctica de recolección y resguardo de Arte Correo. Las cartas, imágenes y sobres dialogan con otras colecciones de su archivo: los recortes de estampillas y los materiales faltantes en los envíos se encuentran en otros espacios del Centro Experimental de Arte Vigo -custodiados por otros colegas con los que articulamos estrategias conjuntas-, a la vez que dan cuenta de cómo se activaba este acervo en sus orígenes, y qué especificidades podría tener su relación con la obra personal de este artista platense, donde lo sensorio y no lo asépticamente terminado es la forma de acercamiento propuesta. En este sentido, “la estética entendida como experiencia sensitiva estaría situada en el arte correo en el encuentro con las obras-sobres, en los gestos de abrir, desplegar, oler y escuchar el sonido del papel, percibir las diversas texturas, pliegues y relieves de los soportes” (LAMILLA, 2022, p.152).

Y por ello, cada artista posee una singularidad que se expresa con sus diversas intervenciones y donde los sobres de diversos tamaños y gramajes se adosan con sellos, grabados, pinturas, estampillas no convencionales, dibujos, collage, etc., y donde en muchas ocasiones, éste ni siquiera tenía su forma tradicional y reconocible de. Como afirma Lamilla (2022, p.152), “el paso del arte correo a la esfera digital implicó la pérdida de esta experiencia sensitiva múltiple, reduciéndose -en el uso de pantallas- a una experiencia visiocéntrica.

### Rearticulaciones editoriales creativas

Rescatando modos de uso, auscultados a partir del contacto con la materialidad de las piezas del Fondo de Arte Correo durante el proceso de ordenamiento y catalogación, hemos desarrollado mediante una labor que vincula investigación y producción manual, publicaciones que -a modo de una arqueología medial-, retoman y activan poéticas analógicas de acercamiento al trabajo archivístico. Este es el caso de publicaciones como Inventario de artecorreístas en Argentina y Sobre-vivir.

Figura 1: “Inventario de artecorreístas en Argentina” (2021).



Fonte: <https://issuu.com/artecorreocaev/docs/inventario>

Figura 2: Sobre-vivir (2022)



Fonte: Imagem produzida pelos autores do artigo

Estas producciones nos permitió retomar la idea de revista-sobre, de vasta producción en el circuito de Arte correo, intentado sumar con ello una dimensión creativa propia de este medio de intercambio, a la sistematización del trabajo archivístico. Enlazando esto a las proposiciones para hacer, en el marco de diversas exposiciones realizadas desde el Archivo CAEV, manifestadas a través de talleres abiertos y acciones colectivas participativas. Retomando la idea del sobre como pequeño contenedor, y como espacio de participación motriz, en un presente signado por la aceleración digital, el contacto con lo material como cualidad sensible del Arte Correo, podría habilitar un tiempo, que en su lentitud y espera, encuentre la potencia de su uso, facilitando con ello una prolongación técnica editora-creativa.

## Referencias bibliográficas

- BUGNONE, A. **Vigo. Arte Política y Vanguardia**. La Plata, Bs. As, Argentina: Ed. Malisia, 2016.
- DOURRON, S., FERREIRO, J. Edgardo Antonio Vigo. Usina permanente del caos creativo. Obras 1953-1997. **Catálogo del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires**, 2016.
- GALARZA, C. L., LAMILLA, J. Sobre la comunicación a distancia: diseminaciones del archivo de arte correo del Centro de Arte Experimental Vigo. **El Taco En La Brea**, 2(10), 2019. Disponible en: <https://doi.org/10.14409/tb.v1i10.8694>
- LAMILLA, J. Estética como sensorium en Edgardo Vigo y el arte correo. De la carta postal al correo electrónico: en búsqueda del entorno perdido. **Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación**, (173), 2022. Disponible en: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi173.8562>
- MORA, V. **El lectoespectador**. Barcelona, España: Ed. Seix Barral, 2012.
- MUÑOZ IGLESIAS, M. **Archivos del Común II**: El Archivo Anómico. 2017. Disponible en: <https://redcsur.net/es/2019/12/30/libro-archivos-del-comun-ii-el-archivo-anomico/?fbclid=IwAR3DWm6PcOr9wWJs57MVOOrfw0wt1ach5bQ2GUScovX1C58M0e7V1Pk-6sSE>
- SCOLARI, C. El Translector. Lectura y Narrativas Transmedia en la nueva ecología de la comunicación. En MILLÁN, J. (coord.) La lectura en España. **Informe 2017**, pp. 175-186. Disponible en: [http://www.fge.es/lalectura/docs/Carlos\\_A\\_Scolari%20\\_175-186.pdf](http://www.fge.es/lalectura/docs/Carlos_A_Scolari%20_175-186.pdf)
- VERÓN, E. **La semiosis social**. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Bs. As, Argentina. Ed. Gedisa, 1987.

## **Cinema e Artes Plásticas: vanguardas, ensaios e experiência**

Denise Trindade

Esse artigo propõe, em uma tentativa de compreensão das convergências do cinema com as artes plásticas, traçar relações entre estética e política no cinema brasileiro contemporâneo. Ao realizarem narrativas mais sensoriais do que lógicas, “Elena” de Petra Costa e “Diário de Sintra” de Paula Gaetan apresentam resistência a um tipo de idéia de cinema que tem como objetivo a representação, inventando outros códigos e sentidos.

Com imagens construídas por intervenções de fotografias, vídeo-arte e performances, estendem a temporalidade fílmica, propondo experiências. Percebe-se que ao deslocarem a centralidade da interpretação em busca de relações de sentido, este tipo de cinema afirma a intensidade e apreensão corporal dos fenômenos, produzindo outros modos de ver, compondo planos de composição nos quais as sensações formam zonas de transgressão onde não importa a verdade da imagem, mas gerar mundos.

Nas obras áudio visuais aqui selecionadas, verifica-se que a narrativa é suspensa e/ou interrompida por imagens abstratas ou construídas, deixando atravessar em tais brechas temporalidades múltiplas e anacrônicas por meio de discontinuidades, exigindo a constante reformulação de nossos conceitos estéticos, reivindicando uma opacidade própria ao visível.

Propomos averiguar como estes regimes de visualidade, ao apresentarem o filme como um campo de experiência, constituem desafios estéticos e políticos. Ao verificar como se articulam seus encadeamentos, planos, movimentos de câmera, busca-se para além de uma relação com o real ou com a produção de imagens verossímeis, compreender as associações entre movimento e tempo em suas forças capazes de resistir as estratégias de dominação de linguagens padronizadas e facilmente consumíveis. Investigar-se-á na construção plástica e afetiva dos corpos, luzes e paisagens, processos de subjetivação suscitados pelo percurso em suas experiências no ato de ver e perceber o mundo, adquirindo importância na atualidade do cinema brasileiro atual.

## **Vanguardas e Ensaios - Plasticidade e Revoluções**

Em um primeiro momento vemos que alguns movimentos na própria história do cinema em que a arte está presente de modo direto, como as vanguardas cinematográficas, o cinema expandido e o filme-ensaio, compreendendo como ao produzirem uma estética não representativa por meio de sua plasticidade, intervém na sociedade e na política.

Nicolle Brennez (2007) aponta diversos sentidos que o próprio termo vanguarda evoca, como sua ligação com o vocabulário militar ou com os movimentos artísticos modernos, ressaltando que em ambos encontra-se presente a ideia de perigo e confronto com o desconhecido. Ao ser introduzido no campo da estética em torno de 1820, ele aproxima arte, sociedade e política, influenciando-os com seus valores revolucionários.

Ao fim do século XIX, o cinema emerge em meio a concretização dos laços entre pesquisa científica sobre o movimento, presentes nos estudos de Etienne Jules Marey e Muybridge no que estes racionalizam o movimento humano e animal em prol da velocidade e da produção de imagens. “Porém, toda técnica, todo objeto, pode ser subvertido, no qual encontra-se presente o espírito revolucionário do artista, trazendo uma força dissidente, consistindo em desenvolver idéias originais ao se confrontar com o desconhecido, com o impensável, com o inadmissível (BRENNEZ, 2007, p.8).

A autora destaca também a importância do pensamento de Pierre Restany, para quem a arte é um vasto laboratório do sentido e as vanguardas renovam seus protocolos. Um filme não é revolucionário porque é sobre a revolução, mas porque ele revoluciona alguma coisa no mundo como a organização das idéias, a resignação à um limite, o *Zeitgeist* (BRENNEZ, 2007, p.10).

Segundo Ismail Xavier (2005), as vanguardas no início do século XX, ao romperem com as técnicas e convenções de uma representação realista do século XIX, apresentam outras visões da realidade como as sensações visuais do impressionismo ou as lógicas oníricas do surrealismo. Ao investir contra a mimese, o pintor modernista provoca a estranheza diante de um quadro que não se apresenta como janela aberta para um duplo do mundo, de acordo com a perspectiva *artificialis*. No cinema, as configurações da imagem são mais miméticas devido a própria fotografia.

Ao propor uma visão sobre o “anti-realismo” no cinema, Xavier (2005) aponta uma compatibilidade com os diversos “ismos” da vanguarda, como no expressionismo alemão que, por meio do uso de sombras, distorções e exageros das imagens, constituem uma experiência sensível própria da alma humana, instaurando assim um espaço dramático através das próprias formas. Se o olhar expressionista é afirmado por meio da

câmera para as formas essenciais da alma humana, em uma encarnação direta do espírito na matéria, produzindo “visões”, o cinema de vanguarda francês dissolve o homem e o social na natureza, em sua intuição e sensibilidade, gerando novas experiências do mundo visível, através da relação câmera-objeto, provocando uma relação poética e sensorial com o mundo, fazendo com que as reflexões teóricas se dirijam mais para suas virtudes plásticas. Mesmo ao reproduzir de modo mais mimético o real, há uma quebra com a representação, afastando-se das convenções próprias ao teatro, buscando a verdade do ser natural que existe em nós.

Tais virtudes, como a montagem intimista e o ritmo serão potencializadas no que ele aponta como “cinema puro” e o abstracionismo pictórico, na desintegração do referencial realista.

O cinema de Hans Richter é tido como referencia para se aproximar do que compreende-se como cinema abstrato, seja pelas organizações do ritmo ou por seu registro de imagens pictóricas, além da montagem de linhas e figuras geométricas. Primeiramente, em uma relação direta às colagens dadaístas, ele produz junto ao artista Egging, filmes mais gráficos, filmados quadro a quadro, reduzindo o cinema a seus elementos mais puros como as cores e as formas, eles apresentam o cinema em suas qualidades próprias: a projeção de luz numa superfície. Ao comentar detalhadamente o processo fílmico de Richter, Philippe – Alain Michaud (2014) pondera que os filmes que ele realizou junto ao artista Egging, seria ainda um cinema de pintor, pois os desenhos e as formas eram mais importantes do que as projeções em si. Já em *Rhythmus 21*, Richter se abre à tridimensionalidade, trabalhando com superfícies e planos, por meio de enquadramentos de formas regulares e superposição de retângulos, assim como de transparências, apresentando efeitos de profundidade e relevo, no qual a tela adquire importância devido à sua materialidade.

Para Xavier (2005), esse tipo de cinema investiga o funcionamento da percepção, assim como as respostas do espectador a um tipo de filme distante da representação e da ilusão, aproximando-se do nível sensorial. Por vezes considerado um corpus elitista e marginal, o cinema de vanguarda explora propriedades e potências cinematográficas nas quais o espectador é apresentado ao cinema em sua essência, como objeto, valorizando as formas plásticas da imagem e o objeto físico cinema, em suas formas sensoriais adquirindo um lugar de transgressão da representação.

Com o cinema expandido, verificam-se outros modos de experimentar linguagens sensoriais. A expressão Cinema Expandido é atribuída originalmente a Stan VanDer Beek

em seu manifesto *Culture: intercom and expanded cinema, a proposal and manifesto*, escrito em 1965, que traduz suas idéias a respeito de um novo conceito de cinema, que subvertia as limitações de uma única tela de projeção e solicitava uma recepção diferenciada por parte do espectador (BATTCKOCK,1967: 173-179). Gene Youngblood, no prefácio de seu mais célebre livro, *Expanded cinema* (1970), no qual apresenta um panorama das muitas formas como a cultura e os meios de produção audiovisual expressaram uma mutação da subjetividade humana, anunciava que as tecnologias de produção de imagens aumentariam a capacidade de comunicação como forma de linguagem, e um novo cinema emergiria da fusão entre a sensibilidade estética e o desenvolvimento tecnológico.

Também com as pesquisas do movimento Fluxus, o cinema privilegiou o tempo real e o tempo concreto da percepção, que o cinema narrativo modula e evapora. As câmeras de 8 mm e 16 mm, permitiram que vários artistas revolucionassem a linguagem cinematográfica, realizando filmes experimentais. Sobre um plano materialista, numerosos cineastas tentaram devolver à temporalidade da recepção o tempo concreto da projeção, propondo repensar a desmaterialização do cinema.

Percebe-se assim que o cinema das vanguardas, assim como o cinema expandido, em suas linguagens experimentais, apontam para um cinema que, diferentemente de propor distâncias da representação, padronizar emoções e criar consenso, interrompem a percepção distraída e automática, renovando as potencialidades interpretativas da percepção.

Na atualidade, os filmes-ensaio adquirem um lugar importante na produção e também nas reflexões críticas, por suas experiências estéticas. Ao utilizarem imagens abstratas e outras construídas, introduzem as experiências das vanguardas e do cinema expandido no que estes apontam para uma exploração da tela cinematográfica de modo experimental, intervindo sensorialmente nas narrativas fílmicas. Por vezes, considerados filmes documentários, nessa pesquisa serão abordados como cinema ensaístico. Para isso, cabe aqui algumas reflexões que nos permitem uma aproximação desta categoria.

Ao procurar especificidades sobre o ensaio no cinema por meio de enunciados audiovisuais, o teórico Arlindo Machado (2011) verifica que, além das aproximações do ensaio com a literatura por suas afinidades com o texto literário, mediante o discurso (sujeito que narra, eloquência da linguagem, escritura como criação) e, também, pela estrutura temporal, ele é, por vezes, associado ao documentário. O autor vê nesse vínculo a crença no poder da câmera e da película em registrarem indícios do real por meio do

fotográfico, desse modo, configurando um discurso “natural”. Ele aponta para a escolha subjetiva das imagens da câmera, da temporalidade da linguagem escolhida, assim como da montagem na realização de um filme, visando à desconstrução dessa ideia. É interessante destacar sua afirmação sobre o caráter ensaístico de uma obra, o que seria a essência do audiovisual: produzir um discurso sensível sobre o mundo, desse modo, permitindo a construção de visões diversas sobre um objeto de reflexão.

Para Timothy Corrigan (2015), um ensaio caracteriza-se, a princípio, por sua antiestética, questionando ou redefinindo outras formas de representação. Sem ser necessariamente ficção, ele tem em si a potência de ficcionar. A aproximação das reportagens jornalísticas e da autobiografia confessional, bem como dos documentários e do cinema experimental, constitui-se em práticas que desfazem e refazem a forma cinematográfica por meio de perspectivas visuais, geografias públicas, organizações temporais e noções de verdade. Sem rigor formal, os ensaios em filmes tendem a reflexões intelectuais que, muitas vezes, insistem em respostas mais conceituais ou pragmáticas, distantes das fronteiras dos princípios de prazer convencionais.

De acordo com Ismail Xavier (2014), o ensaio fílmico foi visto como experiência original do documentário, porém podemos vê-lo também como cinema experimental e em certas formas de invenção no campo ficcional tal como trabalhado no cinema moderno por Alain Resnais, Chris Marker, Godard, entre outros. Segundo o autor, o conceito de ensaio se inscreve na crítica de cinema como uma maneira de interpretar alguns agenciamentos da imagem e som na atualidade.

Assim, o filme ensaio é um conceito estabelecido pela crítica para definir experimentação, o que nos leva neste artigo a aproximá-lo das experiências anteriores, como as vanguardas e o cinema expandido. Encontramos semelhanças também em sua forma de produção. Como o cinema de vanguarda, ele pode até se elevar ao seio da indústria (formas subversivas) mas supõe uma outra economia, outros circuitos de produção e difusão, que são dispostos na história segundo formulas maiores. A auto-produção, ou produção doméstica constitui uma solução econômica importante ao mesmo tempo em que os instrumentos de criação se democratizam.

Os filmes-ensaio vêm se tornando, cada vez mais, presentes no cinema brasileiro contemporâneo. Utilizando imagens fixas e em movimento muitas vezes abstratas, vídeos caseiros e imagens de arquivo, tornam-se hoje um lugar importante para diversos cineastas e para pesquisas sobre cinema e artes à medida que inventam narrativas sensoriais.

## Elena - Trauma e fluidez

Figura 1 - Imagem extraída do filme Elena, de Petra Costa (2012)



Fonte: Petra Costa (2012)

Petra Costa, no filme *Elena* (2012) ao tentar reconstruir a imagem de sua irmã que morreu, apresenta por meio de uma memória fugidia, imagens impressionistas desfocadas em cores e luzes, realizando assim um filme sensorial, por meio de texturas e imagens abstratas. Em “Elena”, Petra Costa, de modo intimista, resgata a memória de sua irmã Elena, que se suicidou em uma viagem que ela realizou à Nova York na busca do sonho de ser atriz. Nas primeiras falas do filme, Petra diz que sonhou com a irmã e que ela era suave. Assim, ela evoca de modo textual uma imagem, que, de alguma maneira, está presente ao longo do filme através de imagens abstratas e fluídas, no tratamento da luz e da imagem desfocada, onde os corpos das irmãs se fundem. Interessante notar que o filme é, na verdade, sobre a própria Petra. Conforme uma entrevista concedida ao escritor Michel Laub (2014), ela relata que o filme teria três caminhos possíveis, e que ela escolheu falar de si própria e do seu trauma. Surpreende como um tema tão duro e triste, adquire beleza nas texturas das imagens, nos sons, nos gestos, movimentos e palavras e vozes.

Segundo Andrea França e Patricia Machado (2014) o filme dissolve o encanto e deixa a dor flutuar, ao se concentrar em uma construção visual, plástica e sonora, na qual a memória é incorporada no presente e ganha corpo na interface da tela. Como quer Phillipe Dubois (2014), a tela não é uma superfície e sim uma forma de pensamento, na qual a experiência sensorial trabalha para deslocar nossa experiência para o campo da arte. De acordo com Gilles Deleuze, o corpo é a fonte do movimento esforçando-se para tornar-se figura, o que desloca a questão do lugar para o acontecimento. É no lugar da

tensão, do que está para se transformar, das metamorfoses possíveis (ou impossíveis) que o acontecimento se produz.

Em camadas visuais e sonoras, o início do filme apresenta Nova York em imagens estouradas, captadas por uma câmera móvel em um ballet de luzes, criando uma atmosfera onírica. Logo em sequência, uma canção “This is dedicated to the one I love” da banda “The Mama’s and the Papa’s reforça com emoção a atmosfera de uma elegia com a câmera passeando entre texturas de flores, tecidos e água.

Esses elementos plásticos e abstratos nos quais o sensorio dá corpo as sensações por meio de texturas estão presentes ao longo do filme em meio a imagens figurativas captadas em um tipo de cinema direto nas ruas de Nova York, onde uma multidão de pessoas e transportes transitam no anonimato de uma cidade que, como diz Petra “ um lugar onde o querer deve ser bem pequeno, pois ela pode te engolir” .

A história de Petra que se confunde com a de Elena, também se confunde com a da mãe das duas irmãs. Em séries de edições de filmes caseiros, a cineasta vai construindo por camadas uma narrativa da memória. Para apresentar sua mãe, ela utiliza um pequeno filme mudo no qual a mãe é protagonista. Sua personagem tentava escapar de um mundo em que se sentia desadaptada, no qual, como filha de uma tradicional família mineira, teria como futuro o casamento e pertencer a sociedade. Em um determinado momento ela desenha no espelho um retrato de si onde expressa sua tristeza, pela falta de sentido na vida. Esse sentimento da personagem será comum as estas três mulheres em outros momentos do filme.

O pai é um jovem recém-chegado de Nova York e desejoso de revolução. Sobre trechos de filmes de arquivo das passeatas em 1968, ela vai descrevendo a figura do pai. Os dois iriam para a Guerrilha do Araguaia, mas por conta da gravidez de Elena não puderam ir. Percebe-se como a subjetividade da família é também construída no atravessamento dos eventos políticos.

Ao estabelecer uma relação do filme com o período da ditadura militar, França e Machado comentam a falta de imagens deste período devido ao tempo em que os pais da cineasta viveram na clandestinidade. As autoras também relacionam as diversas imagens realizadas pela própria Elena nos anos 80 ao período da abertura política e da redemocratização do país. Percebe-se também uma referencia ao governo de Fernando Collor de Melo em uma fala de Elena, na qual ela relaciona sua ida para Nova York a escassez de filmes produzidos no Brasil , naquele período. “Agora, com a mudança política, o presidente...um filme por ano, no máximo”.

Em séries de filmes caseiros da infância, da adolescência e também do presente de Petra, a dança possui papel de destaque, traduzindo , por vezes alegria, por vezes, vertigem. Percebe-se como os elementos plásticos evocam a sensorialidade na vertigem de corpos e luzes que se fundem alternando presença e ausência, em movimentos de gestos e dissolução, assim como no aconchego da textura do urso branco de pelúcia que transmuta-se na branquidão da imagem de neve caindo. Em um outro momento a câmera apontada para cima gira desenha desfocadas nuvens e galhos de árvores. A ausência é também sentida na câmera subjetiva que percorre as escadas, assim como nas imagens espelhadas.

É na água, na dissolução dos corpos, e nos movimentos da dança que se percebe a reconciliação com a dor e a memória. Evocando a figura de Ofélia, Petra e sua mãe se afogam em imagens encenando a morte para encontrar ar. Suas memórias encontram brechas na poesia. No final do filme, Petra faz uma dança que remete ao filme “Annabelle Butterfly Dance” de 1894, o época em que o cinema dava seus primeiros passos, fundindo arte, corpo e vida e acentuando um corpo que aponta para o que Deleuze chama de *zona de indiscernibilidade* onde através das deformações que esse corpo sofre, desaparecem os contornos das diferenças entre homem e animal, apresentando em sua “carne” as possibilidades do devir.

### **Glauber Rocha – Oceano e exílio**

Figura 2 - Imagem do filme Diário de Sintra/ Paula Gaitán (2008)



Fonte: Paula Gaitán (2008)

Em “Diário de Sintra” (2008), Paula Gaitán empreende uma mistura de filme caseiro com travelogue, utilizando materiais de família como filmes em superoito e fotografias antigas, tentando encontrar vestígios de seu, então, marido, Glauber Rocha, na cidade de Sintra, na qual viveram durante um tempo e onde ele morreu. Corrigan (2015) comenta que os travelogues tendem a não ser estruturados em torno de um argumento, mas sim como crônicas de acontecimentos ligados por local, personalidade ou tema. Sintra, Glauber e Paula são aqui acontecimentos deste ensaio.

Ao resignificar imagens antigas que se misturam a entrevistas com moradores do local, a cineasta produz um material estético vigoroso sobre a figura do cineasta, desse modo, humanizando sua ausência por meio de relatos e fotos. Por meio de séries visuais e sonoras, transita-se entre passado, sonho, imaginação e realidade. “Diário de Sintra” é também um filme narrado em primeira pessoa, que pretende, por meio de fragmentos, fotografias, documentos e imagens abstratas que se misturam aos sonhos, tornar presente a ausência do cineasta.

Na primeira cena, a tela aparece quase toda preta, e ouve-se um som de chuva e grilos. A primeira imagem dá-se por uma câmera que filma em giros uma árvore e seus galhos secos e, em um movimento de transe, contempla o céu. Aos poucos, vemos fotografias de Glauber Rocha penduradas nos galhos, em uma analogia com o movimento das roupas penduradas em varais de Sintra, entre as casas coloridas, e com a voz em off da própria diretora comentando o vazio do tempo que passa. Em outro momento do filme, as fotografias caem no chão, e uma menina tenta juntá-las. Percebe-se, então, o que talvez seja a principal pergunta do filme: como criar uma imagem por meio de imagens? E como, então, um filme diário pode tornar visível esse processo?

