

Eula Dantas Taveira Cabral
organizadora

PANORAMA REFLEXIVO
DA CULTURA E DA COMUNICAÇÃO



EULA DANTAS TAVEIRA CABRAL
Organizadora

Panorama reflexivo
da Cultura e da Comunicação



2020

Comitê Científico e Editorial

Dr. Adilson Vaz Cabral Filho - Universidade Federal Fluminense
Dra. Andrea Medrado - Universidade Federal Fluminense
Dra. Angela Maria Grossi - Universidade Estadual Paulista de Bauru
Dra. Betania Maciel - Centro Latino-Americano de Estudos em 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
Dra. Maria Érica de Oliveira Lima - Universidade Federal do Ceará
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

Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação

Adilson Vaz Cabral Filho
Ainara Larrondo Ureta
Andrea Medrado
Aquiles Brayner
Cintia Augustinha dos Santos Freire
Daniela Silvana Blanco Vaca
Danielle Fernandes Rodrigues Furlani
Débora de Castro Moreira Mesquita
Eula Dantas Taveira Cabral
Gabriela Azevedo
Karen B. Santarem Rodrigues
Juliana Bach
Juliana Fernandes Teixeira
Juliana Meneses Rocha Celestino
Luana Matos do Nascimento
Madalena Schmid Martins
Maria Eduarda Cardozo Guedes
Mariana Martins Trindade
Monica Machado
Ronaldo Nogueira da Gama
Rondon Marques Rosa
Thainá Queiróz Alves



2020

Copyright ©2020 by Organizadora:
Eula Dantas Taveira Cabral
editorameusritmos@gmail.com

Todos os direitos reservados.

Proibida a reprodução desta obra, em seu todo ou em parte, por qualquer meio, sem a prévia autorização do autor.

Projeto editorial / Diagramação – Meus Ritmos Editora
Foto Capa – Anderson Albérico Ferreira
Capa – Anderson Albérico Ferreira

Ficha catalográfica:
Catalogação na fonte (CIP) Brasil

C117p Cabral, Eula Dantas Taveira

Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação / Organizadora: Eula Dantas Taveira Cabral – Divinópolis, MG : Meus Ritmos Editora, 2020.
233 p. ; 29,7 cm.

ISBN: 978-65-00-14603-5

1. Cultura 2. Comunicação - I. Cabral, Eula Dantas Taveira

CDD 306

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

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

Sumário

Apresentação

Eula Dantas Taveira Cabral.....8

CULTURA E COMUNICAÇÃO

O cenário da Cultura e da Comunicação no Brasil

Eula Dantas Taveira Cabral.....13

Novos olhares sobre o teatro?

Ronaldo Nogueira da Gama.....28

O retrato da cultura e da legislação midiática brasileira no JN

*Eula Dantas Taveira Cabral, Karen B. Santarem Rodrigues,
Danielle Fernandes Rodrigues Furlani, Juliana Meneses*.....37

Políticas culturais, público infanto-juvenil e mídia alternativa

*Eula Dantas Taveira Cabral, Cintia Augustinha dos Santos Freire,
Thainá Queiróz Alves*.....47

Os nordestinos e o fenômeno da Internet

Luana Matos do Nascimento.....58

Fotografia, memória e ausência

Maria Eduarda Cardozo Guedes.....73

MÍDIA E MULHER

Contribuição da Conferência Nacional de Comunicação para a participação e a agenda de organizações feministas

Adilson Vaz Cabral Filho, Mariana Martins Trindade.....84

“Ser” da e atuar na América Latina: cinco inspirações e cinco lições

Andrea Medrado.....96

As mulheres no Iluminismo jurídico-político e os limites do pensamento revolucionário masculino

Gabriela Azevedo.....100

A imagem da mulher no contexto midiático

Juliana Meneses.....120

Análise do padrão de beleza de mulheres jornalistas em telejornais dos conglomerados midiáticos
Karen B. Santarem Rodrigues..... 132

Cultura digital e mulher: o antifeminismo nas redes
Danielle Fernandes Rodrigues Furlani 145

COMUNICAÇÃO, CULTURA E INTERNET

Novos modelos de participação pública no enriquecimento de acervos culturais
Aquiles Brayner..... 155

Curadoria digital em instituições de cultura e memória
Madalena Schmid Martins 166

Antropologia digital e suas contribuições para a pesquisa de campo em ciências sociais na Pandemia do novo Coronavírus em 2020
Monica Machado, Rondon Marques Rosa, Juliana Bach, Débora de Castro Moreira Mesquita 179

Lugar social na página Capão Atento durante a pandemia de Covid-19
Thainá Queiróz Alves..... 195

Da radiodifusão às multtelas digitais
Cintia Augustinha dos Santos Freire 205

Analisando a apropriação da mobilidade pelo jornalismo audiovisual: uma proposta metodológica para as práticas jornalísticas em dispositivos móveis
Juliana Fernandes Teixeira, Daniela Silvana Blanco Vaca, Ainara Larrondo Ureta 215

Sobre os Autores..... 231

Apresentação

Todo brasileiro tem direitos e deveres. No que tange à cultura e à comunicação também é realidade. Mas, como ter acesso ao conhecimento e usufruir dessa cidadania que atinge as pessoas diante da mídia?