Stela Senra (2009) verifica que, como o cinema, o diário é uma modalidade narrativa que contém nela o fluxo do tempo. Ao destacar o uso da fotografia neste filme, ela verifica que, diferentemente das interrupções que caracterizam o uso das imagens fixas naquelas em movimento, as fotografias flexionam o tecido narrativo. Mediante “cortes” e “montagens”, a imagem de Glauber desloca-se em vários contextos, saindo de um lugar de identificação para assumir a condição de objeto.

Em um diário ensaístico, a presença de uma subjetividade espalhada em zonas temporais retemporaliza a experiência. Se, por um lado as viagens com seus imprevistos desafiam as narrativas, por outro, os diários aparecem como modos de organizar suas passagens com fotografias, vídeos caseiros, imagens sensoriais e videoarte.

No percurso até Sintra, Paula comenta, por meio da voz em off, que as paisagens vistas da janela do trem são “paisagens vividas”, lembrando o tempo de exílio do ex-marido. As imagens vão tornando-se abstratas com a velocidade, criando uma atmosfera de sonho. Nesse momento, ela insere um vídeo caseiro no qual Glauber comenta sobre relações entre sonhos e morte, mesclando presente e passado, com isso, evidenciando lacunas temporais.

A narração segue comentando os caminhos que levam a Sintra ou, talvez, como ela mesma enuncia, a lugar nenhum. Enquanto a cineasta fala de um tempo fluido, remoto, de presente e passado, as imagens que vemos são de pessoas que vão e vêm nas ruas e nas estações de trem. Ela insere, ao longo de seu filme-ensaio, outros vídeos caseiros que mostram um cotidiano íntimo do casal e dos filhos pequenos. Vários tempos presentificam-se nos instantes, nos quais memória se confunde com paisagem.

A câmera passeia por cortinas em movimento das casas de pedra, pelas páginas de livros e ondas do mar, mantendo a mesma atmosfera onírica da narrativa.

Se, para Corrigan (2015), um ponto importante dos ensaios de viagem é a exploração das geografias naturais e não naturais pelas quais percorre um sujeito ensaístico nos espaços do mundo, percebe-se, no filme de Paula Gaítan, como isso se dá na relação entre natureza e construção, dessa forma, constituindo modos expressivos de busca e orientação. Fotografias e árvores, mãos, paisagens abstratas tornam atuais o passado, abrindo novos caminhos.

Em uma pequena vila, como em um documentário, algumas pessoas são entrevistadas respondendo se recordam daquela pessoa, no caso, o cineasta Glauber, que está na fotografia. São pessoas idosas, que estranham o fato, e perguntam: “Isto é de algum filme?”. SENRA(2009) comenta que, ao utilizar a fotografia, diferentemente do lugar de identificação, a cineasta experimenta um outro tipo de entrevista, em que ao invés de entrevistador aparecer no usual campo/contracampo, ela se concentra na relação entre o entrevistado e as fotografias.

Ela se põe muito próxima das pessoas, que já surgem com as fotos nas mãos, movendo-se entre rostos e mãos, de modo a manter as fotos no foco de atenção. A face “objeto” da fotografia é levada em conta mas o centro da cena é a sua face “imagem”: os entrevistados a vasculham em busca de sinais, de pistas capazes de constituir um significante- um rosto conhecido. (SENRA, 2009, p.78)

Ninguém lembra muito bem, mas indicam a ela e à câmera um caminho a seguir, acentuando o caráter de perambulação de uma viagem. A câmera registra várias árvores, que são filmadas em velocidade, formando novamente imagens abstratas. Na narração, o

texto “Uma viúva se assemelha a elas: o objeto-sombra” refere-se a essas imagens como objeto-sombra, com suas inclinações e solidão, assim como as viúvas. A imagem da sombra de uma mão misturada ao movimento abstrato das árvores traduz a relação de fusão de sua viuvez com a aleatória paisagem, tornando visível o encontro de uma geografia interior com natureza.

Em uma passagem, um grupo de ciganos atravessa o caminho com suas danças e cantos. Ao questioná-los sobre sua origem, eles respondem: “O peregrino é capaz de caminhar e perceber”. Essa imagem é editada sobre uma fotografia de Glauber com crianças ciganas. A fotografia encarna esse encontro, que expressa o caráter da peregrinação como busca. Novamente, aqui, as mãos são os elementos que acentuam a temporalidade das passagens no filme. Em uma bela sequência, uma cigana dança com as mãos. A seguir, outra mão aponta para a imensidão do mar, fundindo mais uma vez as geografias internas e externas, afirmando na construção do espaço fílmico, a presença de um outro lugar. Uma fotografia do cineasta aparece em meio às ondas, e a voz off diz: “Do oceano, entra em cena uma miragem”. Em seguida, vemos imagens de um vídeo caseiro em que o cineasta aparece jogando futebol com os filhos em uma praia.

As mesmas fotografias que acompanham o filme são entregues a pessoas que conviveram com Glauber e a família durante o tempo em que estiveram em Portugal. “Cá está, esta é uma imagem de exílio, uma imagem de refúgio, uma imagem doída”, diz um dos amigos do casal. O exílio se configura geograficamente um outro lugar.

A narração segue como uma elegia em que a voz anuncia: “Glauber, poeta do ar, dos murmúrios, das imagens, das trevas, da revolução, profeta alado, em meio a imagens de fragmentos de cartas, fotografias e registros de memórias”. Esta, talvez, seja a fala mais próxima do olhar da própria câmera da cineasta em seu diário.

## **Conclusão**

Nos dois filmes a presença das pessoas ausentes se dá através de fotos, filmes e objetos de lembrança. As imagens abstratas e as narrativas ensaísticas acentuam a hibridação entre imaginação e memória. Provocam sensações que formam zonas de transgressão onde não importa a verdade da imagem, mas gerar mundos. A partir das transformações e da desconstrução da forma-cinema pelo uso diverso do vídeo das linguagens cinematográficas, como a montagem e a imagem-duração, assim como da presença dos arquivos fílmicos, percebe-se que emergem sequências audiovisuais que evidenciam, em suas estéticas, aproximações entre cinema, experiência e pensamento,

reafirmando o que disse anteriormente Restany e Brennez, que não necessariamente um filme é político por abordar diretamente a revolução, mas sim por intervir na organização das idéias propondo experiências diversas de sentido, o Zeitgeist.

### **Referências bibliográficas**

- ALBERA, François. **La vanguardia en el cine**. Buenos Aires: Manantial, 2009.
- AUMONT, Jacques. **A quoi pensent les films**. Paris: Séquier, 1997.
- BELTING, Hans. **Antropologia de la Imagen**. Buenos Aires: Katz Editores, 2007.
- BELLOUR, Raymond. **Entre-Imagens - Foto, Cinema, Video**. São Paulo: Ed. Papyrus, 1997.
- BRENNEZ, Nicole. **Cinemas d'avant garde**. Paris: Ed. Cahiers de cinema, 2007.
- CORRIGAN, Timothy. **O filme-ensaio: desde Montaigne e depois de Marker**. Campinas: Papyrus, 2015.
- CRARY, Jonathan. **Técnicas do Observador**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- DIDI-HUBERMAN, G. **Devant l'image**. Paris: Ed. Minuit, 1990.
- \_\_\_\_\_. **Sobrevivência dos Vagalumes**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2011.
- DUBOIS, P. **O ato fotográfico**. São Paulo: Papyrus, 1993.
- HUYSSSEN, A. **Culturas do passado-presente**. Modernismos, artes visuais, políticas da memória. Rio de Janeiro: Contraponto, 2014.
- KRAUSS, R. **O Fotográfico**. Lisboa: Ed. Gustavo Gili, 2002.
- MALRAUX, A. **O Museu Imaginário**. Lisboa: Edições 70, 2013.
- MARTIN-BARBERO, J. **Ofício de Cartógrafo**. São Paulo: Loyola, 2004.
- MICHAUD, P.A. **Aby Warburg e a Imagem Movimento**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.
- RICOUER, P. **A memória, a história, o esquecimento**. São Paulo: Ed. UNICAMP, 2007.
- OLIVEIRA, Rodrigo de. **Diário de Sintra: reflexões sobre o filme de Paula Gaitán**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2010.
- TEIXEIRA, Francisco E. **O Ensaio no Cinema**. São Paulo: Hucitec, 2015.

# **A importância dos repositórios digitais nas políticas culturais no Brasil**

Eula D.T.Cabral  
Mariana F.Teixeira  
Cintia Augustinha dos S.Freire

Trabalhar com políticas culturais no Brasil é um desafio para os que acreditam e defendem a sua importância na sociedade. Mesmo que os estudos sobre políticas públicas para o setor cultural no país tenham iniciado no século XX, não se pode ignorar que ações culturais públicas significativas tiveram o pontapé nos anos 1930, levando pesquisadores e políticos a defenderem que políticas culturais, quando bem aplicadas, fazem diferença na vida das pessoas e da sociedade em geral (CABRAL; FREIRE; ALVES, 2018).

Na história do Brasil, observa-se que nos anos 2003 a 2016 as políticas públicas voltadas para a cultura se desenvolveram em três eixos específicos: econômico, mediante a administração de recursos; simbólico, dada a identificação dos cidadãos enquanto nação; e social, compreendida como direito essencial à vida. “Por política pública cultural estamos considerando um conjunto ordenado e coerente de preceitos e objetivos que orientam linhas de ações públicas mais imediatas no campo da cultura” (CALABRE, 2013, p.9).

Mesmo que as políticas culturais sejam fundamentais na vida das pessoas, no caso do Brasil, historicamente, esteve interligada à conjuntura política do Brasil, caracterizada pelas discontinuidades nas ações culturais. Uma questão importante quanto à cultura nacional, colocada por Michael Pollak (1989), refere-se ao fato de, historicamente, as memórias de grupos minoritários, como os não letrados, além de danças, costumes, não constarem nos arquivos das memórias oficiais do Estado. Observa-se que o descarte dessas memórias tem uma influência direta na questão identitária da nação.

Evidentemente, não se pode esperar os anos passarem, pois há um tempo presente que se coloca necessário para atender a sociedade, praticamente em “tempo real”. O intervalo que havia entre passado e presente hoje já não existe mais. Para Stuart Hall (2006), através das memórias do que se faz, pensa, sente e como se relaciona, pode se chegar à noção da própria identidade, no tempo em que se vive e a partir de experiências adquiridas, tudo isso regulando a prática de conduta em sociedade.

O que vem se tornando memória cultural no Brasil? Não se pode negar que é preciso ficar atento, uma vez que a desinformação vem criando raízes no século XXI. Conforme foi observado por Cabral (2022, p.13),

nos últimos anos, informações falsas vêm sendo difundidas pelas redes sociais e pelos meios de comunicação; logo, governos, empresas e a sociedade civil têm dificuldade para desmascarar o que é errado e mostrar o que é verdadeiro. Ao mesmo tempo, detectou-se que se tornava fundamental que as instituições de ensino e pesquisa, principalmente, as públicas, tivessem repositórios com documentos acessíveis à sociedade, assim como plataformas e portais que ajudassem o cidadão a viver nessa nova era digital.

Diante desse quadro, torna-se fundamental entender o panorama cultural brasileiro, aliando-o às novas tecnologias, em busca da defesa dos direitos culturais, de políticas culturais no Brasil e do lugar que a cultura precisa ter. É preciso colocar as novas tecnologias a favor da área cultural. O mundo evoluiu e as tecnologias digitais vêm afetando o cotidiano das pessoas, ao mesmo tempo em que deixa dúvidas nas pessoas do que é certo ou errado, o que é ou não direito. As pessoas ficam confusas e as instituições culturais precisam levar conhecimento à sociedade.

Assim, tendo em vista a importância da preservação dos diversos tipos e configurações de bens culturais e, também, da construção memorial das políticas e ações do Estado, deve-se levar em consideração o que é estabelecido no §2º do artigo 216 da Constituição que enumera dentro do Sistema Nacional de Cultura, em seu inciso VII, os VII - sistemas de informações. Além disso, o §3º do artigo 23, que estabelece que os entes federados e a União possuem o dever de proteger, entre outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os documentos (BRASIL, 1988).

Historicamente, existe um descaso em relação à preservação da memória e da cultura nacional, tanto pela descontinuidade quanto pelos processos de disputas sociais e discursivas visando controle da memória e do esquecimento. Em virtude disso, as políticas culturais são fundamentais para a elaboração de políticas públicas que visem a salvaguarda dos documentos e registros dos processos ocorridos no âmbito da administração pública com marcos regulatórios e normativos fundantes também para as políticas culturais contemporâneas, levando em consideração os direitos culturais.

Assim sendo, a gestão pública deve se apropriar das novas ferramentas digitais para produzir, por meio de suas políticas públicas, inovações que contemplem o acesso à informação pela sociedade como participante da gestão. Não se pode ignorar que na gestão do Ministro Gilberto Gil, o Ministério da Cultura (Minc), por meio da criação da Coordenação-Geral de Cultura Digital, foi protagonista na implementação das primeiras

políticas públicas de cultura digital no Brasil, visando a cultura, os direitos culturais e a evolução do reconhecimento desses direitos em convenções internacionais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos.

Entretanto, um exemplo de descontinuidade nas políticas públicas culturais na área digital se deu com a ministra Ana de Hollanda (2011 - 2012).

Uma das primeiras ações da ministra foi a de remover as licenças da Creative Commons do site do MinC. Tal ação foi imediatamente interpretada como uma mudança de rumo na condução das questões dos direitos autorais e da cultura digital. Na prática, a retirada significava apenas que o conteúdo do site não poderia ser mais utilizado ou reproduzido segundo os termos da licença. Porém, no campo simbólico, a ação abriu uma trincheira de luta com os defensores da flexibilização dos direitos autorais e com os militantes da cultura digital de um lado, e o MinC, de outro; além de apontar para uma clara oposição ao que era defendido pela gestão anterior. Havia sido realizado um intenso trabalho na direção da democratização e do acesso às informações e produtos culturais, em especial os que circulavam pela internet (CALABRE, 2019, p.81).

Notadamente, as políticas culturais vêm sendo atravessadas pelas demandas dos governos, desconsiderando, muitas vezes, as necessidades da sociedade e mesmo das instituições culturais. No que se refere aos centros de memória, são necessários investimentos não somente na conservação de seus acervos, mas também na divulgação e acesso aos mesmos, sendo o uso das novas tecnologias fundamentais para a existência dos repositórios digitais, uma realidade e necessidade que não pode ser ignorada e deve ser efetivamente contemplada no campo das políticas culturais.

Nesse contexto, onde a memória e a história precisam reluzir, sair da obscuridade para que apagamentos sejam coibidos, o investimento em políticas culturais e gestão, precisam ser pautados no acesso livre à informação. Logo, os repositórios digitais se colocam como um instrumento fundamental no que tange à preservar e disseminar informações científicas, considerando não somente a facilidade do acesso aos diversos estudos existentes, mas também a abrangência global possibilitada pelas tecnologias. Em um centro de memória, a documentação produz um valor e um significado cultural, por isso deve ser disponibilizado para a sociedade, servindo para disseminar, preservar e conservar a memória e a identidade no local em que se insere, bem como a regional e a do país. A relevância de tais documentos se caracteriza por ser um bem coletivo de valor histórico, que reflete a cultura.

Para além da questão prática e da mudança física do patrimônio, existe a necessidade da mudança maior na salvaguarda dos documentos pelos centros de memória, uma vez que existe uma nova face das organizações e do trabalho, no que tange à divulgação instantânea e ao compartilhamento do fluxo de informações propiciadas pelas

novas tecnologias que emergem novas formas de gestão do conhecimento, por conseguinte, novos delineamentos ocorrem tanto na produção, organização, acumulação, eliminação, bem como à guarda dos documentos.

Torna-se fundamental aos centros de memória e/ou cultural compreenderem os benefícios do repositório digital, uma vez que é um serviço estratégico de informação, a fim de preservar, organizar e disseminar informações que constituem acervos que se constituem de grande importância para a sociedade na construção de sua história.

### **Repositórios digitais de Cultura na FCRB**

A existência de um modelo de gestão para o desenvolvimento e a circulação da cultura, a fim de torná-la acessível a todos é fundamental à sociedade e ao desenvolvimento do país. Junto a essa necessidade, também é importante refletir e investir em meios de divulgação e conservação de acervos, inclusive aqueles no campo das políticas culturais. Os repositórios digitais possuem papel importante nesse âmbito. A cultura é um direito e, principalmente se tratando de um Estado democrático, o investimento em políticas culturais e gestão, sob os parâmetros do acesso livre à informação, que visem o direito à cultura e o seu fomento, são fundamentais.

Os repositórios digitais são fundamentais para a preservação da memória e difusão científica de acervos, disponibilizados em arquivos, de diversos formatos, de uma instituição ou área de pesquisa. Proporcionam compartilhamento do conhecimento científico com a sociedade, independente de idade e níveis de renda e instrução.

Em uma sociedade cada vez mais conectada, interligada em tempo real, as fronteiras que separam nações, pessoas e saberes tornam-se praticamente inexistentes, uma vez que as informações podem ser acessadas em tempo real, graças aos crescentes avanços das novas tecnologias, tornando a internet um canal indispensável de comunicação em praticamente toda a vida em sociedade.

Na aproximação entre o local, regional e o global, o individual e o coletivo, que vem criando uma existência cada vez mais fragmentada, múltipla e multifacetada, na qual os indivíduos se constituem e se relacionam em rede, são estabelecidas conexões com extrema fluidez na exposição de ideias, compartilhamento de experiências, ou seja, de formas de comunicar. E isso se deve porque “a cultura e a comunicação são essenciais para o desenvolvimento das sociedades” (CABRAL; CABRAL FILHO, FREIRE, 2023, p.5).

Sendo assim, as informações ocorridas dentro da comunicação pública devem ser processadas para que seu uso seja acessado de maneira fácil e rápida, visando o desenvolvimento da pesquisa no que tange à memória e à história do Brasil, uma vez que elas impactam vários setores da sociedade que reverberam no presente e no futuro. Por isso, conhecer o ontem ajuda na compreensão do hoje e amanhã.

Nesse sentido, os Repositórios Digitais Culturais são essenciais para a comunicação, sobretudo a informação acessível aos pesquisadores e aos cidadãos, ou seja, à história e à memória, ampliando, sobremaneira, o conhecimento científico e, por conseguinte, evitando o esquecimento cultural. Por isso, as instituições utilizam repositórios digitais como um serviço de informação, visto que se configuram como um ambiente em que armazenam, disponibilizam e preservam seus documentos.

Com o apagamento cultural, muitos documentos desapareceram das páginas (web) de instituições federais, prejudicando o conhecimento sobre a cultura brasileira e tentando apagar a memória das políticas culturais e garantias da população em relação ao direito à cultura, garantido na Constituição federal e em acordos internacionais.

Apagar a cultura elimina o sentido de pertencimento, pois a memória desvanecida ocasiona um realinhamento da construção social. O apagamento torna-se parte integrante da luta no campo da memória nacional, sendo realizado na prática da seleção, da elaboração do que deve ser lembrado e esquecido, uma vez que o campo da cultura, onde a memória se insere, é de lutas, conflitos, disputas, tendo como objetivo determinar qual a narrativa e visão de passado se fomentará, ganhará status de memória oficial, legitimada pelo poder vigente.

Michael Pollak (1989, p.5) afirma que “essa memória ‘proibida’ e, portanto, ‘clandestina’ ocupa toda a cena cultural, o setor editorial, os meios de comunicação”. Para ele, a memória ou cultura nacional significa para o Estado um importante instrumento no interior do aparato que lhe serve de aporte, funciona como pilar de sustentação e de fortalecimento que continuamente vai construindo e tecendo a nação. Assim sendo, cabe questionar o apagamento recente de muitos documentos produzidos pelo Estado que desapareceram das páginas (web), uma vez que o apagamento pode levar ao esquecimento sobre a história, tornando-a permeada de subjetividade ou rupturas com determinados traços evocativos de um passado recente.

Não se pode ignorar que, desde 2016, a população vem sentindo o impacto político sobre a cultura brasileira. Com o golpe de 2016, o ex-presidente Michel Temer (2016-2018) extinguiu o Ministério da Cultura por Medida Provisória (MP) n. 726, de

12/5/2016, algo que não foi à frente graças ao protesto da sociedade brasileira, fazendo que 11 dias depois, dia 23/5/2016, fosse restabelecido através da MP n. 728, publicada na edição extra do Diário Oficial da União (DOU). (CABRAL, 2022a).

As perseguições políticas à cultura se mantiveram no país. Conforme registros feitos por Cabral (2022a, p. 12),

Com o fim do governo do ex-presidente Michel Temer e com as novas eleições presidenciais, o ex-deputado federal Jair Bolsonaro se tornou Presidente do Brasil e no primeiro dia de seu mandato extinguiu o Ministério da Cultura pela MP no 870, publicada em edição especial do DOU no dia 1/1/2019. No dia seguinte, a área cultural foi incorporada ao Ministério da Cidadania através da Secretaria Especial de Cultura, conforme Decreto 9.674, de 2/1/2019. Diante de resistências políticas, a Secretaria Especial de Cultura, no mês de novembro de 2019, foi para o Ministério do Turismo, em conformidade com o Decreto 10.107, de 6/11/2019, onde se mantém até hoje.

E foi exatamente na época que voltou a perseguição a área cultural, em 2016, que a Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), instituição federal de memória e cultura, junto com a Cátedra Unesco de Políticas Culturais e Gestão, criou o repositório temático Centro de Referência de Políticas Culturais dentro do repositório institucional, o Repositório Rui Barbosa de Informações Culturais (RUBI). Foi construído dentro da plataforma DSpace.

O Repositório do Centro de Referência de Políticas Culturais da FCRB começou a disponibilizar à sociedade documentos relacionados à área de políticas culturais, ganhando destaque na página principal do RUBI. Dividido em sete subcomunidades e 15 coleções, disponibiliza mais de 2500 documentos. As subcomunidades são: Cátedra; Entes Federados; Governo Federal; Política Cultural Global; Produção Acadêmica; Produção do Setor de Pesquisa em Políticas Culturais/FCRB; e Sociedade Civil. (CABRAL, 2022a).

Com a mudança de governo e a retirada do RUBI do ar (2021 a 2023), o grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC - CNPq/FCRB), do setor de pesquisa em Políticas Culturais da FCRB, criou cinco repositórios temáticos na plataforma Omeka, na versão gratuita, garantindo à sociedade brasileira uma parte da documentação disponibilizada no RUBI. Pois, foi preciso salvar toda a documentação que estava no RUBI e indexar cada documento na nova plataforma (Omeka).

Os repositórios criados na plataforma Omeka pelo grupo de pesquisa EPCC (CNPq/FCRB) são: Política Cultural Global; Produção científica sobre cultura; Cultura nacional; Cultura regional; e Cultura e sociedade civil. Eles são instrumentos de promoção de acervos de políticas culturais, uma vez que disponibilizam tanto os documentos produzidos pelo governo (federal, estadual e municipais) quanto os da sociedade civil.

Cada repositório digital criado tem como objetivos incentivar a produção de conhecimento, o livre acesso à informação e a preservação de acervos memoriais e institucionais ligados à área de Cultura. É um instrumento essencial para uma política de gestão, acessibilidade, direitos autorais, acesso ao patrimônio memorial e cultural e preservação de acervos que são disponibilizados por meio digital.

Os cinco repositórios, criados na versão gratuita da plataforma Omeka, passaram a espelhar os documentos do Centro de Referência de Políticas Culturais da FCRB (repositório temático dentro do RUBI). Eles foram criados a partir do projeto de pesquisa “Cultura, Comunicação e Informação na era digital” (2021), idealizado e coordenado por Eula Cabral, tendo como objetivo

mostrar como a cultura, a comunicação e a informação são encaradas pela sociedade, políticos e empresários na era digital. Leva-se em consideração as questões sociais, culturais, políticas, econômicas e tecnológicas, verificando-se como vem sendo tratado o tema pela ciência, pelo empresariado e pelo governo a partir de pesquisas bibliográficas, documentais, entrevistas e estudos de casos (CABRAL, 2021, p.1).

Os repositórios são feitos pelos bolsistas dos projetos de pesquisa “Cultura, Comunicação e Informação na era digital” (CABRAL, 2021) e “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (CABRAL, 2020) e pelos membros do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e Cultura (EPCC - CNPq/FCRB). A coordenação dos repositórios é feita por Eula D.T.Cabral, a edição de arte e conteúdo por Mariana F. Teixeira, Cintia A. dos S. Freire e Fabrício A.da Silva e a indexação dos documentos por todos os bolsistas e membros do grupo EPCC. Atividades desenvolvidas no setor de pesquisa em Políticas Culturais da Fundação Casa de Rui Barbosa.

No repositório Política Cultural Global (<https://politicaculturalglobal4.omeka.net/>) são disponibilizados dados, legislação e pesquisas sobre políticas culturais e gestão da cultura dos organismos públicos e sociedades internacionais, como a ONU. Ao todo tem-se cinco coleções (Colômbia - política y legislación; Brasil - política y legislación; Legislação Cultural Global; Ações da Política Cultural Global; Textos gerais) com mais de 190 documentos.

Em Produção científica trabalha-se com cultura, publicações digitais de livros, capítulos, teses sobre políticas culturais, gestão e direito à cultura. Hoje já são dois endereços diferentes, uma vez que a versão gratuita tem capacidade limitada em relação aos tamanhos dos documentos. No Produção Científica sobre Cultura (<https://producaocientifica.omeka.net/>) tem-se sete coleções (Curso EPCC - Repositórios

Digitais Culturais; Produção Científica EPCC - Economia Política da Comunicação e da Cultura; Teses, dissertações e monografias; Gestão Cátedra; Produção Cátedra; Produção do Setor de Pesquisa em Políticas Culturais/FCRB; Livros e capítulos) com 125 documentos. Já no Produção Científica sobre Cultura 2 (<https://producaocientifica3.omeka.net/collections/browse>) tem-se uma coleção, Produção Científica EPCC (Economia Política da Comunicação e da Cultura) com dois ebooks.

No repositório Cultura nacional trabalha-se com documentos sobre políticas públicas na área de Cultura que envolvem instituições, como Ministério da Cultura, da Educação (1930-85) e Secretaria Especial da Cultura. Já está em três endereços diferentes. No Cultura Nacional (<https://culturanacional4.omeka.net/>) tem-se quatro coleções (Fundação Casa de Rui Barbosa; IPHAN; Ministério da Educação - 1930-85; Ministério da Cultura - MinC) com 189 documentos. Em Cultura Nacional 2 (<https://culturanacional6.omeka.net/>) tem-se quatro coleções (CNPQ. MinC: Política cultural ofícios, projetos de lei, leis, anteprojetos, relatório de GT; ANCINE; Secretaria Especial da Cultura; Ministério da Cultura - MinC) com 402 documentos. Já em Cultura Nacional 3 (<https://culturanacional8.omeka.net/>) tem-se também quatro coleções - Ministério da Cultura (MinC); Secretaria Especial da Cultura; ANCINE; IPHAN – com 54 documentos.

Em Cultura regional (<https://culturaregional.omeka.net/>) trabalha-se com dados sobre políticas públicas de cultura dos Estados, Distrito Federal e municípios brasileiros. São cinco coleções (Legislação Municípios; Divulgação Municípios; Legislação Estados e DF; Programas, ações e relatórios Estados e DF; Divulgação Estados e DF) com 166 documentos.

Já em Cultura e sociedade civil (<https://culturasociedadecivil.omeka.net/>), são disponibilizados documentos sobre ações, projetos e divulgação da sociedade civil. São duas coleções (Divulgação da sociedade civil; Ações e projetos da Sociedade Civil) com 19 documentos.

Para conhecer melhor os repositórios que vêm sendo feitos pelos bolsistas do projeto, foi feita a exposição virtual “Cultura no bicentenário da Independência do Brasil” (<https://epccbrasil.wixsite.com/exposicaoculturaepcc>) fazendo uma amostra de seis documentos de cada repositório.

## **Considerações finais**

O trabalho nos repositórios permite divulgar uma ampla documentação produzida no âmbito da cultura, tornando-a acessível aos pesquisadores e à sociedade, podendo, além de ser consultada pelo usuário, também ser feito o *download* do documento em qualquer computador, em qualquer lugar do mundo. Além disso, ao inserir essa documentação em um repositório digital institucional, que é constantemente alimentado, além de contribuir para a sua democratização, levando em conta um debate de importância mundial sobre o acesso livre à informação, é fundamental para auxiliar na conservação e preservação da documentação a longo prazo.

É importante destacar que as instituições de cultura e de memória precisam disponibilizar à sociedade seus documentos, permitindo a recuperação da informação, atendendo aos diversos interesses da população. Nesse sentido, é vital que sejam construídos repositórios digitais culturais e mantido o trabalho de captação e indexação de documentos. Pois, todo documento é uma fonte histórica e sua preservação é fundamental à preservação da memória.

Como foi observado, os lugares de memória podem auxiliar na reconstituição e reivindicação da história. Assim, o repositório digital é fundamental para a sociedade, pois é um lugar de memória, de preservação, além de um importante espaço de democratização da informação.

Dessa forma, os repositórios digitais se configuram como um aliado fundamental para a elaboração da proteção da informação, uma vez que a partir do arquivamento seguro e de curadoria digital, disponibilizada de forma online, podem ser acessados por qualquer pessoa em qualquer lugar, possibilitando a criação de novos serviços de informação para gestores e pesquisadores, redes de repositórios e o reuso dos dados. Faz-se, assim, de vital importância investir em políticas culturais e em gestão, levando em consideração o acesso livre à informação.

Termos como “preservação”, “conservação” e “memória” têm várias significações, entretanto são as ações para a preservação e restauração de acervos de diversas naturezas que salvaguardam a memória coletiva. A criação dos centros de memória nas instituições públicas e privadas, bem como os repositórios digitais, cumprem importante papel ao preservar, organizar e disponibilizar a informação mais próxima do pesquisador e de todos os membros da sociedade para a construção de conhecimento, transformando a informação especializada em conhecimento público.

Os repositórios digitais, assim como as bibliotecas digitais, são essenciais para democratização dos acervos, pois possibilita que o indivíduo tenha acesso a um determinado documento ou objeto digital em qualquer lugar do mundo a partir do computador. Além disso, é um instrumento que também contribui para a preservação do documento, afinal, além de salvaguardá-lo em sua versão digital, reduz o contato humano direto com o papel físico, contribuindo para sua preservação a longo prazo.

Outra questão a se destacar é o processo de globalização, que vem levando à fragmentação de códigos culturais, fazendo com que as culturas nacionais se tornem mais expostas às influências externas. No entanto, as trocas de informações e culturas estão em um dinamismo nunca antes visto na história da humanidade, já que o desenvolvimento social e cultural também estão relacionados ao acesso à informação digital e, por isso, um repositório digital de acesso aberto, como os que vêm sendo feitos na FCRB são fundamentais, sobretudo, no que se refere à ampla circulação da informação científica produzida na instituição, uma vez que todo documento é uma fonte histórica. Seu acesso, bem como sua preservação são fundamentais à manutenção da memória cultural do Brasil.

### **Referências bibliográficas**

CABRAL, Eula D.T. Cultura na era digital: arquivos sobre cultura em plataformas digitais. In: CABRAL, Eula D.T. (org). **Nos rastros da Cultura, da Comunicação e da Informação**. Coleção Comunicação, Cultura e Informação - Vol.3. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2022a. P. 11-26. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em: 8 mai. 2023.

CABRAL, Eula D.T. (org.). Cultura, comunicação e informação na era digital: temas sob análise científica para entender o cenário brasileiro. In: CABRAL, Eula D.T. (org.). **Nos trilhos da cultura e da comunicação**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022b. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em 8 de mai. 2023.

CABRAL, Eula D.T. **Cultura, Comunicação e Informação na era digital**. Rio de Janeiro: FCRB, 2021. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em: 8 mai. 2023.

CABRAL, Eula D.T; CABRAL FILHO, Adilson V; FREIRE, Cintia A.S. **Televisão: uma nova forma, a mesma fórmula**. Anais, Compolítica, 2023. Disponível em: <http://compolitica.org/novo/anais-2023/>. Acesso em 15 de jun. 2023.

CABRAL, Eula D. T; FREIRE, Cintia A. S.; ALVES, Thainá Q. A cultura e as políticas culturais nos programas de governo do PT e do PDT nas eleições presidenciais de 2018. In CABRAL, Eula D.T.(Org.). **Comunicação, Cultura e Informação em perspectiva**. Divinópolis, MG: Meus Ritmos Editora, 2020. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em: 8 mai. 2023.

- CALABRE, Lia. Política Cultural no Brasil: um breve histórico. In: CALABRE, Lia. **Políticas culturais: diálogo indispensável**. Vol. 1. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2003.
- CALABRE, Lia. **Escritos sobre políticas culturais**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2019. Disponível em: [https://www.gov.br/casaruibarbosa/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/pdfs/escritos-sobre-politicas-culturais\\_miolo2.pdf](https://www.gov.br/casaruibarbosa/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/pdfs/escritos-sobre-politicas-culturais_miolo2.pdf). Acesso em 3 de fev. de 2023.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**. São Paulo. vol. 10, 1993.
- POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro: Vértice, v. 2, n.3, 1989. Disponível em: [https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/819737/mod\\_resource/content/1/POLLAK%20%20Michael%20%E2%80%93%20Mem%C3%B3ria%20%20esquecimento%20%20sil%C3%A2ncio.pdf](https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/819737/mod_resource/content/1/POLLAK%20%20Michael%20%E2%80%93%20Mem%C3%B3ria%20%20esquecimento%20%20sil%C3%A2ncio.pdf). Acesso em: 08 de fev de 2018.
- SANTOS, Henrique Machado dos; FLORES, Daniel. Os impactos da obsolescência tecnológica frente à preservação de documentos digitais. **Brazilian Journal of Information Science**, Vol.11, Nº 2, em 2017.
- TEIXEIRA, Mariana Franco. O Centro de Referência de Políticas Culturais da FCRB no repositório digital Omeka. In: CABRAL, Eula Dantas Taveira. (Org.). **Nos rastros da Cultura, da Comunicação e da Informação**. Divinópolis: Meus Ritmos Editora, 2022, v. 3, p. 79-88.

# Arquivos pessoais e a instituição de custódia: um estudo de caso do fundo Ubaldino do Amaral

Gabriela de Souza Pascoal

As reflexões que serão desenvolvidas ao longo deste trabalho surgiram a partir da disciplina “Paradigmas Culturais Hoje”, ministrado pela prof<sup>a</sup> Eula D.T.Cabral, no Programa de Pós Graduação em Memória e Acervos da Fundação Casa de Rui Barbosa no ano de 2022. Na qual foi possível analisar a forma de acesso voltada para os arquivos pessoais, realizado por uma instituição de custódia, levando em consideração que os arquivos de personagens importantes, no desenvolvimento da nossa atual composição de sociedade, permite maior compreensão da nossa trajetória enquanto sociedade e auxilia a pesquisa histórica e social.

O arquivo, seja ele a instituição de guarda ou o suporte em que está registrada a informação, serve de auxiliar e prosperador da pesquisa, que é necessária para a construção da memória e continuação dos debates e estudos do passado, como fonte de experiência e exemplo. Os arquivos produzidos por pessoas, como fonte de prova e testemunho do passado, são peças fundamentais para compreensão da sociedade, pois eles refletem ações e funções exercidas pelo titular, quanto das pessoas e os meios que ele se relacionava.

Dentro do contexto do documento, com a função social da pesquisa, os arquivos pessoais têm ganhado grande evidência nos últimos tempos. Uma vez que eles são documentos produzidos por pessoas no decorrer de suas múltiplas atividades e servem de testemunho e prova das ações do passado. E quando estamos falando de pessoas públicas, que tiveram certa influência para a história, esses arquivos aguçam a curiosidade do povo para compreensão além da atuação profissional, e também das suas características e personalidade pessoal.

Para que esses arquivos cumpram sua função e a população tenha acesso, é preciso que alguma instituição faça a custódia, visando a preservação e difusão desse acervo. As instituições de custódia crescem na sociedade no momento que é preciso guardar esses documentos, visando acrescentar conhecimento sobre o passado e fazer com que não seja esquecido. Pierre Nora (1993) conceitua esses locais como lugares de memória, espaços que emanam vida, que guardam objetos auxiliares da memória e influenciam a cultura social.

À medida em que desaparece a memória tradicional, nós nos sentimos obrigados a acumular religiosamente vestígios, testemunhos, documentos, imagens, discursos, sinais visíveis do que foi, como se esse dossiê cada vez mais proflero devesse se tornar prova em não se sabe que tribunal da história (NORA, 1993, p.15).

É de extrema importância que esses lugares existam e tenham capacidade de guardar, preservar e dar acesso a esses documentos. Uma vez que é necessário tratamento documental funcional, visando o acesso pelo público e respeitando o momento de produção, o contexto do produtor e da época em que foi produzido. Tudo precisa estar interligado e respaldado pelo Estado, para que essas instituições tenham livre poder para fazer da maneira correta, mas com recursos financeiros que permitam estar à disposição da sociedade.

O arquivo não é somente um repositório para documentos do passado, mas também um lugar onde o passado é construído e produzido. Essa construção não depende apenas de interesses sociais, políticos e culturais, mas é essencialmente codeterminada pelos meios de comunicação e pelas técnicas de registro (ASSMANN, 2011, p.25).

Todo o processo de tratamento documental precisa estar alinhado com valores e técnicas que reproduzam da maneira mais fiel a intenção e a verdade daquele titular. Esses documentos precisam estar a serviço do povo, para que nós ocupemos esses espaços e tenhamos consciência do nosso passado. Isso é cultura, a população ocupando espaços que pertencem a ela e compreendendo seu passado. Vai muito além de apenas ter conhecimento, é a possibilidade de senso crítico, de pensar fora da caixa e de se reconhecer na sociedade.

Nesta pesquisa iremos abordar a vida e carreira de Ubaldino do Amaral Fontoura (1842-1920), personagem muito importante para a compreensão de algumas mudanças do século XIX para o século XX, a organização física e intelectual do seu acervo que está custodiado pela Fundação Casa de Rui Barbosa, e como essas nuances atuam diretamente no conceito de cultura.

### **Cenário – econômico, político, social e cultural**

No final do século XIX e início do século XX, o Brasil passou por diversas mudanças concretas no âmbito cultural e social. Nós estávamos passando por transições significativas, que ditaram os avanços e atrasos que conseguimos perceber até os dias atuais. Foi nesse período que houve a proclamação da república e a abolição da escravatura. Dois pontos que alteraram toda a nossa antiga realidade, fazendo com que toda uma estrutura fosse alterada afetando diretamente o conceito de nação.

[...] a consolidação da nação e do Estado brasileiros teria a duração de um século XIX curto, para usar a fórmula de Eric Hobsbawm, pois terminaria em 1888, quando a abolição da escravidão trouxe afinal a igualdade civil à totalidade da população do país (ALENCAR, 2010, p. 11).

Pensar um período onde pessoas não tinham os mesmos direitos e eram vistas como inferiores em toda uma estrutura política, social e econômica, parece muito distante. Mas esse período ocorreu em menos de 150 anos atrás, no século XIX, onde houve essa mudança que os grupos sociais que detinham o poder consideravam normal precisaram rever todos os seus comportamentos.

A sociedade brasileira foi regida por hábitos e culturas vindas da Europa, uma vez que os portugueses chegaram e ditaram as regras e o modo de viver aqui. Conforme desenvolve Terry Eagleton, 2011, p.40:

Devemos a nossa moderna noção de cultura em larga medida ao nacionalismo e ao colonialismo, bem como ao desenvolvimento de uma antropologia ao serviço do poder imperial. Sensivelmente no mesmo momento histórico, a emergência da cultura «de massas» no Ocidente conferiu ao conceito uma urgência acrescida.

Todo o período de colonialismo e imperialismo no Brasil tem influências até os dias de hoje, pois não conseguimos ter uma noção de identidade plena dos povos que se originaram aqui. Quando encerra esse período, surge o nacionalismo, que vem com a ideia de buscar essa identidade própria e valorização do povo brasileiro. Mas por toda essa construção social anterior, muitas vezes reconhecemos como superior o que vem de fora, principalmente Europa e Estados Unidos. Como se o que produzimos aqui não fosse cultura e não merecesse o reconhecimento das elites, que, conseqüentemente, detêm o poder e ditam o que deve ocupar os espaços destinados à cultura.

As indagações, as organizações e as ações ditas culturais representam ao mesmo tempo sintomas e respostas com relação a mudanças estruturais na sociedade. A interpretação desses signos, cuja espécie prolifera, remete inicialmente ao seu funcionamento social (CERTEAU, 2012, p. 192 e 193).

Michel de Certeau aborda a questão das mudanças que ocorrem na sociedade e como isso influencia no comportamento social. Essas mudanças não ocorrem sem algum sentido, elas ocorrem a partir do descontentamento da população acerca de algum assunto. A mudança vem a partir de um vazio e de uma necessidade da população, e em relação à cultura, vem de uma necessidade de se sentirem pertencentes e ocuparem espaços que pertencem a elas, mas que muitas vezes não são permitidos.

Nos dias atuais, com o avanço das tecnologias e políticas públicas voltadas para a inclusão social, existe uma maior democratização da cultura. Mas nos séculos anteriores “a imprensa jornalística era um dos principais instrumentos utilizado pelo movimento republicano na construção da consciência política” (SILVA, 2007, p. 100). Diferente de

como vemos hoje, nesse período as pessoas só tinham os jornais para se informarem, então o que era publicado tinha grande difusão entre as pessoas.

Para além dos meios de comunicação, as mudanças sociais ocasionaram mudanças reais no cotidiano da sociedade. E a globalização veio para aumentar o fluxo em que essas mudanças ocorrem. Hall (1997) comenta amplamente sobre como a vida das pessoas se transformam a partir de mudanças sociais e como a cultura é um instrumento para legitimar essa população. Quando os hábitos, saberes e práticas de grupos menores conseguem se propagar, ocasiona ainda mais mudanças positivas para essas pessoas. “[...] as revoluções da cultura em nível global causam impacto sobre os modos de viver, sobre o sentido que as pessoas dão à vida, sobre suas aspirações para o futuro – sobre a “cultura” num sentido mais local” (HALL, 1997, p.18).

Uma vez que fomos ensinados a idolatrar e a consumir o que vem de fora, a globalização aumenta a forma como a cultura de outros lugares ocupam espaços no cotidiano do brasileiro. Mas, ao mesmo tempo, também consegue permitir que grupos, muitas vezes esquecidos e não valorizados, ocupem um espaço na sociedade, mostrando a riqueza e ensinamentos que esses hábitos e costumes têm a acrescentar na cultura local, expandindo para outros meios.

Stuart Hall (2006) define que a principal distinção entre as sociedades tradicionais e as sociedades modernas é justamente a mudança. Enquanto uma tem padrões repetitivos e grande dificuldade para mudanças, a outra está em constante mudança, o tempo todo, de forma rápida e permanente.

Essas sociedades modernas, onde conseguem ter maior acesso e conhecimento de outras realidades, deixaram de lado a imagem de uma só cultura, de uma cultura elitizada e voltada para pessoas com poder. É possível observar essa mutação de algo que era único para compreender que o indivíduo é formado de diferentes características e gostos, e que estão em constante mudança. Não permitindo se anular ou ser esquecido, olhando o todo e querendo mudanças para que se reconheçam nos ambientes sociais.

### **O lugar da cultura na legislação**

Cultura não é algo superficial ou voltado para o lazer. Cultura é direito e sua preservação e acesso estão na Constituição federal de 1988, a constituição que rege os direitos e deveres dos cidadãos brasileiros. Mas, para além disso, a cultura está em diferentes aparatos legais. Mas, por que é necessário legislar tanto sobre algo que está

intrínseco no indivíduo? Todos esses instrumentos jurídicos se dão para tentar minimizar as discrepâncias sociais e lutar contra a indústria, que está sempre visando o lucro e disseminando uma cultura voltada para as massas.

Essa massificação da cultura é extremamente perigosa para certos grupos, uma vez que eles são deixados de lado, perdendo até a noção de identidade. Marilena Chaui (2008) analisa brilhantemente do modo que “a cultura como atividade social que institui um campo de símbolos e signos, de valores, comportamentos e práticas”. Ela aborda essa temática trazendo à tona como o indivíduo, tanto de forma individual como no coletivo, se compreende a partir de práticas que precisam se perpetuar para e com o incentivo da cultura.

Eula Cabral (2020), no texto “Comunicação, cultura e informação como direitos humanos”, inicia questionando a prática e se realmente todos são livres e iguais com dignidade e direitos conforme define a Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948. Esse é um questionamento válido, uma vez que temos uma sociedade que segue lutando por direitos desde sua existência. Os três pontos abordados no texto estão interligados, uma vez que uma coisa não existe sem a outra. É preciso que a sociedade tenha acesso à comunicação, cultura e informação de forma consciente e ocupando esses espaços. De acordo com Marilena Chaui (2008, p.69),

A sociedade democrática institui direitos pela abertura do campo social à criação de direitos reais, à ampliação de direitos existentes e à criação de novos direitos. Eis porque podemos afirmar que a democracia é a sociedade verdadeiramente histórica, isto é, aberta ao tempo, ao possível, às transformações e ao novo.

É necessário que a gente entenda que para ocorrer essas mudanças sociais e que todos tenham os mesmos direitos, o Estado democrático de direito precisa intervir. Mas da maneira certa, não definindo o que deve ser considerado cultura ou não, e sim compreendendo que o Brasil é plural, que está em constante transformação e que toda a população merece ter dignidade e as mesmas oportunidades.

Si observamos la historia reciente de la constitución de los distintos Estados em América Latina, se demuestra cómo numerosos aspectos identitarios de los pueblos autóctonos (lenguas, platos típicos, vestimentas...) fueron brutalmente reprimidos (ALBORNOZ; LEIVA, 2017, p.27).

Por esses povos, que já sofreram muito e que por muito tempo estiveram à margem da sociedade, é preciso ter leis que cumpram a função social de permitir que eles sejam vistos, respeitados e inseridos na sociedade. É importante trazer para a discussão que todos devem ter os mesmos direitos, mas que, para isso ocorrer de maneira igualitária, é preciso recuperar o passado, para compreensão de onde nós viemos e para onde gostaríamos de ir.

### **Titular do arquivo e a instituição de custódia**

O titular do arquivo, Ubaldino do Amaral Fontoura, que é o objeto deste trabalho, nasceu em 1842, na cidade da Lapa, no Paraná, uma das cidades mais históricas do estado, com diversos bens tombados. Filho de Francisco das Chagas do Amaral Fontoura e de Gertrudes Pilar do Amaral Fontoura, em 1869, conheceu Rosa Cândida de Oliveira, com quem se casou. Após a conclusão da graduação passou a residir em Sorocaba (SP).

Ubaldino se formou em Direito na faculdade de São Paulo em 1867 e atuou como jurista, advogado e professor. Além de possuir uma carreira política extensa, sendo vereador, prefeito do antigo distrito federal, senador três vezes pelo Paraná e ministro do Supremo Tribunal Federal, ele também foi árbitro do Brasil nos Tribunais Mistos Brasileiro-Boliviano e Brasileiro-Peruano, buscando o melhor para seu país e apaziguando conflitos. Para além dos cargos políticos, foi também presidente do Banco do Brasil, inspetor de Alfândega e obteve renome no âmbito jurídico ao integrar comissões de instituições literárias e científicas no país e no exterior.

Tendo como característica marcante, Ubaldino lutou por mudanças reais na sociedade brasileira, era maçom e militante republicano e abolicionista. Fundou em Sorocaba os jornais “O Sorocabano” e “Ipanema”. Defendeu a construção da Estrada de Ferro Sorocabana e também fundou uma série de instituições filantrópicas.

É um personagem histórico significativo para o Brasil, tendo como lembrança institucionalizada uma via movimentada com seu nome, em Curitiba, a Rua Ubaldino do Amaral, e, em Sorocaba, a rua Dr. Ubaldino do Amaral, no centro da cidade. Também tem seu nome como patrono da Fundação Ubaldino do Amaral (FUA)<sup>138</sup>, por ter sido um dos fundadores da Perseverança III e da Estrada de Ferro Sorocabana que foi constituída oficialmente no dia 31 de julho de 1964, dentro da Loja Maçônica Perseverança III, de Sorocaba (SP).

A Fundação Casa de Rui Barbosa, local que abriga o arquivo de Ubaldino do Amaral, surgiu como um museu casa pelo Decreto n.º 17.758, de 4 de abril de 1927, que “cria o Museu Ruy Barbosa e aprova o seu regulamento”, e inaugurada em 13 de agosto de 1930. É importante ressaltar que o conceito museu casa foi criado com fim cultural e educacional de habitações que já serviram de moradia, sendo preservadas com o objetivo de valorizar o passado, utilizando essas moradias com outro fim, voltada para a

---

<sup>138</sup> A Fundação Ubaldino do Amaral (FUA) é uma entidade sem fins lucrativos, voltada para o desenvolvimento da filantropia, com sede na cidade de Sorocaba, interior de São Paulo. Disponível em: <https://www.fua.org.br/>

sociedade. Local situado no bairro de Botafogo, no Rio de Janeiro, em 1966, acontece a alteração de museu casa para fundação, estando vinculada ao Ministério da Cultura.

A instituição desde o início existe com o objetivo de perpetuar o legado e acervo do jurista e político Ruy Barbosa. Consequentemente, o local tem a missão e valores voltados para o perfil do ex-proprietário, buscando o compromisso com o cidadão e valorização da cultura brasileira<sup>139</sup>. Ao longo do tempo, outros acervos foram adquiridos, e a fundação foi crescendo. Mantendo sempre seu objetivo de preservação e tratamento documental histórico e social, voltado para a pesquisa e fomento intelectual.

### **Classificação e organização do arquivo**

Para comentar a organização de um arquivo, tanto a forma física como intelectual, foi necessário apresentar quem foi seu produtor e/ou acumulador e a instituição que faz a custódia desses documentos. Todas essas questões estão relacionadas quando falamos de documentos produzidos por pessoas. Pois, interfere diretamente em como esse arquivo foi acumulado, em cima de quais critérios e valores a instituição realizou essa guarda e a relevância do produtor para a sociedade brasileira.

Um arquivo pessoal de uma figura tão marcante como o Ubaldino do Amaral deve estar custodiado numa instituição que represente sua personalidade e ações durante sua trajetória. A custódia desses documentos na Fundação Casa de Rui Barbosa se justifica e se apoia na ligação pessoal e profissional com o antigo proprietário do local, mantendo os laços criados ainda no século passado.

Os documentos do Ubaldino do Amaral, custodiado pela Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), reúnem correspondências do titular com diversas figuras políticas da época, em que demonstram grande reconhecimento por seu trabalho. Além de publicações em jornais retratando suas ações pessoais e políticas, e alguns documentos oficiais comprovando ações públicas, de acordo com as funções que ele exercia.

O arquivo está dividido a partir do nível maior, fundo Ubaldino do Amaral Fontoura, seguindo por séries, subséries, dossiês e o item documental, que corresponde ao código específico do documento dentro dessa classificação, conforme ocorre no arranjo de documentos de valor permanente, visando a organização física e intelectual desse conjunto documental.

---

<sup>139</sup> Valores e missão Fundação Casa de Rui Barbosa. Disponível em: [http://antigo.casaruibarbosa.gov.br/interna.php?ID\\_S=73&ID\\_M=72#:~:text=1927%20%2D%20Cria%20do%20Museu%20Rui,9%2F01%2F1928](http://antigo.casaruibarbosa.gov.br/interna.php?ID_S=73&ID_M=72#:~:text=1927%20%2D%20Cria%20do%20Museu%20Rui,9%2F01%2F1928).

As séries constituem os documentos produzidos a partir dos campos de atuação profissional de Ubaldino e os documentos de interesse pessoal. As séries que correspondem ao campo profissional são: Banco do Brasil, período em que ele foi presidente da instituição, de 1909 a 1910, são 59 documentos. Arbitragem que está dividida em duas sub-séries: Arbitragem Comercial e Arbitragem Internacional, onde Ubaldino do Amaral Fontoura atuou como árbitro, abrangendo o período de 1903 a 1918 e ainda está dividida em dossiês para conseguir especificar ainda mais. A série Questões de limites entre Paraná e Santa Catarina que é composta de doze documentos compreendidos entre 1895 e 1917. Além de Companhia Sorocabana, que é composta de 23 documentos, abrangendo o período de 1870 a 1875.

Já os documentos de interesse pessoal, estão organizados de acordo com a acumulação, são eles: série documentação complementar, 42 documentos a partir do falecimento em 1920 a 1959, como artigos de jornais e homenagens; documentos diversos contendo 38 documentos de 1890 a 1973 que sozinhos não formavam uma única série mas que tem publicações sobre o Ubaldino; correspondência, que é composta de 237 documentos, abrangendo o período de 1868 a 1918, onde o titular do acervo trocou cartas com figuras públicas da época; produção intelectual, com 20 documentos de 1865 a 1910, que é dividida em dois dossiês, um é a produção intelectual do titular e o outro dossiê é a produção intelectual de terceiros, a partir de referências a ele. Além de a série partido republicano, que tem 11 documentos, de 1876 a 1902, que evidenciam a atuação do titular nesse movimento.

Todo o processo de tratamento documental constituiu desde a higienização e acondicionamento do documento físico até a identificação e descrição dos documentos para indexação na base de dados, com vocabulário controlado, permitindo a consulta de forma remota. Desde 2006, esse acervo está disponível para consulta na Base de Dados da FCRB e também é possível fazer a pesquisa no próprio local.

Na base de dados da Fundação é possível analisar os documentos separados de acordo com suas categorias e possui uma descrição de cada documento para melhor compreensão do assunto que está sendo abordado. A história do produtor e o histórico de aquisição dos documentos não constam de forma pública na base de dados, não permitindo o contexto real do histórico desse acervo. Como os documentos, em sua grande maioria, são manuscritos por conta da época, facilitaria caso tivesse uma transcrição no site, já que nem todo pesquisador tem conhecimento de paleografia.

## Trabalhos que representam o arquivo

Para representar Ubaldino do Amaral e seu acervo, selecionamos dez documentos<sup>140</sup> que conseguem expressar a relevância que essa figura pública tinha na sociedade e seus feitos para o povo brasileiro. Dentre os documentos disponíveis no site da FCRB, esses tiveram destaque por representar um pouco cada função que essa figura pública atuou pelo nosso país, para mostrar como suas ações influenciaram nas mudanças da época e transmitem o indivíduo dentro desse profissional.

Figura 1 – Recorte de Jornal sobre o falecimento de Ubaldino Figura 2 - Recorte de jornal sobre o centenário



Fonte: Arquivo Ubaldino do Amaral Fontoura, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022.

A escolha dessas duas figuras se deu para evidenciar a importância social e pública que Ubaldino tinha na sociedade brasileira quando faleceu, em 1920, e continuou tendo após sua morte, quando completaria 100 anos de vida, em 1942, em seu centenário natalício. Em ambos os casos, tiveram diversas publicações em jornais, meio de

<sup>140</sup> Todos os documentos abordados neste trabalho estão disponíveis no site da Fundação Casa de Rui Barbosa. Disponível em: <http://www.docvirt.com/DocReader.net/DocReader.aspx?bib=FCRBUbaldino&id=3236104753687&pagfis=2278>

comunicação mais usado na época, para prestar homenagens e demonstrar o prestígio das ações realizadas por ele e seu legado.

Figura 3 – Publicação no Diário Oficial contendo assuntos relacionados às negociações entre Bolívia e Brasil



Fonte: Arquivo Ubaldino do Amaral Fontoura, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022.

Esse documento foi escolhido para representar o dossiê “Arbitragem Internacional: tribunal arbitral brasileiro Boliviano”, por ser um documento oficial, uma publicação no Diário Oficial contendo assuntos relacionados às negociações entre esses dois países, incluindo o Tratado de Petrópolis.

Esse tratado teve sua assinatura em 17 de novembro de 1903 e foi aprovado pelo Congresso Nacional em 1904, estabelecendo os limites de território do Brasil e Bolívia, incluindo formalmente o atual estado do Acre como pertencente ao território brasileiro. Foi preciso extensa negociação para que chegassem a essa conclusão, pois de início eram somente negociações sobre permuta de território. Ubaldino do Amaral fez parte dessa comissão de árbitros a partir de 1907 representando o Brasil e foi peça fundamental para a finalização desta comissão de forma proveitosa e pacificada.

Figura 4 - Telegrama de José Pereira dos Santos Andrade, político da época, pedindo que ele aceite a

reeleição como senador pelo Paraná



Fonte: Arquivo Ubaldino do Amaral Fontoura, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022.

Figura 5 - Telegrama de Affonso Alves de Camargo, Vice-presidente do estado do Paraná comunicando a resolução pelo presidente da república sobre a questão do limite territorial entre Santa Catarina e Paraná



Fonte: Arquivo Ubaldino do Amaral Fontoura, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2023

Conforme pode se observar nas figuras 4 e 5, Ubaldino do Amaral era bem-visto, bem relacionado, possuía valores firmes e fazia diferença por onde passava, não querendo

se estagnar numa só função. Esses telegramas de José Pereira dos Santos Andrade, político da época, pedindo que ele aceite reeleição como senador pelo Paraná, e de Affonso Alves de Camargo, vice-presidente do estado do Paraná, comunicando a resolução pelo presidente da república sobre a questão do limite territorial entre Santa Catarina e Paraná, onde Ubaldino atuou como advogado e conciliador, servem de exemplos para comprovar sua influência dentro do campo político.

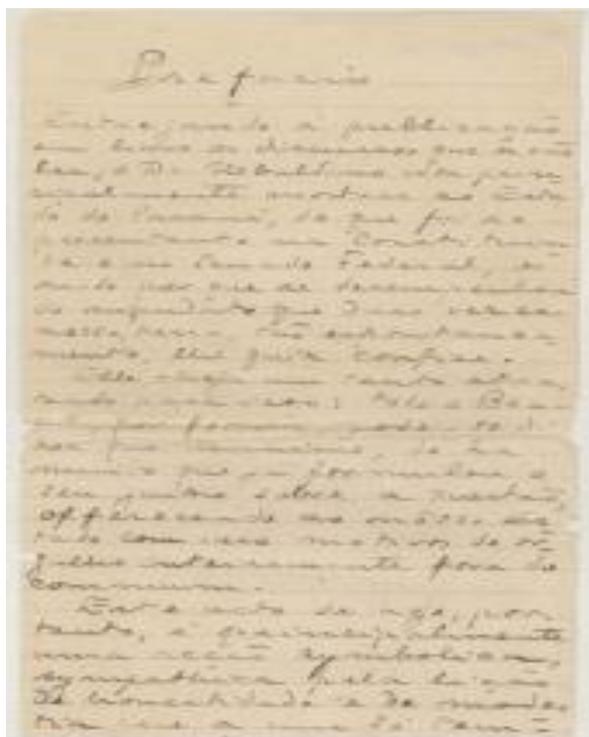
Figura 6 - Ofício nº 2140, em italiano, expedido por Alexandre Bavona (Árbitro Presidente do tribunal arbitral brasileiro - peruano) para Ubaldino do Amaral Fontoura (árbitro representante do Brasil)



Fonte: Arquivo Ubaldino do Amaral Fontoura, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022.

Os documentos oficiais servem como artifício de prova, mas eles não servem somente para comprovar uma ação formal, é possível, através do estudo desses documentos, observar períodos, pessoas, trazendo o contexto da época, ver para além da resolução final acordada entre as partes, compreendendo todo o processo. A partir da observação da figura 6, o ofício nº 2140, em italiano, expedido por Alexandre Bavona (Árbitro Presidente do tribunal arbitral brasileiro - peruano) para Ubaldino do Amaral Fontoura (árbitro representante do Brasil), é possível observar através da comunicação e elogios ao trabalho do destinatário o quanto ele era respeitado e o quanto foi importante sua atuação como árbitro representando o Brasil.

Figura 7 - Prefácio de um livro que reúne os discursos dele / Figura 8 - Fascículo nº 1 de um ensaio que aborda a vida de homens significativos para política e literatura



Fonte: Arquivo Ubaldo do Amaral Fontoura, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022.

Ubaldo do Amaral era um homem influente, que exerceu diferentes funções em cargos políticos e deixou um legado para os grupos que vieram depois dele. A figura 7,

que é um prefácio de um livro, reúne os discursos dele e a figura 8, que é o fascículo nº 1 de um ensaio que aborda a vida de homens significativos para política e literatura, se deu para evidenciar os diferentes campos de atuação de Ubaldino e como o espaço social que ele estava inserido, auxiliou para que ele tivesse todo esse destaque.

O meio social que ele estava inserido é marcado por nomes relevantes para a história do Brasil, pessoas que estavam presentes em diferentes transformações sociais. E a aproximação com essas pessoas se dá pela identificação pessoal. Por mais que o lado profissional seja parecido, nesse caso, vai muito além disso. Ubaldino pertencia a um grupo que estava insatisfeito com a política no país e que juntos buscavam fazer a diferença.

A identidade é definida como o conjunto dos repertórios de ação, de língua e de cultura que permitem a uma pessoa reconhecer sua vinculação a certo grupo social e identificar-se com ele. Mas a identidade não depende somente do nascimento ou das escolhas realizadas pelos sujeitos. No campo político das relações de poder, os grupos podem fornecer uma identidade aos indivíduos (WARNIER, 2003, p. 16 e 17).

Todas essas relações se explicam a partir do momento que essas pessoas se juntam em busca de mudança. Eles não se reconheciam na prática social, política e econômica da época. Formando um grupo nacionalista que queria encontrar a identidade do povo brasileiro e compreendia a pluralidade da nossa nação. Por serem pessoas influentes e da elite brasileira, as mudanças foram possíveis, porque ainda mais naquela época a elite era quem controlava o poder.

Cesar Bolaño (2015) evidencia a problemática cultural no Brasil a partir da colonização portuguesa no nosso país, dando exemplos claros de como isso influenciou e ainda influencia na caracterização de uma cultura brasileira, uma vez que durante muito tempo a nossa cultura foi vista como inferior enquanto a cultura europeia se dissipava e crescia no nosso território. Isso gerou uma falta de senso de identidade e um sentimento de inferioridade, principalmente dos povos indígenas e africanos, que perderam até a sua língua original.

Ubaldino do Amaral sempre deixou claro a sua opinião sobre não existir um povo superior, e sempre lutou pelos direitos das minorias. Ele era um abolicionista que usou a legislação para conseguir, de alguma forma, mudar o preconceito e a escravidão dos povos pretos. O documento selecionado para exemplificar o quanto ele foi fundamental para a abolição da escravatura em 1888 é a figura 9, o discurso como orador do Clube Tiradentes na festa comemorativa da data de 21 de abril de 1894. Na época ele era senador e figura representativa nesse avanço do país.

Figura 9 - Discurso como orador do Clube Tiradentes na festa comemorativa da data de 21/4/1894



Fonte: Arquivo Ubaldino do Amaral Fontoura, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2022.

O conceito de povo permanece, no entanto, relativamente próximo àquele elaborado anteriormente, uma vez que o brasileiro seria constituído por este elemento popular oriundo da miscigenação cultural. Identidade nacional e cultura popular se associam ainda aos movimentos políticos e intelectuais nos anos 50 e 60 e que se propõe redefinir a problemática brasileira em termos de oposição ao colonialismo. (ORTIZ, 1985, p.128).

O que torna o Brasil um país plural é justamente essa miscigenação cultural, já que diferentes povos, vindo de diferentes maneiras, ocuparam o país e fizeram dele seu lar. É preciso o entendimento de todas essas diferenças para compreender a cultura no nosso país, que além de ser enorme na questão territorial, também é enorme nos hábitos, práticas, religiões, costumes, crenças... Tudo isso torna o nosso país único e tão rico no sentido cultural.

Com esse viés político, Ubaldino fez parte do partido republicano desde o início e esteve presente na transição de monarquia para república, em 1890. Famoso por ter uma consciência patriótica, ele fazia parte da maçonaria sorocabana do século XIX. Movimento muito importante para a proclamação da república e abolição da escravatura. Eles buscavam uma nova ordem política e social, criticavam a monarquia e não estavam

mais satisfeitos com o poder do Império. Os maçons tinham relações com diferentes pessoas influentes daquela época, estavam conquistando poder e espaços; usavam a imprensa jornalística para construção de consciência política e de um novo regime político em prol do movimento republicano.

Esses contatos e recursos usados pelo maçons facilitaram o processo de politização que podemos observar nesse período. O movimento buscava uma nova sociedade que acompanhasse as transformações econômicas e sociais que estavam ocorrendo no mundo com a industrialização, compreendendo que não fazia sentido o trabalho escravo. Mas pensando a liberdade andando junto com a educação, porque se não o ciclo continuaria o mesmo de exploração.

Figura 10 - Recorte de jornal sobre organização do partido republicano em 1870



Fonte: Arquivo Ubaldino do Amaral Fontoura, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2023

A figura 10 foi escolhida por ser um recorte de jornal, abordando a organização do partido republicano, em 1870, e a atuação da imprensa republicana nesse processo. Peça fundamental para disseminação da informação e busca pela criação de um pensamento político diferenciado, o movimento republicano contou com a ajuda e

influência da imprensa e de seus colaboradores. Foi de extrema importância a sociedade poder contar com os meios de comunicação da época para desenvolverem essas insatisfações que deram início às mudanças.

### **A importância do acervo e sua contribuição para a cultura brasileira**

Ubaldo do Amaral conseguiu fazer parte de movimentos que trouxeram mudanças para a cultura brasileira. Toda a compreensão de que não existe um povo superior e que todos merecem ter os mesmos direitos e deveres são assuntos que abordamos até os dias atuais, em busca de avanços e compreensão dos problemas do passado.

Para entender todo esse processo, é necessário ter acesso a documentos que comprovem toda essa trajetória. O tempo passa e as informações, muitas vezes, são esquecidas, por isso a necessidade da documentação estar preservada e acessível à sociedade, auxiliando a pesquisa histórica e difundindo o conhecimento para aqueles que têm interesse. A pesquisa auxilia a educação e a cultura, facilitando o entendimento do passado e como tudo está interligado com o que acontece nos dias atuais.

Arquivos, bibliotecas, centros de documentação e museus tiveram corresponsabilidade no processo de recuperação da informação, em benefício da divulgação científica, tecnológica, cultural e social, bem como do testemunho jurídico e histórico. Esses objetivos são alcançados pela aplicação de procedimentos técnicos diferentes a material de distintas origens (BELLOTTO, 2006, p.35).

Esse acervo contribui para a cultura a partir do momento que está em custódia por uma instituição que cumpre sua função social, estando acessível para todos, e representando uma figura pública que atuou em diferentes frentes em um período em que não tínhamos acesso difundido entre a população. Poder estudar um agente de mudanças no Brasil significa muito para compreensão dos movimentos e ações do passado.

### **Considerações finais**

Todo esse estudo vem para tentar evidenciar a importância de se manter um arquivo pessoal dentro de uma instituição de custódia e a necessidade desses lugares para compreensão do passado, ocasionando uma maior democratização da cultura. É preciso que, após toda essa discussão, a gente compreenda que não é somente uma ação ou uma única pessoa que consegue mudar toda uma estrutura social. É preciso movimentos de diferentes grupos sociais e, principalmente, a regulamentação através do Estado, para que se alcance um país que reflita o seu povo e sua cultura.

O Brasil é um país que já passou por inúmeras interferências externas, não

permitindo que seu povo seja visto e escutado, valorizando só o que vem de fora e tentando apagar a nossa própria cultura. Pessoas e movimentos que lutaram para que hoje a gente tenha um mínimo de compreensão das problemáticas enfrentadas para chegar até os avanços dos dias atuais é extremamente relevante para nossa identidade e nosso entendimento de povo e nação.

Pesquisar no arquivo pessoal do Ubaldino do Amaral Fontoura, uma figura histórica e que vivenciou e atuou em grandes mudanças na sociedade brasileira, foi extremamente engrandecedor para compreensão de como ações de grupos em prol de transformações refletem na ideia e conceito de cultura de uma população. Por ser um tema que faz parte da vida do indivíduo, deveria ser algo compreendido por todos. Mas, como por muito tempo só foi considerada uma única cultura, muitos povos ficaram marginalizados. Agora, com amplo conhecimento do quanto somos plurais, do quanto cada povo produz e do quanto é preciso mudar na nossa estrutura social, esses temas ganham espaços, sendo abordados e desenvolvidos para inserção da valorização de diferentes culturas na sociedade brasileira.

### **Referências bibliográficas**

- ALBORNOZ, A., LEIVA, Maria Trinidad G. Diversidad Cultural, Industria Audiovisual Y Gobernanza. In: ALBORNOZ, A., LEIVA, Maria Trinidad G. (ed.). **Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI**. p.23-59. Disponível em: <http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-FCE-Cap1.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2023.
- ASSMANN, Aleida. **Espaços da recordação**. Formas e transformações da memória cultural. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2011.
- BELLOTO, Heloísa Liberalli. **Arquivos permanentes: tratamento documental** – 4. Ed. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. 320p.
- BOLAÑO, César Ricardo S. Cultura brasileira, política e economia. In: **O conceito de cultura em Celso Furtado**. Rio de Janeiro, 2015. p.227-284.
- BRASIL. Legislação Informatizada: Decreto nº 17.758, de 4 de Abril de 1927 – Republicação. Crea o Museu Ruy Barbosa e aprova o seu regulamento. **Câmara dos Deputados**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-17758-4-abril-1927-500996-republicacao-86883-pe.html>. Acesso em: 12 jul. 2023.
- CABRAL, Eula D.T. Comunicação, cultura e informação como direitos humanos. In: CABRAL, Eula D.T. (Org.). **Comunicação, Cultura e informação em perspectiva**. Divinópolis: Meus Ritmos Editora, 2020. P. 138-152.
- COSTA, Frederico Lustosa da; ZAMOT, Fuad (organizadores). **Rio de Janeiro: uma cidade, muitas capitais**. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010. 144p.
- CERTEAU, Michel. A cultura na sociedade. In: **A cultura no plural**. 7.ed. Campinas: Papirus, 2012. P.191 a 220.

- CHAUI, Marilena. Cultura e democracia. **Crítica y emancipación**: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales. Año 1, no. 1 (jun. 2008). Buenos Aires: CLACSO, 2008.
- EAGLETON, Terry. Versões de cultura. In: **A ideia de cultura**. 2.ed. São Paulo: Editora Unesp, 2011. P.9 a 50.
- Fundação Casa de Rui Barbosa. **Arquivo Ubaldino do Amaral Fontoura**. Disponível em:  
<http://www.docvirt.com/DocReader.net/DocReader.aspx?bib=FCRBUbaldino&id=3236104753687&pagfis=2278>. Acesso em 10 jul. 2023
- Fundação Casa de Rui Barbosa. **Cronologia Institucional**. Publicada em 08/02/2004. Disponível em:  
[http://antigo.casaruibarbosa.gov.br/interna.php?ID\\_S=73&ID\\_M=72#:~:text=1927%20%2D%20Criado%20o%20Museu%20Rui,9%2F01%2F1928](http://antigo.casaruibarbosa.gov.br/interna.php?ID_S=73&ID_M=72#:~:text=1927%20%2D%20Criado%20o%20Museu%20Rui,9%2F01%2F1928). Acesso em: 10 jul. 2023
- Fundação Ubaldino do Amaral. **História**. Disponível em:<https://www.fua.org.br/historia>. Acesso em: 13 nov 2022
- HALL, Stuart. A identidade em questão. In: **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. P. 7 a 22.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação&Realidade**, 22(2), jul-dez.1997.
- ORTIZ, Renato. Estado, cultura popular e identidade nacional. In: **Cultura brasileira e identidade nacional**. 3.ed. Editora Brasiliense. P. 125 a 143.
- NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**. São Paulo, nº 10, dez. 1993.
- WARNIER, Jean-Pierre. Arte zen versus Titanic. In: **A mundialização da Cultura**. 2 ed. Bauru: EDUSC, 2003.

# Literatura popular em verso: a experiência da Fundação Casa de Rui Barbosa com a difusão do seu raro acervo de cordéis em ambientes digitais

Adriana Mesquita Figueiredo  
Fabrício Alves da Silva

A literatura de cordel é normalmente definida como expressão artística que se manifesta de forma oral ou escrita, caracterizada pela métrica e pela rima, podendo estar presente em gêneros literários como a poesia, o conto, o romance, o teatro e outros. Entre as temáticas mais recorrentes estão: o amor, os fatos do cotidiano, as questões religiosas, as injustiças sociais, a política, dentre outras.

Com o passar do tempo, o cordel foi se modificando de acordo com as demandas da sociedade moderna, mas mantendo viva a sua tradição no tocante à estrutura em versos (redondilha maior), as rimas e a melodia. Com o desenvolvimento da escrita e, mais tarde, com o surgimento da imprensa, os versos cantados passaram a ser também escritos e impressos em formato de folhetos, atingindo assim a um público maior, visto que no passado somente uma pequena parte da população era alfabetizada e podia acompanhar a poesia e as histórias através da leitura.

A Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB) disponibiliza à sociedade vários de seus acervos em ambiente digital. O presente artigo trata do acervo de cordel da fundação, que abriga a maior coleção de folhetos da América Latina, com cerca de 10 mil obras – segundo informações disponibilizadas no portal<sup>141</sup> – foi formado a partir da década de 1960 e, dessa iniciativa resultou uma extensa bibliografia, composta de catálogos, antologias e estudos especializados.

Com o intuito de preservar e divulgar o acervo, a FCRB disponibiliza em seu *site*, um portal para o banco de dados que reúne e disponibiliza o acervo para consulta *online* por meio de suas referências catalográficas, que podem ser consultadas por índices, como o de autor, título, assunto, local de publicação, editora/tipografia, data e gênero, na base de dados do Serviço de Biblioteca. Os assuntos utilizados na indexação dos folhetos

---

<sup>141</sup> Cordel – Literatura Popular em Verso: <http://antigo.casaruibarbosa.gov.br/cordel/>

digitalizados estão listados no vocabulário controlado de cordel, também disponibilizado no portal.

Este artigo é resultado de um trabalho de pesquisa bibliográfica e documental realizado em 2022, durante a disciplina *O paradigma cultural hoje*, ministrada pela professora Dra. Eula Dantas Taveira Cabral no Mestrado profissional do Programa de Pós-Graduação em Memória e Acervos da Fundação Casa de Rui Barbosa (PPGMA-FCRB). O estudo traduz-se por intermédio de uma metodologia qualitativa, ao articular temas variados, tais como: noções de cultura e identidade, patrimônio imaterial, políticas culturais, diversidade cultural, tradições orais e culturas digitais; valendo-se da técnica de pesquisa bibliográfica. Também evidencia um caráter quantitativo, no que diz respeito à elaboração de um levantamento documental dos principais autores e obras que compõem o acervo digital de cordéis disponibilizado pela FCRB.

Este estudo levanta as seguintes questões norteadoras: qual a origem, como está organizado e quais são as formas de acessar o acervo de cordéis da FCRB? O artigo tem o objetivo de evidenciar a importância do acervo digital para a cultura brasileira, além de articular conceitos-chave para a compreensão da sociedade brasileira por intermédio de um resgate das noções de cultura, identidade e diversidade cultural.

Na primeira parte apresenta-se uma abordagem panorâmica do gênero no cenário brasileiro, onde são enfatizados aspectos culturais, sociais, políticos e econômicos ligados à tradição do cordel. Já a segunda seção do estudo se dedica à compreensão do lugar que a cultura tem na legislação brasileira, dando destaque às políticas culturais efetivadas em diferentes momentos históricos, além de articular noções sobre diversidade cultural, mundialização da cultura e identidades no contexto da pós-modernidade. A terceira parte foca no acervo de cordéis da FCRB: sua constituição e as formas de acesso e uso das informações disponibilizadas na coleção digital.

### **O cordel na cena brasileira: cultura, sociedade, política e economia**

O cordel brasileiro é uma poética que tem sua gênese atravessada pela oralidade das apresentações que ocorriam no Nordeste do Brasil durante o século XIX e o início do XX. As cantorias eram verdadeiros recitais públicos onde os cantadores desafiavam uns aos outros acompanhados por violas ou rabecas; as narrativas eram elaboradas a partir de um mote que permitia a abordagem de temáticas variadas que, por sua vez, eram compartilhadas com o público em forma de versos (ABREU, 1997).

A chamada literatura de cordel nem sempre foi conhecida assim, tal nomenclatura é fruto do trânsito cultural entre Portugal e Brasil e faz referência à forma como os folhetos eram vendidos na Europa pendurados em barbantes, hábito que também passou a ser comum no Brasil. Os consumidores nordestinos a chamavam de “literatura de folhetos” ou, simplesmente, “folhetos”. Os estudiosos, a partir da década de 1970, importaram o termo português e por meio desse contato, entre poetas e críticos, a denominação passou a ser amplamente utilizada no Brasil (ABREU, 1999).

Contudo, o cordel brasileiro é radicalmente diferente do português ao estabelecer um modelo rígido que confere uma identidade própria à produção brasileira que conta com o uso de esquemas de rima padronizados e com a metrificação dos versos que conferem ao produto o ritmo e a entonação peculiares das cantorias. De tal forma, Maria Fonseca (2021) ressalta que os cordéis portugueses, que chegaram ao Brasil na bagagem dos colonos lusitanos, não se apresentam na forma de poesia, tampouco passam pela oralidade ou contam com um modelo preestabelecido que diferencie a produção, sendo vendidos àquela época os folhetos que contam narrativas ficcionais em prosa.

Por meio do cordel, se torna possível apreciar um incomparável retrato da cultura brasileira em sua pluralidade de manifestações, territorialidades e identidades, que o constituem como objeto de memória ao perpassar variadas áreas do conhecimento, tais como: estudos históricos, linguísticos e antropológicos sobre o povo brasileiro. Esta literatura ilustra, canta e versa sobre fatos variados referentes à história do Brasil, tal qual um documento testemunhal que lança luz sobre as inquietações do povo – poetas, cantadores e ouvintes – com a realidade que os cerca (GRILLO, 2015).

O cordel está no centro dos embates teóricos entre pesquisadores que atribuem sua origem ao romanceiro ibérico e aos colonizadores e os autores que falam do cordel como uma literatura radicalmente diferente, que subverte os cânones literários instituídos. A pesquisadora holandesa Ria Lemaire defende a singularidade do cordel brasileiro. Lemaire é professora na Universidade de Poitiers, e integrou de 1992 até 2008, a equipe do Centre de Recherches Latino-Américaines como coordenadora do projeto de pesquisa “Estudos comparativos das tradições orais em sua relação com o mundo da escrita”. Também atuou, durante o mesmo período, como diretora do Fundo Raymond Cantel de Literatura Popular Brasileira (ARANTES, 2001).

O próprio cânone da literatura de cordel legitimado no Brasil, tem por base as pesquisas da Fundação Casa de Rui Barbosa, do estudioso francês Raymond Cantel. Tal cânone vem sendo contestado por diversos pesquisadores, uma vez que, a outra

abordagem teórica possibilita uma visão distinta sobre o cordel e os cordelitas, diferente da imposta pelo discurso oficial que representava um poeta pobre e inculto que, “às vezes, quando chegava ocasionalmente numa pequena cidade, quando o dinheiro dava, publicava novo folheto para vender na feira. Na verdade, muitos poetas viveram bem da sua poesia” (LEMAIRE, 2010, p.76). O cânone oficial também se tornou antiquado e redutor na medida em que ignorou a produção poética de mulheres cordelistas, a exemplo da cearense Sebastiana “Bastinha” de Almeida Job, integrante da Academia de Cordelistas do Crato desde 1990 e Salete Maria da Silva, paulista residente em Juazeiro do Norte (CE) e que se vale da *blogosfera* para divulgar sua produção no *blog Cordelirando*<sup>142</sup> desde 2008 (LUCENA, 2010).

Quanto à popularização dos folhetos de cordel no Brasil, Quintela (2010) ressalta que toda produção literária carece de um sistema editorial para poder circular, portanto, se faz necessário focar em um determinado grupo de leitores disponíveis no mercado ou em um público que possivelmente possa surgir no futuro. Por essa razão, os editores de cordéis desempenharam um papel decisivo na constituição de um público leitor diversificado no Brasil.

Quintela (2010) também destaca o trabalho de um dos mais importantes editores de cordel do Brasil: João Martins Athayde, que seguiu por um caminho diferente do trilhado por Chagas Batista (Paraíba) e Francisco Lopes (Pará) ao especializar-se de forma exclusiva na editoração de cordéis. No ano de 1921, Athayde adquiriu, após a morte ocorrida em 1918, a coleção de folhetos daquele que é considerado o poeta de cordel mais importante do Nordeste: Leandro Gomes de Barros, e partindo desta aquisição o editor iniciou um projeto de padronização de suas publicações com intuito de consolidar sua marca editorial no mercado.

A cultura oral é uma marca representativa na construção da textualidade do cordel, que também está inserido no universo midiático, Bolaño (2015) ao tratar de economia da cultura, apresenta a literatura oral para exemplificar o que Celso Furtado chamou de *autonomia do suporte* que caracteriza a era moderna cuja evolução tecnológica repercute na própria natureza da mensagem.

Na literatura oral, o autor é o próprio suporte da mensagem, e em função evolução tecnológica, as formas de transmitir uma mensagem mudou: “O teatro se desdobrou no cinema, na radionovela, na telenovela; o concerto musical ao vivo, no disco, no cassete,

---

<sup>142</sup> Blog Cordelirando de Salete Maria da Silva: <http://cordelirando.blogspot.com/>

no *compact-laser*” (BOLAÑO, 2015, p. 277). Nesse contexto, em consonância com Gaudêncio e Albuquerque (2017), surge o cibercordel: o cordel nativo digital. Sob a estrutura do ciberespaço, os cordelistas publicam seus versos por meio de *posts* em formatos diversos: texto, imagem, áudio ou vídeo. Como pano de fundo para essa reviravolta sofrida pelo gênero quanto ao suporte, está o grau de formação acadêmica dos poetas, que tem se elevado, bem como a rapidez no processo de mediação informacional entre o cordelista e seu público leitor.

Graças ao seu destaque, a literatura de cordel conquistou o título de Patrimônio Cultural Brasileiro em setembro de 2018. Esse título reforçou ainda mais a importância da literatura de cordel, e dos acervos sob a guarda de diferentes instituições brasileiras, para a cultura e para a formação da identidade nacional.

### **A cultura na sociedade: identidades e políticas culturais no Brasil**

A cultura é mais que um conjunto de valores ou ideias que devem ser defendidas e promovidas, de acordo com Michel de Certeau (2012), ela se caracteriza como um trabalho que precisa ser realizado em toda a extensão da vida social. A importância da cultura sempre foi reconhecida nos campos das ciências humanas e sociais, contudo, a partir da segunda metade do século XX, tal conceito recebeu um protagonismo maior no seio das sociedades modernas.

No presente, em conformidade com o pensamento de Stuart Hall (2017), a cultura assumiu a centralidade das discussões e dos debates teóricos e conceituais, por tratar-se de um conceito múltiplo e em constante expansão que possui um papel constitutivo para as sociedades atuais. Graças às novas tecnologias e à revolução da informação, a cultura tornou-se primordial para o pensamento, a estruturação e a organização da sociedade moderna tardia, o que possibilita uma expansão dos meios de produção e troca de saberes e práticas culturais no mundo globalizado.

Nas sociedades, a cultura pode assumir a função de bússola, ao fornecer repertórios de ação e representação em um contexto no qual os indivíduos devem fazer escolhas, orientando-lhes no que diz respeito às relações estabelecidas entre os elementos do meio: pessoas, instituições e acontecimentos. Portanto, a cultura facilita uma ação ao viabilizar o acionamento de “referências, esquemas de ação e comunicação” (WARNIER, 2003, p. 20).

De acordo com Eula Cabral (2022, p.11), ao analisar a cultura brasileira:

a cultura sempre foi fundamental para imprimir a identidade de um lugar e/ou de alguém. No caso do Brasil, é um país multiculturalista. Possui 5.570 municípios, com mais de 210 milhões de habitantes com raízes indígenas, negras e misturadas com outros povos, organizados em cinco regiões (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) com 26 Estados e um Distrito Federal (Brasília, a sede do governo brasileiro).

(...) Ao analisar o caso do Brasil, observa-se que sua Constituição federal de 1988, a Lei maior do país, se refere à cultura 63 vezes, criando uma seção exclusiva para explicar o que o Estado entende e valoriza na cultura brasileira, a partir da Seção II - Da Cultura - artigos 215 e 216. Registra, então, que os governos federal, estaduais e municipais devem garantir a todos os brasileiros os direitos culturais e o acesso às fontes da cultura nacional, apoiando e incentivando a valorização e a difusão das manifestações culturais, explicando que, no caso dos bens de natureza material e imaterial, estes fazem parte do patrimônio cultural brasileiro, além da importância do Estado promover políticas públicas culturais.

O foco constitucional é fazer com que o Estado garanta a todas as pessoas os direitos culturais, acesso às fontes da cultura nacional e apoie e incentive que sejam valorizadas e difundidas as manifestações culturais.

Mas, será que o governo brasileiro investe em políticas para o campo cultural no Brasil? Para compreendê-las precisamos ter em mente que existem conceitos diferentes operando no contexto da América Latina, contexto este que é atravessado por territorialidades singulares. Para o antropólogo argentino Nestór García Canclini (1987, tradução nossa), as políticas culturais são um conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, pelas instituições civis e pelos grupos comunitários organizados a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e chegar a um consenso para uma espécie de ordem ou transformação social.

Historicamente, as políticas culturais no Brasil assumiram diferentes facetas a depender do regime político instaurado em uma determinada época. Desde o Estado patrimonialista imperial, passando pelo nacionalismo getulista até chegar na política de viés antropológico do governo Lula encabeçada pelo Ministério da Cultura sob a gestão de Gilberto Gil que valorizava não só o patrimônio material como também os bens intangíveis da cultura nacional (RUBIM, 2007).

Em 2019, o Ministério da Cultura foi extinto por medida provisória no primeiro dia de mandato do Presidente Jair Messias Bolsonaro, atitude que deu início ao apagamento da documentação sobre cultura produzida até então. Tal posicionamento acionou um viés autoritário do poder público sobre o campo da cultura, o que por si só não é novidade, uma vez que, decisão parecida já havia sido tomada durante o governo Collor que articulou uma política de desmonte do Estado ancorada na ascensão planetária das políticas neoliberais.

Durante o século XX, a visão sociobiológica/evolucionista adentrou o território brasileiro, tal visão possibilitou o estabelecimento de leis que tinham o intuito de fazer as

nações caminharem em constante evolução rumo ao progresso, pautadas na evolução histórica dos povos que consistia em encontrar um nexo entre as diferentes sociedades humanas ao longo da história e, por fim, concluía-se que o “simples” (povos primitivos) evoluía naturalmente para o mais “complexo” (sociedades ocidentais). Tal ideário, marcado por uma visão eurocêntrica, contribuiu para a legitimação ideológica do mundo ocidental, o que possibilitou a elaboração de discursos que se desdobraram em saberes e práticas redutores da diversidade cultural brasileira (ORTIZ, 2012).

Stuart Hall (2006) coloca em cena outro conceito que tem ganhado centralidade nas discussões teóricas e críticas a respeito das sociedades contemporâneas: a identidade. O autor afirma que as identidades que sustentavam o velho mundo estão em constante declínio em face do surgimento de novas identidades que provocaram a fragmentação do indivíduo moderno. Tal fenômeno é fruto de um processo de mudança que abala os quadros de referência estabelecidos pelas sociedades, dentro das quais os indivíduos passam a questionar as estruturas e os processos que forneciam uma suposta estabilidade ao ordenamento social.

Barbalho (2007) afirma ainda que as discussões em torno da problemática da identidade nacional foram mais fortes no Brasil que em outros países da América Latina, em função da dimensão continental de seu território e dos processos de ocupação que incluem os colonizadores portugueses; diferentes povos indígenas e africanos; outros migrantes europeus e asiáticos; além dos representativos fluxos migratórios internos.

As relações de poder que se estabelecem nas sociedades ditam quais bens culturais devem ser conservados e quais podem ser esquecidos. Albuquerque Júnior (2007) salienta que no século XIX, a cultura das elites, de viés iluminista, era excludente pois se baseava numa estrutura hierárquica que concebia que alguns grupos tinham cultura e outros não. Portanto, naquele contexto, grupos representativos das sociedades eram marginalizados e excluídos juntamente com suas expressões culturais. Quem são os excluídos nas sociedades? Canclini (1997, p. 205) afirma que os “excluídos são aqueles que não têm patrimônio ou não conseguem que ele seja reconhecido ou conservado”.

Albornoz e Leiva (2017) destacam a importância da promoção e proteção de grupos minoritários para que a diversidade cultural seja respeitada e incentivada no contexto social, pois a diversidade encontra-se radicalmente ligada a ideia de alteridade que possibilita a compreensão das identidades individuais e coletivas.

Marilena Chauí (2008) afirma que uma sociedade dividida em classes não pode produzir uma cultura que expresse uma comunidade indivisa como proposto pela filosofia

e pela antropologia, tal feito seria impossível uma vez que a sociedade de classes instituiu a divisão cultural, por essa razão surgem os conceitos de culturas dominadas e culturas dominantes, cultura de elite e cultura popular. “Seja qual for o termo empregado, o que se evidencia é um corte no interior da cultura entre aquilo que se convencionou chamar de cultura formal, ou seja, a cultura letrada, e a cultura popular, que corre espontaneamente nos veios da sociedade” (CHAUÍ, 2008).

Em contrapartida, o cenário cultural pós-moderno reconfigura essa relação da sociedade com a cultura, em conformidade com a ideia defendida por Terry Eagleton (2011, p. 161), a pós-modernidade evidencia uma cultura sem classes, uma vez que o consumismo “atravessa as divisões de classe ao mesmo tempo que impulsiona um sistema de produção para o qual tais divisões são indispensáveis. Seja como for, o consumo de uma cultura sem classes é hoje em dia cada vez mais um sinal distintivo da classe média”.

Identifica-se ainda, a visão romântica do conceito de cultura, que apesar de prezar pelas culturas populares, também foi concebido por uma elite que entendia o processo civilizatório como uma ameaça à singularidade das culturas nacionais e regionais. As elites românticas letradas assumiram para si a responsabilidade de salvaguardar os bens culturais populares ameaçadas pela civilização e pela modernização. Tais bens deveriam ser preservados, colecionados e ordenados, além disso também submetiam estas manifestações a uma purificação daquilo que tinham de “bárbaro, de rústico, de chulo, de ameaçador a ordem pública”, desse controle das elites sobre o popular nasce a “ciência do folclore” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2007).

No ano de 2010, a Academia Brasileira de Literatura de Cordel submeteu ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) o pedido de registro do cordel como patrimônio cultural imaterial. Foram oito anos de um trabalho exaustivo que envolveu diversas instituições. Dentre elas, a Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB) teve um papel importante nesse processo, pois detém sob sua guarda, o maior e mais raro acervo de cordel da América Latina.

Em 2012, de acordo com o Parecer técnico nº 1/2018/DIPESQ CNFCP/CNFCP/DPI (IPHAN, 2018), a Fundação Casa de Rui Barbosa, sediou uma reunião organizada pelo Departamento de Patrimônio Imaterial (DPI/Iphan), o objetivo de angariar a colaboração de instituições responsáveis pela manutenção e guarda de acervos de folhetos de cordel. Atenderam ao convite instituições como a Fundação Nacional Joaquim Nabuco, o Instituto de Estudos Brasileiros/USP, Universidade Federal

da Paraíba, Universidade Federal do Cariri, Universidade Federal de Campina Grande e a Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Desse trabalho coletivo, foram elaborados levantamentos bibliográficos e biográficos envolvendo instituições e personalidades importantes para a cultura do cordel no Brasil, também foram identificadas coleções públicas e privadas, bem como entrevistas e pesquisas de campo. Até que, no dia 20 de setembro de 2018, a literatura de cordel foi inscrita no Livro das Formas de Expressão, fato que conferiu ao gênero o título de patrimônio cultural imaterial da nação brasileira (IPHAN, 2018).

Portanto, pensar sobre a elaboração e a efetivação de políticas públicas para o setor cultural no Brasil não é uma tarefa fácil. As discussões elaboradas em torno da temática precisam estar ancoradas na noção de que vivemos um país de proporções continentais que é habitado por mais de 200 milhões de pessoas, uma população diversificada que se originou de uma mistura de identidades que integra diferentes povos, os quais trouxeram, como ingredientes para o caldeirão da cultura brasileira, os seus próprios bens simbólicos.

### **Literatura popular em verso: um acervo digital de cordel**

Desde a década de 1960, a FCRB vem ampliando o seu acervo de literatura de cordel. A coleção teve início com o diretor do Centro de Pesquisa, Thiers Martins Moreira. Ele foi responsável pelo recebimento de doações particulares como a de Manuel Cavalcanti Proença com cerca de oito mil folhetos. Posteriormente, outros intelectuais também fizeram doações, como Manuel Diegues Júnior, Orígenes Lessa e Sebastião Nunes Batista (SENA, 2018).

Em seus estudos sobre a coleção de cordel da FCRB, Carolina Sena (2018) afirma que o tratamento técnico do cordel ficava à cargo do Setor de Filologia. Os folhetos que chegavam à casa seguiam direto para esse setor. Lá os pesquisadores liam cada um deles e os classificavam de acordo com os assuntos. Era confeccionada uma ficha, contendo uma sigla, o título do folheto (tal qual na capa), o autor, o editor, que às vezes era chamado de editor-proprietário, e, se houvesse, data, assim como o que havia na capa e contracapa e que tipos de estrofes eram versadas.

Como parte de seu propósito de preservar, conservar e disponibilizar a sua rara coleção de folhetos de cordel, a FCRB elaborou em parceria com a Petrobrás e a Faperj, o Projeto Cordel – Literatura Popular em Verso. De acordo com informações contidas no portal, esse projeto previa a elaboração de um site, além do tratamento técnico e tecnológico, visando a restauração de folhetos, a confecção de invólucros adequados para

a guarda, a digitalização do material e a disponibilização do acervo pelo portal. Previa ainda a inserção de registros catalográficos e bibliográficos na base de dados da FCRB, possibilitando a divulgação do acervo, facilitando a pesquisa e o intercâmbio entre instituições detentoras desse gênero literário.

O site está organizado, contendo os seguintes tópicos: Apresentação, com o objetivo de detalhes do projeto; uma lista de 20 poetas e cantadores, com uma breve biografia de cada um. Os autores estão divididos de acordo com o período em que atuaram (1ª e 2ª geração). O espaço contém também um tópico para o Acervo e Bibliografia. Dentre os vinte autores elencados no site, foram selecionados dez nomes e títulos representativos disponíveis para acesso na coleção digital, conforme listados nas subseções a seguir.

### **Poetas e obras: primeira geração**

Leandro Gomes de Barros (Paraíba e Pernambuco, 19/11/1865 – 04/03/1918) – Considerado o “rei dos poetas populares de seu tempo” e “pai da literatura de cordel”, o poeta integrou a primeira geração de cantadores e poetas de cordel. Leandro foi um dos poetas populares que viveu unicamente de suas obras. Em seus trabalhos são encontrados os mais diversos temas, os quais ele abordava sempre com muito senso de humor. Na sextilha “A mulher roubada”<sup>143</sup> publicada em 1907, o poeta conta que começou a escrever seus folhetos em 1889:

*Leitores peço-lhes desculpa  
se a obra não for de agrado  
Sou um poeta sem força  
o tempo me tem estragado,  
escrevo há 18 anos  
Tenho razão de estar cansado.*

Antonio Ferreira da Cruz (Paraíba, 1876-1954) – Foi operário, contramestre de tecelagem e a partir dos anos 30 se tornou cantador e poeta. Pela ausência de registros bibliográficos sobre o autor, muitas de suas obras foram catalogadas sem referência. As informações que se têm foram transmitidas oralmente por outros poetas e também por pesquisadores. Personalidades e temas religiosos foram temas abordados em suas obras, entre elas, destaca-se o clássico “Visita de Lampião a Juazeiro”<sup>144</sup> (Figura 1).

---

<sup>143</sup> Leia *A mulher roubada* em: <https://shre.ink/1rq2>

<sup>144</sup> Leia *Visita de Lampião a Juazeiro* em: <https://shre.ink/1rqS>

Figura 1 – Capa do folheto publicado em 1997



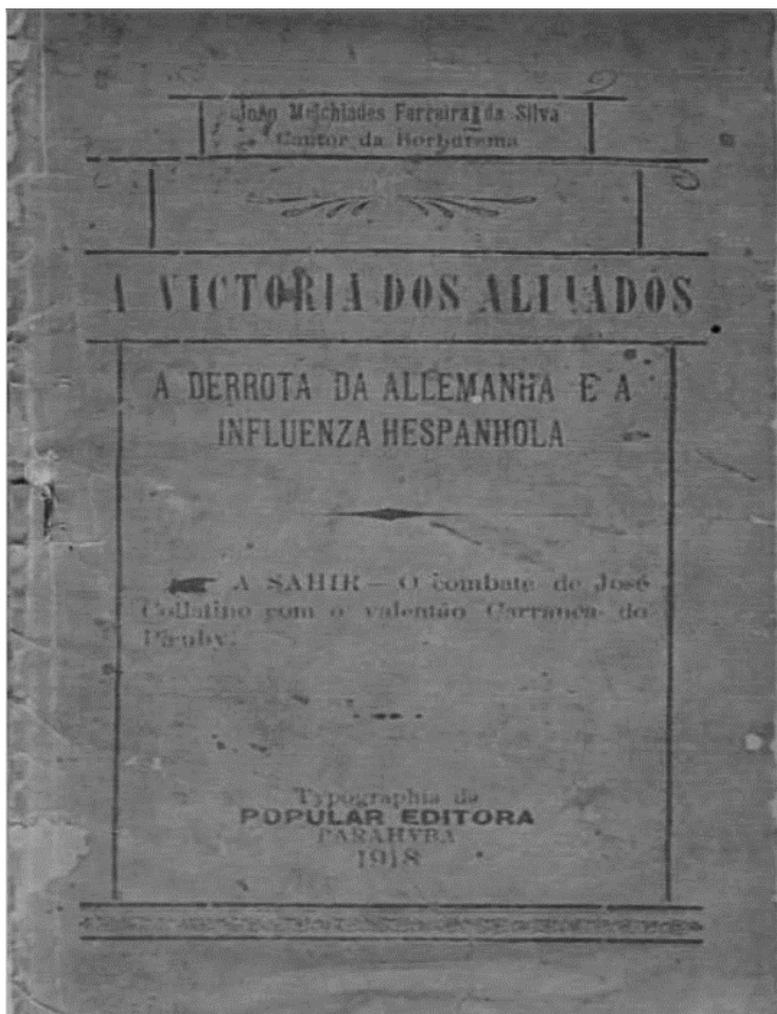
Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa (2022)

João Melquíades F. da Silva (Paraíba, 07/07/1869 – 10/12/1933) – O poeta fez parte do Exército. Em 1897 participou das campanhas de Canudos e do Acre em 1903. Promovido a sargento, deu baixa no Exército em 1904. Fixou residência em João Pessoa, estado da Paraíba, local onde se casou e teve quatro filhos. Em suas obras fez descrições da Paraíba, em especial sobre a Serra da Borborema. O poeta adotou o título de “Cantor da Borborema”. Dentre os folhetos do autor destaca-se “Victoria dos aliados: a derrota da Alemanha e a influenza hespanhola”<sup>145</sup> (Figura 2) no qual versa sobre Segunda Guerra Mundial.

---

<sup>145</sup> Leia *A victoria dos aliados* em: <https://shre.ink/1rWA>

Figura 2 – Capa do folheto publicado em 1918

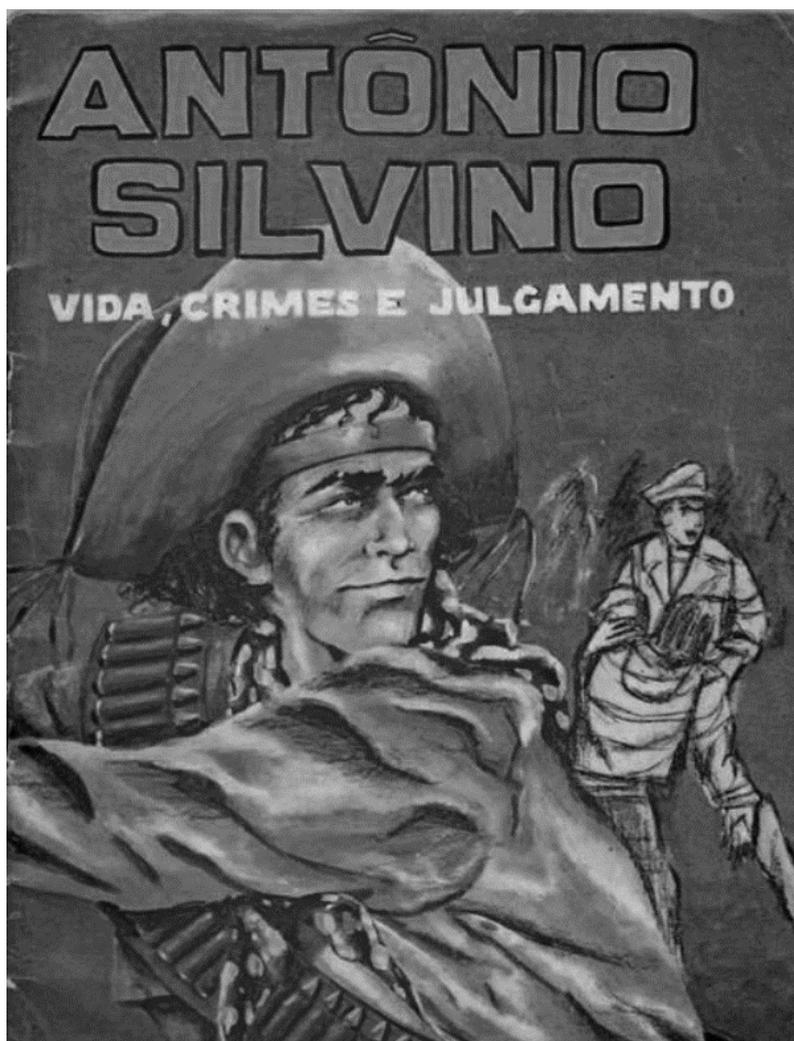


Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa (2022)

Francisco das Chagas Batista (Paraíba e Pernambuco, 05/05/1882 – 26/01/1930) – Foi poeta popular, escritor, editor. Em 1913, fundou a Livraria Popular Editora, onde editou paródias, modinhas, novelas, contos, poesia e se firmou como um dos intelectuais da época. Francisco foi um dos editores de cordel pioneiros tendo imprimido obras de diversos poetas populares da época, exceto de João Martins de Athayde. O cangaço é o tema que mais recebe destaque em sua obra, em “Antônio Silvino: vida, crimes e julgamento”<sup>146</sup> (Figura 3) o poeta versa sobre a vida de crimes do antecessor de Lampião, Antônio Silvino é um dos cangaceiros mais famosos da história do Brasil.

<sup>146</sup> Leia *Antônio Silvino: vida crimes e julgamento* em: <https://shre.ink/1rd6>

Figura 3 - Capa do folheto que aborda a temática do cangaço



Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa (2022)

### **Poetas e obras: segunda geração**

Gonçalo Ferreira da Silva (Ceará e Rio de Janeiro, 20/12/1937 – 21/10/2022) – nasceu na cidade de Ipu, no Ceará, e aos 13 anos mudou-se para o Rio de Janeiro, cidade onde cursou o 1º e 2º graus no Liceu Literário Português e graduou-se em Letras na PUC/RJ (1973). Aos 18 anos foi trabalhar na Rádio MEC. Foi um dos fundadores da Academia Brasileira de Literatura de Cordel (ABLC) em sete de setembro de 1988, com sede no histórico bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro, sendo presidente da instituição por vários anos. Muitos dos seus trabalhos foram traduzidos para idiomas como o francês, inglês, alemão, espanhol, japonês, italiano e hebraico. De alcance temático amplo, sua obra versa sobre lendas, crenças, romances, política, biografias, fatos circunstanciais e históricos, enriquecendo-se, em especial, com a presença de temas relacionados ao

cangaço, à ciência e à filosofia. Dentre os cordéis do autor disponíveis no acervo, o título “Meninos de rua e a chacina da Candelária”<sup>147</sup> (Figura 4) durante a qual foram assassinados oito jovens em julho de 1993.

Figura 4 – Capa do folheto sobre a chacina da Candelária



Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa (2022)

Raimundo “Santa Helena” Luiz do Nascimento (Paraíba, Ceará e Rio de Janeiro, 06/04/1926 – 03/11/2018) – Sua obra traz trechos autobiográficos, reforçando a construção de uma imagem de si constituída através de uma trajetória de vida bastante peculiar, que tem como ponto de partida a morte de seu pai pelo cangaceiro Lampião, durante a invasão do bando no sertão de Cajazeiras, na Paraíba, em 9 de junho de 1927. O poeta fugiu de casa aos 11 anos de idade com um canivete para vingar a morte do pai. Em Fortaleza, foi acolhido por uma professora e lá estudou, trabalhou e entrou para a Escola de Aprendizes de Marinheiros do Ceará. Santa Helena, na Marinha, participou da

<sup>147</sup> Leia *Meninos de rua e a chacina da Candelária*: <https://shre.ink/1rdB>

Segunda Guerra Mundial e estudou nos Estados Unidos, o que colaborou para a composição de cordéis bilíngues, tendo publicado por ocasião da ECO-92 um dos seus trabalhos mais conhecidos “Brazilian Amazônia”<sup>148</sup> (Figura 5). Entre os assuntos abordados em suas obras encontram-se os ligados a informações midiáticas, o cangaço, biografias de figuras importantes como Tancredo Neves e Getúlio Vargas, educação sexual e a saúde de um modo geral.

Figura 5 – Capa do folheto Brazilian Amazônia



Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa (2022)

João Martins de Ataíde (Paraíba e Pernambuco, 23/06/1880 – 1959) – Seu primeiro folheto “Um preto e um branco apurando qualidades” foi publicado em 1908 e impresso pela Tipografia Moderna. Foi editor das obras de diversos poetas. Além disso, foi com ele que mudanças significativas ocorreram entre elas: a relação entre os poetas e

<sup>148</sup> Leia *Brazilian Amazônia* em: <https://shre.ink/1r4T>

o proprietário da gráfica e a apresentação gráfica dos folhetos. Ele fez surgir os contratos de edição com o pagamento de direitos de propriedade intelectual, o uso de subtítulos e preâmbulos em prosa e a sujeição da criação poética ao espaço disponível, fixando-se o padrão dos folhetos pelo número de páginas em múltiplos de quatro. Dentre suas obras, destaca-se “As proezas de João Grilo”<sup>149</sup>: famoso anti-herói do cordel que ganhou mais notoriedade após sua inserção na peça *Auto da Compadecida* de Ariano Suassuna.

Figura 6 – Capa do folheto publicado em 1975



Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa (2022)

Manoel Pereira Sobrinho (Paraíba e São Paulo, 08/08/1918 – 1959) – Nasceu em 8 de agosto de 1918, no distrito de Passagem, município de Patos, no sertão paraibano. Não se sabe quando e como se inicia na poesia popular, mas em 1948, está instalado em Campina Grande, onde funda sua própria editora de folhetos, a Casa Pereira. A Casa Pereira continua funcionando, porém, até 1956. A vasta obra poética de Manoel Pereira Sobrinho pode ser dividida em duas categorias principais. A primeira, pouco extensa, corresponde aos folhetos políticos, em que ousa atacar figuras importantes da época. Nestes, utiliza uma linguagem particularmente violenta, que lhe rende inimizades e alguns problemas, como os dias passados na prisão, por ter insultado a polícia em um de seus

<sup>149</sup> Leia *As proezas de João Grilo*: <https://shre.ink/1ro7>

folhetos. A segunda categoria de folhetos, majoritária, corresponde aos chamados “romances”, em que Manoel Pereira transpõe muitas vezes, para a linguagem popular, obras eruditas consagradas nacional ou internacionalmente. Nos anos 1960, no entanto, Manoel Pereira Sobrinho desaparece sem deixar rastro. Segundo depoimentos, teria deixado a poesia popular para ser pedreiro, antes de morrer, anonimamente, em 1995.

Destaca-se entre seus folhetos a adaptação para o cordel da famosa obra de Alexandre Dumas “O Conde de Monte Cristo”<sup>150</sup> (Figura 7).

Figura 7 – Capa do folheto publicado em 1955



Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa (2022)

Rodolfo Coelho Cavalcanti (Alagoas, Piauí e Bahia, 08/08/1918 – 1959) – nasceu em Rio Largo (AL) em 1919. Entretanto, consta do registro de nascimento a data de 1917. Adolescente, percorre parte do Norte e Nordeste, atuando como camelô, palhaço de circo, dentre outras atividades. Desde essa fase, já se faz notar como bom versejador, participando de pastoris, cheganças e reisados. Em Parnaíba (PI), adquire folhetos do poeta e editor João Martins de Athayde para revender, começando assim sua vida de folheteiro. Instala-se em Salvador (BA), em 1945, firmando-se como defensor e líder da classe de poetas. Realizou na Bahia, em 1955, o I Congresso Nacional de Trovadores e Violeiros. Como jornalista, fundou alguns periódicos, como *A Voz do Trovador*, *O*

<sup>150</sup> Leia *O Conde de Monte Cristo*: <https://shre.ink/1rpT>

*Trovador e Brasil Poético*. Percorreu vários temas da literatura de cordel, os mais recorrentes foram os abecês, biografias, cantorias e fatos do cotidiano. Morreu em 1986. Pouco antes, enviou trova para o II Concurso de Trovas de Belém do Pará: “Quando este mundo eu deixar / A ninguém direi adeus / Dos poetas quero levar / Suas trovas para Deus.” Dentre suas obras, destaca-se um folheto no qual aborda problemas políticos e econômicos que afligem o povo brasileiro, intitulado “Política, inflação e carestia estão matando de fome os brasileiros”<sup>151</sup> (Figura 8).

Figura 8 – Cordel publicado em 1984



Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa (2022)

O portal não abriga a coleção de cordéis da FCRB na íntegra, apenas uma amostra de 20 autores está disponível no site. Até o momento, novembro de 2022, foram identificados mais de 250 autores no acervo. A organização das coleções, assim como a digitalização de folhetos são algumas das ações implementadas para tratar e preservar a que hoje é a maior coleção de literatura de cordel da América Latina e também a mais

<sup>151</sup> Leia *Política, inflação e carestia estão matando de fome os brasileiros*: <https://shre.ink/1rp8>

rara. Hoje, o conjunto conta com, aproximadamente, 10 mil exemplares. Desses, cerca de 6.400 folhetos já estão disponíveis em versão digital no Repositório Rui Barbosa de Informações Culturais (RUBI).

A iniciativa teve início em 2019, quando a FCRB obteve recursos do Ministério da Cultura (MinC) para digitalizar o acervo de cordéis e a sua inclusão no RUBI, estando o gerenciamento do projeto a cargo do Serviço de Biblioteca em parceria com o Serviço de Preservação (SEP) e o Laboratório de Humanidades Digitais (LABHD).

Atualmente, os folhetos físicos também podem ser consultados no Setor de Biblioteca com pesquisas agendadas ou pela base de dados da FCRB. Pela base de dados o pesquisador tem acesso às referências da obra. Os folhetos são catalogados como Literatura de Cordel (LC), acompanhados do número de entrada que o item recebe ao chegar à biblioteca, o título, o nome do autor, o assunto e a editora. Cada obra tem uma classificação numérica, com localização fixa nos armários, de acordo com a sua ordem de entrada no acervo

### **Considerações finais**

A cultura brasileira é dinâmica, viva e múltipla. Dessa forma podemos perceber que o cordel é uma manifestação de toda a diversidade cultural que o Brasil abriga nas suas mais variadas territorialidades. Ao contrário do que imaginavam os folcloristas quando profetizaram o surgimento de uma cultura brasileira homogênea que frutificaria a partir dos bens culturais oriundos da contribuição dos diferentes povos que constituem a cultura nacional, tais bens, na medida em que o tempo passou, se mantiveram indissolúveis no caldeirão, e é por esta razão que fala-se em culturas africanas, culturas indígenas e culturas ibéricas/lusitanas, quando se estuda o campo dos saberes e das práticas culturais no Brasil.

A expectativa é de que o presente artigo possa contribuir para as discussões acerca da trajetória da literatura de cordel, de sua importância na formação da Literatura Brasileira, da cultura, da identidade nacional e da arte popular. Espera-se, ainda, que ele possa reiterar a decisão do Iphan em considerar o cordel como um patrimônio cultural imaterial e, além disso, ressaltar a importância das coleções de literatura de cordel como fonte de pesquisa e de informação para pesquisadores, estudiosos e para o público em geral. A existência e a permanência de tais coleções comprovaram a importância do cordel para a cultura nacional.

Por isso é tão importante que instituições detentoras de coleções desse gênero, como a Fundação Casa de Rui Barbosa, mantenham uma política de organização, preservação e conservação de seus acervos, como forma de manter viva a memória do cordel. Para isso são necessários investimentos e constantes atualizações com vistas a garantir a democratização do acesso ao acervo por parte do público.

Diante do exposto, conclui-se que a cultura no Brasil é uma área carente de políticas públicas. Portanto, aos pensadores e fazedores de políticas culturais, cabe a construção de políticas democráticas, participativas e inclusivas que acolham a diversidade de saberes e práticas culturais que coexistem no território brasileiro.

### Referências bibliográficas

- ABREU, Márcia. Entre a oralidade e a escrita: um estudo dos folhetos de cordel nordestinos. **Algarve**: Revista Elo: estudos de literatura oral. v.3 n.19. 1997. Disponível em: <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/1416>. Acesso em: 16 ago. 2022.
- ABREU, Márcia. **Histórias de cordéis e folhetos**. Campinas: Mercado de Letras, 1999. (Coleção Histórias de Leitura).
- ALBORNOZ, Luis A., LEIVA, Maria Trinidad Garcia. Diversidad Cultural, Industria Audiovisual Y Gobernanza. In: ALBORNOZ, Luis A.; LEIVA, Maria Trinidad Garcia (ed.). **Diversidad e industria audiovisual**: el desafío cultural do século XXI. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 2017. Disponível em: <http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-FCE-Cap1.pdf>. Acesso em 8 mai.2022.
- ALBUQUERQUE JÚNIOR. Gestão ou gestação pública da Cultura: algumas reflexões sobre o papel do Estado na produção cultural contemporânea. In: RUBIM, A. A. C. **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: Edufba, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/138/4/Políticas%20culturais%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- ARANTES, Silvana. Cordel subverte o cânone. 2001. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2602200106.htm>. Acesso em: 25 out. 2022.
- BARBALHO, Alexandre. Políticas culturais no Brasil: identidade e diversidade sem diferença. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: Edufba, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/138/4/Políticas%20culturais%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Cultura brasileira, política e economia. In: BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **O conceito de cultura em Celso Furtado**. Salvador: Edufba, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/28659>. Acesso em: 15 nov. 2022.

- CABRAL, Eula D.T. Cultura na era digital: arquivos sobre cultura em plataformas digitais. In: CABRAL, Eula D. T. (org.). **Nos rastros da Cultura, da Comunicação e da Informação**. Divinópolis (MG): Meus Ritmos Editora, 2022. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- CERTEAU, Michel de. A cultura na sociedade. In: CERTEAU, Michel de. **A cultura no plural**. 7. ed. Campinas: Papirus, 2012.
- CHAUI, Marilena. Cultura e democracia. **Crítica y emancipación**: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales. Buenos Aires, Año 1, no. 1, jun. 2008. Disponível em <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/secret/CyE/cye3S2a.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- FONSECA, Maria Gislene Carvalho. Cordel brasileiro: materialidades da voz e do corpo em performance. **Animus**: Revista Interamericana de Comunicação Midiática, Santa Maria, v. 20, n. 42, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/43932>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- FUNDAÇÃO CASA DE RUI BARBOSA (Rio de Janeiro). **Cordel**: literatura popular em verso. [2022]. Disponível em: <http://antigo.casaruibarbosa.gov.br/cordel/>. Acesso em: 16 mar. 2022.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 1997.
- GAUDÊNCIO, M.; ALBUQUERQUE, M. E. B. C. de. Representação semântico-discursiva de cibercordéis. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 23, n. 1, p. 129-153, jan/abr. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1808-5245231.129-153>. Acesso em: 28 jan. 2022.
- GRILLO, Maria Ângela de Faria. **A arte do povo**: histórias na literatura de cordel (1900-1940). Jundiaí: Paco Editorial, 2015.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- HALL, Stuart. A identidade em questão. In: HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- IPHAN. **Parecer técnico nº 1/2018/DIPESQ CNFCP/CNFCP/DPI**. 2018. Disponível em: [http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Parecer%20T%C3%A9cnico%20DPI\(4\).pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Parecer%20T%C3%A9cnico%20DPI(4).pdf). Acesso em: 26 out. 2022.
- LEMAIRE, Ria. Pensar o suporte - resgatar o patrimônio. In: MENDES, Simone (org.). **Cordel nas gerais**: oralidade, mídia e produção de sentido. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2010.
- LUCENA, Bruna Paiva de. **Espaços em disputa**: o cordel e o campo literário brasileiro. Brasília: Dissertação de Mestrado em Literatura e Práticas Sociais, Universidade de Brasília, 2010, p. 19-20. Disponível em: [https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/8515/1/2010\\_BrunaPaivadeLucena.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/8515/1/2010_BrunaPaivadeLucena.pdf). Acesso em: 25 out. 2022.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2012.

- QUINTELA, Vilma Mota. A edição popular no Brasil: o caso da literatura de cordel. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, p. 41-50, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/elbc/a/GfWCnSzQwkDQRVrdMJrDCZg/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 03 fev. 2022.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/138/4/Políticas%20culturais%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: 25 out. 2022.
- SENA, Carolina Carvalho. **A literatura de cordel na Fundação Casa de Rui Barbosa: organizando uma memória dispersa**. 2018. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Memória e Acervos, Programa de Pós-Graduação em Memória e Acervos, Fundação Casa de Rui Barbosa, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://www.academia.edu/86705038/>. Acesso em: 15 nov. 2022.
- WARNIER, Jean-Pierre. Arte zen versus Titanic. In: WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. 2 ed. Bauru: Edusc, 2003.

# **Oferta da grade de programação do SBT e sua inadequação em face de audiência infantojuvenil**

Claudia Pereira Galhardi

A televisão se afirma na sociedade não somente como transmissora de obras audiovisuais, “mas também como produtora de saberes e formas especializadas de comunicar e de produzir sujeitos” (FISHER, 1997, p. 61). Nesse sentido, assume uma função pedagógica, assim como, está intrinsecamente ligada à construção de valores, comportamentos, hábitos e personalidade (ANDI, 2011). E, é na infância que se dá início a essa interação com os meios de comunicação.

No Brasil, a TV comercial aberta consegue facilmente se aproximar do público infanto-juvenil. Em *Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira* (2015) registra-se que a TV aberta alcança 72% dos lares, sendo que 26% da população total têm acesso ao serviço de televisão paga e 23% possuem antena parabólica.

Outro aspecto de extrema relevância apontado pela pesquisa refere-se ao tempo gasto por crianças e adolescentes entre 4 e 17 anos de assistência diária à televisão nas 15 regiões metropolitanas do Brasil, estimado em cinco horas e trinta e cinco minutos (Criança e Consumo, 2015).

No Brasil, duas leis juntas consolidam a proteção e a regulamentação de uma programação adequada para as crianças e adolescentes. A Lei nº 8069 do Estatuto da Criança e do Adolescente preceitua que: “as emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”. E o Art. 221 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 regulamenta e assegura uma programação de qualidade das obras audiovisuais produzidas e veiculadas nas emissoras de televisão.

Ademais, o Ministério da Justiça no ano de 2006, através da Secretaria de Justiça, passou a estabelecer diretrizes para que as obras audiovisuais que contenham cenas de sexo, violência e drogas, consideradas inapropriadas à formação de crianças e adolescentes, sejam transmitidas somente a partir das 21:00 horas. (DEJUS, 2006).

Em face destas constatações, a proposta norteadora do estudo em questão é um mapeamento quantitativo da grade de programação do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) face à oferta de conteúdos destinados ao público infanto-juvenil. Nesta análise, considera-se a predominância de conteúdo de orientação adulta nos horários recomendados para uma programação destinada a essa *target*, e o não cumprimento do marco legal vigente face à proteção dessa audiência.

### **Audiência infantojuvenil: hábitos e consumo**

O uso que crianças e adolescentes fazem da mídia foi recentemente anunciado por uma pesquisa demandada pelo Ministério da Justiça intitulada: *Classificação Indicativa: o comportamento das crianças/adolescentes e dos pais/responsáveis em relação ao uso das mídias*. Realizado nas cinco regiões do Brasil, com o propósito de identificar quais os meios de comunicação são mais utilizados por crianças e adolescentes com idades entre 4 e 16 anos, o estudo evidencia que uma fatia de 62% dos entrevistados indicou a televisão como o meio mais utilizado, seguido pelo computador (42%), celular/smartphone (36%), internet (21%), tablet (19%) e aparelho de vídeo game (15%) (DEJUS, 2014).

Outro dado revelado pela pesquisa foram os horários de maior consumo por essa *target*. Observa-se que, os períodos da tarde e noite são os preferidos das audiências infanto-juvenil como indica os dados a seguir:

Gráfico 1. Hábitos de consumo da TV de crianças e adolescentes por faixa de horário (período de 8 de setembro a 18 de outubro de 2014)



Fonte: adaptado do Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação (DEJUS/MJ).

A pesquisa: *Os nativos digitais no Brasil e seus comportamentos diante das telas* também traz uma importante contribuição relativa ao tempo dedicado por crianças e adolescentes entre 6 a 18 anos nas cinco regiões do país, aos programas televisivos. Tal estudo apontou que 45,1% desse público tem acesso ao conteúdo televisivo sem

supervisão dos pais ou responsáveis (PASSARELLI, JUNQUEIRA, ANGELUCI, 2014). Tendo em vista os programas exibidos nos horários preferenciais, pode-se concluir que há exposição de crianças e adolescentes aos conteúdos inapropriados a qualquer hora do dia.

## **O método**

Neste estudo, aplicou-se a análise de conteúdo quantitativa sobre a programação da emissora de televisão aberta SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). O primeiro estudo da grade compreendeu o total de sete dias consecutivos, entre 29 de fevereiro a 6 de março de 2016, o que redundou numa amostra total de 140 programas veiculados pela emissora, vistos no período da coleta de dados estabelecido. Cabe precisar que, os monitoramentos realizados na oferta da grade da emissora no ano de 2009 e 2012 constataram substituições de programas anunciados na página web (GALHARDI, ORTEGA, IGARTUA, 2017). Souza (2009) também constatou uma instabilidade na programação anunciada, como mudanças de horário, repetição e até suspensão de gêneros propostos, o que frequentemente ocorre a qualquer dia da semana. A decisão de troca dos conteúdos é tomada pelo dono da emissora em busca de maior audiência.

Tendo em vista o cenário de certa instabilidade, o universo representativo do estudo foi selecionado a partir da web site da emissora. Primeiramente, forma coletados os dados da programação e concomitantemente gravados durante setes dias, com o intuito de se comprovar se a oferta anunciada na página havia sido veiculada sem alterações. A semana representativa dessa amostra não apresentou mudanças na divulgação dos programas anunciados.

A gravação dos programas da emissora contemplou 24 horas contínuas, sendo o horário inicial 06h00min e o final 05h59min do dia seguinte. Os períodos estabelecidos para o estudo foram assim compartimentados: (A) 06h00min às 09h59min; (AA): 10h00min às 14h59min; (AAA): 15: h00min às 18: h59min; (AAAA): 19:h00min às 23:59min; (AAAAA): 00h00min às 06h00min.

No quadro a seguir, demonstra-se o desenho metodológico proposto.

Quadro 1: desenho metodológico de observação e análise

<b>P1</b> Definição conceitual das variáveis	<b>P2</b> Operacionalização das variáveis relevantes	<b>P3</b> Elaboração do livro de códigos e da ficha de análise
<b>P4</b> Seleção de conteúdos à analisar	<b>P5</b> Pilotagem do processo de codificação	<b>P6</b> Codificação da amostra
<b>P7</b> Leitura textual da amostra	<b>P8</b> Check-up da confiabilidade do processo de codificação	<b>P9</b> Análise dos dados e elaboração do informe da investigação

Fonte: autoria própria

### **P1. Definição e conceptualização das variáveis**

O processo de definição conceitual e a operacionalização das categorias estão dentre os passos mais importantes da pesquisa. (IGARTUA, 2006; BARDIN, 2011). Nesta primeira fase, foram identificadas as tipologias das mensagens e adotada a definição terminológica precisa das unidades da comunicação discursiva em análise. A fonte eficaz para delimitar e contextualizar as variáveis relevantes foram extraídas da literatura de estudos similares com diferentes perspectivas teóricas apresentadas até o momento, quais sejam: Nordenstreng e Varis (1976); Melo (1985); Reimão (2000); Mazziotti et al (2001); Malcher (2001); Souza (2004); Tondato (2004) Garza (2005); Bakhtin (2006) ANDI (2006); Filho (2009).

### **P2. Operacionalização das variáveis relevantes**

Na segunda etapa, operacionalizaram-se as variáveis relevantes do objeto de estudo. Foi selecionada a unidade de coleta de dados (a mensagem) e a unidade de análise (os elementos submetidos à operação de quantificação) (IGARTUA, 2006; CASSETI, DI CHIO, 1999).

### **P3. Elaboração do livro de códigos e da ficha de análise**

No livro de códigos, foi descrita a construção conceitual das variáveis relevantes e estabeleceu-se um código numérico. Em seguida, aplicou-se a técnica de observação das variáveis em análise. (BAUER, 2017). E logo adiante, construiu-se a ficha de análise com os códigos numéricos ou textuais (IGARTUA, 2006; CASSETI, DI CHIO, 1999).

### **P4. Seleção dos conteúdos para análise**

No quarto passo, foi delimitado o universo do material em análise. A primeira amostra representativa compreendeu o total de sete dias consecutivos - entre 29 de fevereiro a 6 de março de 2016 - que quantificou 140 programas veiculados na grade de programação da emissora. A segunda amostra examinou quantitativamente programas veiculados no período de 27 de março e 02 de abril de 2017 (durante sete dias consecutivos). Nesse recorte, aplicou-se a leitura textual dos quadros dos desenhos animados.

### **P5. Pilotagem do processo de codificação**

Nessa etapa, realizou-se um pré-teste da amostra selecionada. Foi inicialmente codificado um dia da semana da amostra visando a familiarizar as pesquisadoras com as informações do livro de código. Esse prévio treinamento possibilita ajustes nos elementos da amostra que porventura não constem como categorias no livro de códigos. Eis aqui um exemplo. Na pesquisa realizada no ano de 2009 sobre a programação da emissora Rede Record, ao se aplicar o pré-teste, constatou-se a presença de programas religiosos na grade. Ao se consultar o livro de códigos, o gênero religioso estava classificado como “outros”. A partir de então, contextualizou-se a religião como categoria e culto religioso e/ou missa como subcategorias.

A classificação do gênero religioso revelou a significativa presença desse tipo de conteúdo transmitido pela emissora. Constatou-se que, metodologicamente, a construção conceitual das categorias aumenta o rigor metodológico quando elas correspondem à realidade do material analisado (BARDIN, 2011).

### **P6. Codificação da amostra**

Após o prévio treinamento do recorde selecionado e das categorias definidas, iniciou-se a codificação da amostra selecionada. Nessa etapa, foram registrados na ficha os códigos numéricos ou textuais das unidades da comunicação discursiva.

### **P7- Leitura textual da amostra**

A leitura textual das narrativas audiovisuais consistiu em visionar o programa de televisão selecionado, aplicando a técnica de observação da obra audiovisual de forma sistemática em função do objeto proposto (ARIAS, 2012).

Em termos operacionais, o recomendado é que, o equipamento para a captação de sinal de TV deva ter todas as funções principais, como por exemplo, (gravar, voltar, avançar e pausar) a fim de que o codificador ou analista possa manejar o aparelho para registrar os elementos localizados na ficha de análise, ou para eventuais consultas ao livro de códigos. Para este estudo, o modelo do equipamento adquirido foi o receptor USB *Zagg Easy TV Hybrid*.

### **P8. Checagem da confiabilidade da codificação**

Para contrastar a qualidade dos dados de um estudo de análise de conteúdo, é necessário que os dados passem por avaliação de confiabilidade do processo de codificação. A aplicação do coeficiente de *Kappa* de Cohen possibilitou que os codificadores colaboradores avaliassem o mesmo material e obtivessem, em grande parte, o mesmo grau de concordância de cada variável que compõe o livro de códigos. Essa operacionalização foi efetuada nas duas fases do processo da referida pesquisa, sendo uma na etapa de pilotagem e a outra, ao finalizar o estudo. Tomou-se do total da amostra uma porcentagem recomendada: entre 10 a 20% (IGARTUA, 2016).

### **P9. Análise dos dados e elaboração do informe da investigação**

Na análise de conteúdo, o recurso que viabilizou executar toda a operação de análise, formulação e contraste de hipóteses foi o *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). O uso desse programa facilitou a obtenção de resultados estatísticos confiáveis e, consequentemente, a redução de custos temporais na análise.

Uma vez que, todas as unidades da amostra foram registradas na ficha de análise, a próxima etapa foi transcrever os códigos ou valores numéricos para a matriz de dados. Assim que todos valores numéricos foram introduzidos, solicitou-se ao programa estatístico os resultados (SPSS) e através de tabelas elaborou-se o informe que compõe esta investigação. (IGARTUA, 2006).

Tabela 2. Oferta da grade de programação por gênero e período de transmissão (29 de fevereiro a 6 de março de 2016).

Gênero	Período de transmissão					Total
	A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1 Telejornal	23.8	0	0	17.1	33.3	19.3
2 Reportagem	14.3	0	0	0	2.1	2.9
3 Entrevistas	0	0	0	0	10.4	3.6
4 Auditório	0	7.1	9.1	17.1	2.1	7.1
5 Desenho animado	52.4	50.0	0	14.3	0	16.4
6 Telenovelas	0	0	90.9	25.7	0	20.7
7 Séries	9.5	7.1	0	2.9	29.2	12.9
8 Seriados	0	0	0	0	6.2	2.1
9 Filmes	0	0	0	2.9	4.2	2.1
10 Talk show	0	35.7	0	0	0	3.6
11 Reality Show	0	0	0	5.7	0	1.4
12 Humorístico	0	0	0	0	2.1	0.7
13 Propaganda política	0	0	0	0	10.4	3.6
14 Variedades	0	0	0	8.6	0	2.1
Total	100	100	100	100	100	100

Fonte: Pesquisa *in loco* realizada pelas próprias autoras .

A emissora SBT ocupa o segundo lugar em audiência e atinge 96,8% nos domicílios com TV em todo território nacional. (GRUPO DE MÍDIA, 2017)

A partir da interpretação quantitativa dos dados da tabela 2, observa-se que o telejornal é o segundo gênero de maior veiculação no período matinal (A). Programa do gênero informativo, o telejornal ocupa uma posição de socializador contínuo nas sociedades contemporâneas (desde a infância à velhice). Ele permeia a construção de conhecimento público e contribui para que os cidadãos tomem decisões com base nas informações, nas diferentes esferas da atividade humana (LIMA, 2005). No entanto, no Brasil, o gênero jornalístico prioriza conteúdos policialescos, nos quais, a SBT é pioneira.

A partir desse cenário, a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI- Comunicação e Direitos) conduziu a pesquisa *Violações de direitos na mídia*, realizada entre 02 a 31 de março de 2015, com uma amostra de 19 dos telejornais com maior audiência nas principais capitais do país. O intuito era compreender a forma como a violência é representada nas narrativas veiculadas nos programas nomeados como policialescos.

Do total do *corpi* examinado pela equipe da ANDI, cinco telejornais (policialescos) são afiliados da SBT nos seguintes estados: *Na Mira* Salvador, Bahia; *SOS Cardinot*, Recife, PE; *TV Verdade* Belo Horizonte, MG; *Tribuna da Massa* Curitiba, PR e *O povo na TV* Campo Grande, MS.

O resultado da pesquisa ANDI permitiu evidenciar que todos os telejornais afiliados ao SBT cometeram as violações: exposição indevida de pessoas; desrespeito à presunção de inocência; violação do direito ao silêncio; exposição indevida de famílias; incitação à desobediência às leis ou às decisões judiciais; incitação ao crime e à violência; identificação de adolescentes em conflito com a lei; discurso de ódio ou preconceito de raça, cor, etnia, religião, condição socioeconômica, orientação sexual ou procedência nacional; tortura psicológica ou tratamento desumano ou degradante.

Seguidamente, nota-se que os programas de auditório marcam presença nos períodos (AA) e (AAA). A trajetória histórica da emissora é a produção de tais programas de perfil popularesco e forte apelação ao grotesco (BOLAÑO, 2004).

A pesquisa *Televisão aberta e por assinatura: consumo cultural e política de programação* de Elizabeth Rondelli menciona que as pautas que conduzem os programas de auditório são as seguintes: quadros com acentuada apelação ao drama, representação de tribunais de pequenas causas, exploração dos problemas das pessoas humildes e caridade eletrônica (RONDELLI, 1998).

Merece atenção o aumento e a predominância massiva do gênero que ocupa o segundo lugar na lista de programas preferidos pelo público infanto-juvenil: os desenhos animados. No ano de 2012, os desenhos animados somavam 2,8% do total de produções veiculadas pela SBT, sendo 1,8% deles transmitidos no primeiro período (A) e 15,4% no período (AA). Dividiam-se em 0,4% de produção nacional e 2,4% provenientes dos Estados Unidos (GALHARDI; ORTEGA, 2016).

Nesse contexto, Kasprzak (2014), examinou o desenho em formato série americano *Cavaleiros do Zodíaco* e constatou que havia elementos violentos associados ao poder e à força no perfil dos personagens. Após a exposição a esse conteúdo, as crianças desenvolviam uma conduta violenta, imitando e mencionando os personagens quando interagiam em atividades de brincadeira com seus colegas. A presença de atos de violência nos desenhos animados também foi verificada por Domingues (2007) que observou incitação e apologia a agressões nas narrativas dos personagens.

Investigando sobre a violência nos gêneros de desenhos animados e a construção da subjetividade, Mareuse (2007) encontrou uma relação entre os personagens e sua imitação nas brincadeiras habituais. Alencar *et al* (2011), com base nas conclusões de um estudo experimental com crianças do sexo masculino entre 8 e 10 anos de idade, sobre os desenhos animados *Dragon ball Z- Gohan x Cell* produzidos nos EUA,

constatarem que a exposição ao conteúdo dos desenhos produzia uma influência significativa na conduta agressiva das crianças participantes da pesquisa.

Outro dado importante constatado neste estudo é a predominância das telenovelas e sua veiculação massiva no período AAA. Obra audiovisual de ficção, seu conteúdo aborda vários temas polêmicos ficcionais ou baseado em fatos reais.

A pesquisa “*As Telenovelas brasileiras também choram: motivos para a audiência das telenovelas mexicanas no Brasil*” (2014) serviu de base para que compreendêssemos a predominância das novelas desse país no período da tarde na grade do SBT. Três características fazem o telespectador brasileiro escolher tais produções: (1) *o teor totalmente ficcional* e não baseado na realidade; (2) *o exagero*: as interpretações dos choros constantes dos personagens e as interpretações sempre melodramáticas; (3) *a família*: as representações do núcleo familiar unido e afetuoso.

Sobre as telenovelas brasileiras, os telespectadores entrevistados observam uma abordagem apelativa com relação ao merchandising social e mencionam duas características que consideram negativas em quase todas as tramas: violência e sexualidade. Muitos não gostam de temas polêmicos frequentemente abordados como sequestros, assassinatos, homossexualidade, alcoolismo e autismo, assuntos que aproximam os telespectadores da realidade.

O Instituto Central Internacional para a Juventude e a Televisão Educativa da Alemanha, que se dedica a desenvolver pesquisas sobre a influência dos conteúdos televisivos sobre crianças e adolescentes reconhece que indivíduos entre 6 e 19 anos que se declaram “fãs de novelas” estabelecem relações afetivas com personagens com os quais sentem empatia.

Observa-se também a veiculação de “séries” nos períodos A e AA. Em geral, são exposições de produções norte americanas e mexicanas. Não se encontrou nenhum trabalho acadêmico sobre o gênero nas pesquisas brasileiras em relação ao público infanto-juvenil.

O *talk show* veiculado no horário vespertino pelo SBT de segunda a sexta-feira tem como pauta problemas interpessoais, familiares, sociais ou laborais dos participantes. Suas histórias tornam-se espetáculo de emoções e sentimentos historicamente circunscritos ao ambiente íntimo, atuando como um espécie de consultório terapêutico da população de baixa renda (FILHO, CASTELLANO, FRAGA, 2009).

Ao finalizar a interpretação dos dados quantitativos da tabela acima, ressalta-se a participação significativa dos desenhos animados na grade do SBT por dois motivos: no Brasil, a publicidade, o merchandising e o patrocínio constituem a principal fonte de

receita e financiamento das atividades de produção, importação e distribuição das instituições privadas de radiodifusão (MARTINS, 2010). Em segundo lugar, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), implantado em 2014, restringe a veiculação de publicidade dirigida a crianças e adolescentes e determina que a propaganda de produtos infantis deve ser dirigida aos pais (CONAR, 2014).

Assim, na intenção de encontrar resposta à massiva participação dos desenhos animados localizados no primeiro exercício quantitativo no ano de 2016, replicou-se o método. Coleta-se uma amostra total de 80 programas no período de sete dias consecutivos, entre 27 de março e 02 de abril de 2017. Os períodos estabelecidos para a coleta de dados de 2017 foram (A): 06h00min às 09h59min; (AA): 10h00min às 14h59min; (AAA): 15: h00min às 18: h59min; (AAAA): 19: h00min às 23:59min.

Tabela 3. Oferta da grade de programação por gênero e período de transmissão (27 de março a 2 de abril de 2017)

	Gênero	Período de transmissão				Total
		A	AA	AAA	AAAA	
1	Telejornal	33.3	33.3	0	20.0	19.8
2	Reportagem	22.2	0	0	0	4.7
3	Auditório	0	6.7	8.7	3.3	4.7
4	Desenho animado	33.3	46.7	0	0	15.1
5	Culinária	0	0	0	3.3	1.2
6	Telenovelas	0	0	43.5	50.0	29.1
7	Séries	11.1	6.7	0	0	3.5
8	Talk show	0	0	43.5	0	11.6
9	Reality Show	0	0	4.3	6.7	3.5
10	Intantil	0	6.7	0	0	1.2
11	Propaganda política	0	0	0	13.3	4.7
12	Game show	0	0	0	3.3	1.2
	Total	100	100	100	100	100

Fonte: Pesquisa *in loco*.

Nesta análise, comparativamente o estudo anterior, observam-se diversos aumentos, reduções e deslocamentos. Houve um incremento de 9.5% na produção e veiculação de telejornais no período (A) e na participação do gênero informativo no período (AA). Reduziu-se em 0,4% a exibição dos programas de auditório nos períodos (A) e (AA).

Na grade de 2016, a SBT encurtou a transmissão dos desenhos animados. No período (A) a redução foi de 19,1%, e no (AA), de 3,3%. Em contrapartida, o gênero série foi incrementado em 1,6% no período (A) e reduzido em 0,4% no (AA).

Durante o período (A), as telenovelas experimentaram uma queda significativa de 47,4% em comparação com o período (AAA), enquanto aumentaram em 24,3% durante o período (AA).

O programa de *talk show* foi deslocado do período (AA) para o período (AAA) e vê-se, pelo exposto, um aumento de 7,8% na produção desse gênero. O tema *Reality Show* passou a compor 4.3% do período (AAA) e houve o aumento de 1% desse tipo de programa no período (AAAA).

Em 2017, foi possível constatar a oferta de programa infantil no período (AA), compondo 6,7% da grade. No período se constata redução na exibição de desenhos animados, ainda é significativa a presença do gênero.

### Estudo de caso do programa infantil Mundo Disney

A partir dos achados quantitativos, o artigo abre-se para a leitura textual do programa infantil Mundo Disney veiculado no dia 28 de março de 2017. Sua escolha para análise foi feita segundo os critérios de veiculação diária (de segunda à sábado) e tempo de duração (das 8h30 às 10h30) O programa transmite séries e desenhos animados produzidos por *Disney Junior e Disney Channel*. Durante essa veiculação há 19 inserções nos quatros blocos do programa como demonstra a seguinte tabela:

Tabela 4. Publicidades inseridas nos intervalos entre os conteúdos infantis exibidos (programa veiculado no dia 28/03/2017)

Bloco 1			
Formato	Título	Nacionalidade	Duração de transmissão
Desenho	Doutora Brinquedos	EUA / Irlanda	24 minutos
Publicidades veiculadas:		Produto:	Duração da veiculação:
	A Bela e a Fera	Filme	30 segundos
	Mickey Mouse	Desenho animado	30 segundos
	Domingo Legal	Programa de auditório	30 segundos
	Doce e salgados	Alimentos ultraprocessados	16 segundos
	Novela	Carinha de Anjo / Chiquititas	20 segundos
	Concursos / sorteios	Notebook / chocolate	50 segundos
	Lojas Marabraz	Móveis domésticos	30 segundos
	Máquina da Fama	Programa musical	30 segundos
	Art Attack	Desenho animado	23 segundos
	Guardiões da Galáxia	Filme	30 segundos

Fonte: Pesquisa *in loco*.

Os anúncios publicitários são veículos de estímulos ao consumo para as crianças e adolescentes.

Desde a inauguração da TV no Brasil “a criança sempre foi vista como um telespectador especial, alvo das apostas mercadológicas, tanto dos produtos a ela direcionados como das marcas que ela poderia escolher ou influenciar nas escolhas dos pais” (BORGES, ARREGUY, SOUZA, 2012, p. 81).

No Bloco 1, em 24min de transmissão do desenho animado *Doutora Brinquedos*, foram veiculados 3min49s interruptos de publicidade. A primeira inserção comercial anunciou o trailer da estreia do filme *A Bela e a Fera*. O gênero *trailer* é uma ferramenta de atração e persuasão publicitária que apresenta um resumo do filme. Sua narrativa promocional objetiva alimentar a curiosidade, expectativa e desejo pelo produto anunciado (KERNAN, 2004). A obra cinematográfica mencionada, de acordo com a informação publicada no portal da Classificação Indicativa<sup>152</sup> não é recomendada para menores de 10 anos por conter cenas de violência. Importante constatar a ausência do alerta da classificação indicativa nessa publicidade. Ressalta-se que para todos os anúncios nos blocos foi consultada a faixa recomendada no portal de Classificação Indicativa.

A segunda publicidade anuncia o desenho animado, de produção norte americana *A Casa do Mickey Mouse*, visando a alertar o telespectador que o desenho integra os conteúdos infantis veiculados no *Mundo Disney*.

*Domingo Legal*, terceira publicidade veiculada, chama atenção para um programa de auditório da própria emissora, transmitido ao vivo todos dos domingos a partir das 13:00 h.

Seguidamente, a SBT anuncia um fabricante de doces e salgados ultraprocessados. Entenda-se aqui como “ultraprocessados” os alimentos produzidos através de formulações industriais com baixo valor nutricional (MONTEIRO et al, 2010), o que não é recomendado do ponto de vista nutricional.

Logo após, são exibidas publicidades referentes às telenovelas infantis *Carinha de Anjo* transmitida no horário de 20h:30min e *Chiquititas* às 21h:30min, atualmente apresentadas no circuito de segunda a sexta-feira.

---

<sup>152</sup> Portal de consulta da faixa etária recomendada da obra audiovisual. Disponível em <http://portal.mj.gov.br/ClassificacaoIndicativa/EscolhaTipo.jsp>

Ocorrem também anúncios de concursos. Para uma dessas publicidades é utilizada a figura de um coelho de animação que comunica o sorteio de prêmios. Nesse especificamente, as recompensas são um notebook e uma cesta de chocolates ofertados aos participantes que fotografarem um personagem da novela *Chiquititas* e publicarem as imagens em suas redes sociais.

Há também anúncios destinados ao público adulto. É o caso das *Lojas Marabraz*, cuja publicidade exhibe ofertas e promoções de móveis. E também a da *Maquina da Fama*, gênero de competição musical entre cantores covers, transmitido às segundas-feiras no horário de 23h:15min.

Por fim, esse bloco anuncia partes do programa infantil *Art Attack*, obra audiovisual que integra o *Mundo Disney* e se encerra com o trailer do filme *Guardiões da Galáxia*. Ressalta-se que, não foi localizado o alerta da classificação indicativa na exibição desse trailer. A recomendação desta obra é para maiores de 12 anos por exibir linguagem imprópria e cenas violência.

Tabela 5. Publicidades inseridas nos intervalos entre os conteúdos infantis exibidos (programa veiculado no dia 28/03/2017)

Bloco 2			
Formato	Título	Nacionalidade	Duração de transmissão
Desenho	A Guarda do Leão	EUA	22 minutos
Publicidades veiculadas:		Produto:	Duração da veiculação:
	A Bela e a Fera	Desenho animado	30 segundos
	Ri Happy	Brinquedos	15 segundos
	Poderoso Chefinho	Filme de animação	15 segundos
	Elena de Avalor	Desenho animado	15 segundos
	Carinha de Anjo	Novela	30 segundos
	Espetáculo	Peça teatral	15 segundos
	Eliana	Programa de Auditório	30 segundos
	Concursos / sorteios	Notebook / chocolate	20 segundos
	Lojas Marabraz	Móveis domésticos	30 segundos
	Chaves	Série infantil	30 segundos
	Capitão Jake	Desenho animado	30 segundos
	Sustagem	Achocolatado	30 segundos

Fonte: Pesquisa *in loco*.

Na tabela referente ao bloco 2, observa-se que, o desenho animado *A Guarda do Leão* foi transmitido durante 22 minutos. Já as publicidades totalizaram 4m:50s sem interrupções. Para evitar repetição de interpretação das publicidades já veiculadas no bloco 1, discorre-se somente sobre os anúncios não interpretadas no bloco 1.

A *Bela e a Fera*, primeiro anúncio difundido nesse bloco, é apresentado como gênero desenho animado. A obra faz parte da oferta de desenhos do programa *Mundo Disney*.

O segundo anúncio divulga produtos infantis da loja *Ri Happy*. A publicidade exhibe alguns modelos de brinquedos e utiliza personagens infantis, como por exemplo, a figura da mascote *Ri Happy* e de desenhos de animação para sua divulgação.

O trailer de estreia do filme de animação *O Poderoso Chefinho* é veiculado na sequência. *Elena de Avalor* é o quarto anúncio veiculado nesse bloco e transmitido no mesmo dia.

Outro elemento a destacar é a publicidade da peça teatral *Batalha dos Mundos*, narrada pelo próprio autor da obra. O anúncio apresenta o alerta da Classificação Indicativa Livre. E é seguido pela propaganda do programa de auditório *Eliana*, transmitido aos domingos a partir das 15: h.

Posteriormente, anuncia-se a série mexicana *Chaves*. Denominada pela própria emissora como comédia, a trama discorre sobre um grupo de crianças e adultos que moram em uma vila. O protagonista da série, o *Chaves*, garoto de oito anos e órfão, em quase todos os episódios tem problemas com os adultos.

O próximo anúncio apresenta *Capitão Jake*, obra infantil exibida no *Mundo Disney*. A última publicidade divulga o achocolatado *Sustagem* em que mãe e filho protagonizam e interagem numa cena referente ao horário de alimentação da criança e sua preferência pelo achocolatado.

Tabela 4. Publicidades inseridas nos intervalos entre os conteúdos infantis exibidos (programa veiculado no dia 28/03/2017).

Bloco 3			
Formato	Título	Nacionalidade	Duração de transmissão
Infantil	Art Attack	Britânica	25 minutos
Publicidades veiculadas:		Produto:	Duração da veiculação:
	Sou princesa sou real	Desenho animado	30 segundos
	Princesa Sofia	Desenho animado	30 segundos
	Máquina da Fama	Programa musical	30 segundos
	Lojas Marabraz	Móveis domésticos	30 segundos
	A voz da população	Jornalismo	30 segundos
	Concursos / sorteios	Notebook / chocolate	30 segundos
	Domingo Legal	Programa de auditório	30 segundos
	A guarda do leão	Desenho animado	30 segundos
	Carros 3	Filme de animação	15 segundos
	Poderoso Chefinho	Filme de animação	15 segundos

Fonte: Pesquisa *in loco*.

Na tabela referente ao bloco 3, registram-se 25min de transmissão de conteúdo infantil para 3min9s de publicidade.

Em formato infantil, o programa, de origem britânica e dublado, é conduzido por um apresentador que ensina o telespectador a fazer arte com vários tipos de materiais. *Sou Princesa, Sou Real* e *Princesa Sofia* são desenhos animados divulgados simultaneamente que integram as atrações do *Mundo Disney*.

"O programa seguinte, chamado 'A Voz da População', é produzido pela VTV, que é uma afiliada da emissora. O programa exhibe partes do programa e mostra a assistência oferecida aos participantes."

A *Guarda do Leão* volta a ser anunciada durante a exibição desse bloco. E O trailer do filme de animação, *Carros 3*, anuncia sua estreia nos cinemas na categoria "animação e aventura" e classificação indicativa livre.

Tabela 4. Publicidades inseridas nos intervalos entre os conteúdos infantis exibidos (programa veiculado no dia 28/03/2017).

Bloco 4			
Formato	Título	Nacionalidade	Duração de transmissão
Desenho	Elena de Avalor	EUA	22 minutos
Publicidades veiculadas:		Produto:	Duração da veiculação:
Sou princesa sou real		Desenho animado	30 segundos
Guardiões da Galáxia		Filme	30 segundos
Princesa Sofia		Desenho animado	30 segundos
Chaves		Série infantil	30 segundos
Espetáculo		Peça Teatral	10 segundos
Eliana		Programa de auditório	30 segundos
Concursos / sorteios		Notebook / chocolate	50 segundos
Lojas Marabraz		Móveis domésticos	30 segundos
Programa do Ratinho		Programa de auditório	10 segundos
Michey Mouse		Desenho animado	30 segundos
Marvel Mash up		Desenho animado	20 segundos

Fonte: Pesquisa *in loco*.

No Bloco 4, apontam-se 22min de transmissão de conteúdo infantil e 5min20s de publicidade.

O trailer do filme "Guardiões da Galáxia", uma produção norte-americana classificada como aventura e ação, é recomendado para maiores de 12 anos. O Ministério

da Justiça criticou a obra devido ao uso de linguagem inapropriada e à presença de cenas violentas.

A publicidade seguinte é sobre partes do *Programa do Ratinho*. Seu anúncio informa que o programa é transmitido de segunda a sexta-feira às 22:00h logo após a novela *Chiquititas*. A última publicidade do bloco é o desenho *Marvel Mash Up* que também integra o *Mundo Disney*.

### **Considerações finais**

Desde uma perspectiva quantitativa, no primeiro momento desse estudo, expõe-se a oferta de conteúdos veiculados pelo SBT destinados à recepção infanto-juvenil. Os resultados apresentados evidenciam uma programação com participação significativa de produções destinadas ao público adulto.

Embora a emissora exiba um número significativo de conteúdos infantis, 92,9% dos desenhos animados são exclusivamente importados dos EUA.

Nos estudos realizados sobre mesma emissora em 2009 e 2012 (GALHARDI, ORTEGA, IGARTUA, 2017) constatou-se a ausência de programas educativos, culturais e artísticos no horário recomendado para o público infanto-juvenil, o que revela um total descumprimento do art. 221 da Constituição Federal de 1988 e do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Não obstante, ao replicar o método no ano de 2017, constatou-se uma maior presença de conteúdos infantis, mas praticamente todos de programas americanos - desenhos *Mundo Disney* - e expressiva quantidade de inserções publicitárias (16min28s).

Como já mencionado, a legislação vigente restringe as publicidades em programas direcionados a crianças e adolescentes, o que é usado pelas redes de TV como desculpa para não investir em conteúdos infantis de valor educativo e cultural.

No entanto, na SBT, a presença significativa de desenhos animados é justificada pela disponibilidade de espaço para anúncios nos intervalos, sem restrições.

Este estudo leva a concluir que há necessidade de fomentar pesquisas empíricas, longitudinais e monitoramento contínuo dos fluxos da programação ofertados pela indústria televisiva. Pois há que se buscar meios para que o Estado assegure o acesso da população infanto-juvenil aos “bens culturais, informação, lazer e entretenimento[...] adequados à sua etapa de desenvolvimento” (VERONESE, SILVA, 2009, p. 300). Nunca

se pode esquecer que as empresas de televisão são concessões do Estado à iniciativa privada.

### Referências bibliográficas

- ANDI, Agência de Notícias dos Direitos da Infância. **Violações de Direitos na Mídia Brasileira**. Brasília, DF: ANDI, 2015.
- ANDI, Agência de Notícias dos Direitos da Infância. **Infância e Comunicação: Referências para o marco legal e as políticas brasileiras**. Brasília, 2011.
- ARIAS, Fidias. **El proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica**. Caracas: Editorial Episteme, 2012.
- ALENCAR, Maria Solineide Oliveira, GOMIDE, Paula Inez Cunha, WZOREK, Luciane Wenningkamp. A influência do desenho animado violento no comportamento agressivo de crianças. **Revista eletrônica da faculdade evangélica do Paraná**. Curitiba, v.1, n.2, p.62-68, 2011.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Almedina Brasil, 2011.
- BOLAÑO, César. **Mercado Brasileiro de televisão**. São Paulo: Puc, 2004.
- BORGES, Admir R, ARREGUY, Sergio, SOUZA, Lorimar de. O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira. **Mediação**. Belo Horizonte, v.14, n.15, 2012.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília: Secom, 2015.
- BRASIL. Constituição (1988). Emendas Constitucionais de nº 1 a 15. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 17ªed. São Paulo. Atlas, 2001.
- CASETTI, Francesco; DI CHIO, Frederico. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999.
- CONAR. **Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária**. Disponível em: <<http://www.conar.org.br>>. Acesso em: 9 abr. 2017.
- CRIANÇA E CONSUMO. **Por que a publicidade faz mal para as crianças**. São Paulo: Instituto Alana, 2009. Disponível em: <<<http://criancaeconsumo.org-br/noticias/temporario-de-criancas-e-adolescentes-em-frente-a-tv-aumenta-em-10-anos>>> Acesso em: 20. mar.2017.
- DEJUS: Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Classificação. **Pesquisa Radiodifusão de Conteúdo Inadequado: A Classificação Indicativa e os Direitos Humanos**. <https://es.slideshare.net/justicagovbr/pesquisa-classificao-indicativa-ipespe-opinio-pblica>
- DOMINGUES, Petrônio. (2007). Televiolência. Uma reflexão necessária fragmentos de cultura. **Fragmentos de cultura**, Goiânia, v. 17, n. 7/8, p. 747-756, 2007.
- ECA, Lei nº 8069, Art. 76, implementada em 13 julho de 1990.

- FILHO, João Freire; CASTELLANO Mayka, FRAGA. “Essa tal de sociedade não existe..”: o privado, o popular e o perito no talk show Casos de Família. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). **Televisão e Realidade**. Salvador: Edufba, 2009.
- FILHO, João Freire. **A TV em transição**: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. O estatuto pedagógico da Mídia. Porto Alegre. **Educação e Realidade**, v. 22, n.2, p.59-80, 1997.
- GALHARDI, Cláudia; ORTEGA, Félix, IGARTUA, Juan: A TV de Silvio Santos. Estratégia mercadológica na grade de programação do SBT: um enfoque quantitativo. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v.24, n.1, 2017.
- GARZA, Francisco Javier Martínez; LOZANO, José Carlos. Flujos televisivos y cinematográficos en México. **Comunicación y sociedad**, n. 3, p. 47-66, 2005
- IGARTUA, Juan José. **Métodos Cuantitativos de investigación en Comunicación**. Barcelona, Bosch, 2006.
- INTERNATIONAL CENTRAL INSTITUTE FOR YOUTH AND EDUCATIONAL TELEVISION: The reception of soap operas in children’s and adolescents’ everyday life: Disponível em: < <http://www.br-online.de/jugend/izi/english/research/Soap.pdf>>. Acesso em: 03.ju.2017.
- KASPRZAK, Roselene Gurski (1997). Desenhos animados em tempo de violência: uma contribuição para pensar a construção de valores sócio morais em crianças pré-escolares. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bistream/handle/10183/16432/000194632>>. Acesso em: 1/05/2017.
- KERNAN, Lisa. **Coming attractions**: reading american movie trailers. Austin, Texas: University of Texas Press, 2004.
- LIMA, Venício A. de Lima. Sete teses sobre a mídia e política no Brasil. **Revista USP**, São Paulo, n.61,p.48-57,2004.
- MARTINS, Leonardo. Quando a publicidade e o programa se misturam na tv aberta: o chamado “product placement” na programação televisiva deve ser proibido? Fides, Natal, v.1.n.1, 2010.
- MAREUSE, Marcia Aparecida Giuzi. (2007). A representação infantil da violência na mídia: uma perspectiva para repensar a educação, 2007. Tese (Doutorado em Comunicação). Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, Universidade de São Paulo (USP).
- MAZZIOTTI, Nora. Tendencias en la circulación de programas televisivos en el Mercosur. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 14, p. 36-44, 2001.
- MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da Comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1985.
- MÍDIA Grupo de. **Mídia Dados Brasil 2015**. São Paulo: Nobel, 2017.
- MONTEIRO, Carlos Augusto; LEVY, Renata Bertazzi; CLARO, Rafael Moreira; CASTRO, Inês Rugani Ribeiro; CANNON, Geoffrey . A new classification of foods based on the extent and purpose of their processing. **Cadernos de saúde Pública**. Rio de Janeiro, v. 26, n. 11, p. 2039-2049, 2010

- ORTEGA, Félix Mohedano, GALHARDI, Claudia, IGARTUA, Juan. Análisis de las producciones mediáticas en Brasil frente a las audiencias infanto-juveniles: una aproximación cuantitativa. **Communication & Society**. V. 29,n.3, p.49-68, 2016.
- PASSARELLI, Brasilina; JUNQUEIRA, Antonio Helio; ANGELUCI, Alan César Belo. **Os nativos digitais no Brasil e seus comportamentos diante das telas**. Matrizes. São Paulo, v.8, n.1, p.159-178,2014.
- REIMÃO, Sandra. **Em Instantes**: um estudo sobre programas da TV brasileira (1965-2000). São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006
- RONDELLI, Elisabeth. Imagens da violência: práticas discursivas. Tempo Social. **Revista Social USP**. São Paulo, v.10, n.2, p.145-157,1998.
- SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- TONDATO, Márcia Perecin. **Negociação de sentido**: recepção da programação de TV aberta, 2004. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, Universidade de São Paulo (USP), 2004.
- VERONESE, Josiane Rose Petry; SILVA, Rosane Leal da. O acesso à cultura, informação e entretenimento e as medidas de prevenção previstas no estatuto da criança e do adolescente. **Revista Seqüência** nº 59, p. 299-326, 2009.

## Sobre os autores

**Adilson Vaz Cabral Filho**, coordenador do grupo de pesquisa Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência (EMERGE). Professor titular do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF), Cientista do nosso Estado (Faperj) e Pesquisador produtividade (CNPq). Doutor e Mestre em Comunicação Social pela UMESP. Email: [acabral@comunicacao.pro.br](mailto:acabral@comunicacao.pro.br).

**Adriana Mesquita Figueiredo**, membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Memória e Acervos da FCRB. E-mail: [amesquitafigueiredo@gmail.com](mailto:amesquitafigueiredo@gmail.com)

**Cintia Augustinha dos Santos Freire**, membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. Mestre em Mídia e Cotidiano pela UFF. Bolsista do Programa de Incentivo à Produção do Conhecimento Técnico e Científico na Área da Cultura da FCRB. E-mail: [cintiaaugustinha@gmail.com](mailto:cintiaaugustinha@gmail.com)

**Clarisa López Galarza**, professora da Facultad de Artes da Universidad de La Plata (Argentina). Email: [clarisalopezgalarza@gmail.com](mailto:clarisalopezgalarza@gmail.com)

**Claudia Pereira Galhardi**, pesquisadora do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. Doutora em Comunicación Audiovisual, Revolución Tecnológica pela Universidad de Salamanca (Espanha). E-mail: [claudiagalhardi@usal.es](mailto:claudiagalhardi@usal.es)

**Danielle Fernandes Rodrigues Furlani**, membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. Mestranda em Sociologia pela UFF. Bolsista do Programa de Incentivo à Produção do Conhecimento Técnico e Científico na Área da Cultura da FCRB. E-mail: [daniellerodrigues@id.uff.br](mailto:daniellerodrigues@id.uff.br)

**Denise Jorge Trindade**, pesquisadora do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. Doutora e Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: [denisetrindade4@gmail.com](mailto:denisetrindade4@gmail.com)

**Dylan Pereira Campos Araujo**, membro do grupo de pesquisa Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência (EMERGE). Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da UFF. Email: [dylanaraujo@gmail.com](mailto:dylanaraujo@gmail.com)

**Eula Dantas Taveira Cabral**, coordenadora do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB) e pesquisadora do EMERGE/UFF e EPCC/FCRB. Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), com pós-doutorado em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). E-mail: [euladtcpesquisa@gmail.com](mailto:euladtcpesquisa@gmail.com)

**Fabrcio Alves da Silva**, membro do grupo de pesquisa Economia Poltica da Comunicao e da Cultura (EPCC) da FCRB. Mestre em Memria e Acervos pela FCRB. E-mail: falvesalki@gmail.com

**Fernanda Menezes Balbi**, especialista em Economia da Cultura do Banco Nacional de Desenvolvimento Econmico e Social (BNDES). E-mail: fmbalbi@gmail.com.

**Filipe Farias Maciel Araujo**, membro do grupo de pesquisa Economia Poltica da Comunicao e da Cultura (EPCC) da FCRB. Foi bolsista do Programa de Iniciao Cientfica (PIC) da FCRB. E-mail: filipefarias@id.uff.br.

**Gabriela de Souza Pascoal**, mestranda do Programa de Ps-graduao em Memria e Acervos da Fundao Casa de Rui Barbosa (FCRB). Arquivista pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Email: gabipasc21@gmail.com

**Jlia do Carmo Aranha**, membro do grupo de pesquisa Economia Poltica da Comunicao e da Cultura (EPCC) da FCRB. Foi bolsista do Programa de Iniciao Cientfica (PIC) da FCRB. E-mail: juliaranha9@gmail.com.

**Juliana Meneses Rocha Celestino**, membro do grupo de pesquisa Economia Poltica da Comunicao e da Cultura (EPCC) da FCRB. Especialista em Comunicao e Jornalismo Digital pela Universidade Cndido Mendes. Foi bolsista no Programa de Iniciao Cientfica (PIC) da FCRB. E-mail: juu.meneses@gmail.com

**Julio Lamilla**, professor da Facultad de Artes, Universidad Nacional de las Artes (Argentina). Email: julio.lamilla@gmail.com

**Larissa Gama Louback**, membro do grupo de pesquisa Economia Poltica da Comunicao e da Cultura (EPCC) da FCRB. Especialista em Direito Constitucional Aplicado pela Faculdade Legale. Foi bolsista de Iniciao Cientfica da FCRB. E-mail: larissa\_\_louback@hotmail.com

**Luana Matos do Nascimento**, membro do grupo de pesquisa Economia Poltica da Comunicao e da Cultura (EPCC) da FCRB. Mestre em Mdia e Cotidiano pela UFF. Foi bolsista de Iniciao Cientfica da FCRB. E-mail: luu\_mattos@hotmail.com.

**Mariana Franco Teixeira**, membro do grupo de pesquisa Economia Poltica da Comunicao e da Cultura (EPCC) da FCRB. Doutoranda e Mestre em Histria pela UERJ. Foi bolsista do PIPC. E-mail: marianafr@gmail.com

**Marilda Samico da Silva**, membro do grupo de pesquisa Economia Poltica da Comunicao e da Cultura (EPCC) da FCRB. Mestre em Memria e Acervos pela Fundao Casa de Rui Barbosa (FCRB). Email: sassamico@gmail.com

**Natalia Aguerre**, professora da Facultad de Periodismo y Comunicacin Social da Universidad Nacional de La Plata (Argentina). Email: aguerre.natalia@yahoo.com

**Patricia Bandeira de Melo**, pesquisadora do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. Pesquisadora da Fundação Joaquim Nabuco. Doutora em Sociologia e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: [patricia.bandeira.melo@hotmail.com](mailto:patricia.bandeira.melo@hotmail.com)

**Patrícia Ávila**, professora e pesquisadora da Escola de Sociologia e Políticas Públicas do Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa (Portugal). Doutora e Mestre em Sociologia. E-mail: [patricia.avila@iscte.pt](mailto:patricia.avila@iscte.pt)

**Rachel Bertol Domingues**, professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da UFF. Vice-coordenadora do PPGMC-UFF. Doutora e Mestre em Comunicação pela UFRJ. Email: [rachelbertol@id.uff.br](mailto:rachelbertol@id.uff.br)

**Rodrigo Vieira de Assis**, professor do Instituto Universitário de Lisboa (Portugal). Doutor e Mestre em Sociologia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Email: [rvassis@outlook.com](mailto:rvassis@outlook.com)

1º edição DEZEMBRO de 2023  
Tipografia TIMES NEW ROMAN





A obra, *Um novo olhar para Cultura, Comunicação e Informação*, é o quinto número da coleção “Comunicação, Cultura e Informação”. Oferece ao leitor análises sobre democratização da comunicação, da cultura e da informação, políticas públicas, memória, cultura digital, povos originários, mulheres, instituições de cultura, artes, acervos e letramento midiático. Reúne vinte e cinco pesquisadores e oferece ao leitor vinte artigos, organizados em três partes, como peças de um quebra cabeça, que, bem encaixadas, mostram a importância de se entender o cenário midiático e o real sentido do direito e da democratização das áreas comunicacional, cultural e informacional. Os textos são resultantes de pesquisas científicas realizadas pelos membros do grupo de pesquisa EPCC (CNPq/FCRB) e por pesquisadores convidados.