Para compartilhar conhecimento com a sociedade brasileira, o grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), da Fundação Casa de Rui Barbosa, junto com o Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência (EMERGE), da Universidade Federal Fluminense (UFF), e o Programa de Pós-graduação em Memória e Acervos (PPGMA), da FCRB, realizaram eventos científicos, resultando em debates e análises críticas sobre cultura, comunicação e informação registradas neste livro.

A obra “Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação” reúne 22 pesquisadores e oferece ao leitor 18 artigos, organizados em três partes: cultura e comunicação, mídia e mulher e comunicação, cultura e internet. Textos resultantes de pesquisas científicas feitas pelos autores em suas instituições de ensino e pesquisa junto com suas equipes de investigadores científicos.

Além dos pesquisadores convidados, a obra mostra resultados das investigações científicas do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), levando em consideração um de seus principais projetos: “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados”.

A primeira parte da obra, *Cultura e Comunicação*, começa mostrando o campo cultural e comunicacional brasileiro. Eula Cabral assina o capítulo “O cenário da Cultura e da Comunicação no Brasil”, analisando a realidade brasileira a partir de autores, dados de mercado e conjuntura política que atingiu o país nos últimos quatro anos, mostrando a importância da democratização da cultura e da comunicação.

“Novos olhares sobre o teatro?”, de Ronaldo Nogueira da Gama, verifica os primórdios do teatro e as mudanças com o surgimento das novas tecnologias e a realidade imposta pela pandemia do coronavírus e do isolamento social. Identifica as modificações na relação ator–espectador, nas produções teatrais, no “teatro online, ou digital” que veio para ficar e no comprometimento das peças e espetáculos.

Eula Cabral, Karen Rodrigues, Danielle Furlani e Juliana Meneses, no capítulo “O retrato da cultura e da legislação midiática brasileira no JN”, mostram como o telejornal de maior audiência do Brasil, o Jornal Nacional, da Rede Globo, deixou de publicar em suas reportagens temas fundamentais e de interesse público sobre políticas culturais e legislação midiática brasileira.

“Políticas culturais, público infanto-juvenil e mídia alternativa”, de Eula Cabral, Cintia Augustinha Freire e Thainá Queiróz, ressalta a importância da cultura para a população brasileira e a relação e influência da mídia sobre área cultural. Além da necessidade de investimentos públicos nas mídias alternativas e de políticas culturais em prol das crianças e dos adolescentes no Brasil.

Luana Matos apresenta sua investigação sobre “Os nordestinos e o fenômeno da Internet”. Verifica como a cultura nordestina vem sendo representada pelos influenciadores digitais nordestinos Whindersson Nunes e Thaynara OG e se a internet proporciona um novo espaço de representação do Nordeste, diferente do que é veiculado na mídia comandada pelo eixo Rio-São Paulo.

“Fotografia, memória e ausência” é o tema da pesquisa que vem sendo desenvolvida por Maria Eduarda Guedes no grupo de pesquisa EPCC. Mostra como a construção da memória visual, fotográfica, vem se dando com o desenvolvimento da tecnologia e da digitalização da mídia e a importância da criação de imagens críticas sobre a realidade brasileira.

A segunda parte da obra, *Mídia e Mulher*, apresenta excelentes investigações sobre a relação dos meios de comunicação com o público feminino, o empoderamento e o seu protagonismo. A primeira é assinada por Adilson Cabral e Mariana Trindade, que analisam a “Contribuição da Conferência Nacional de Comunicação para a participação e a agenda de organizações feministas”. Mostram a importância do direito à comunicação e o papel e luta das mulheres, principalmente da rede de Articulação Mulher e Mídia.

Andrea Medrado assina o capítulo “<Ser> da e atuar na América Latina: cinco inspirações e cinco lições”. Compartilha sua jornada pessoal e acadêmica, como pesquisadora latino-americana que está hoje na Europa, compartilhando conhecimento com suas investigações na área de comunicação. E como vice-presidente da maior associação internacional de pesquisas na área midiática.

“As mulheres no Iluminismo jurídico-político e os limites do pensamento revolucionário masculino” é assinado por Gabriela Azevedo. Evidencia como as mulheres eram vistas por pensadores do Iluminismo, como Rousseau, Schopenhauer e Stuart Mill. Ao mesmo tempo, como mulheres pesquisadoras e pensadoras criticavam o movimento e como cada mulher deve se posicionar diante da realidade.

Juliana Meneses assina o capítulo “A imagem da mulher no contexto midiático”, a partir das pesquisas que vem desenvolvendo no grupo EPCC sobre a mídia brasileira e a mulher no contexto político. Chama atenção para a influência da mídia sobre o papel cultural atribuído às mulheres nos séculos XX e XXI e a importância do reconhecimento que cada uma deve ter de si mesma perante a sociedade.

“Análise do padrão de beleza de mulheres jornalistas em telejornais dos conglomerados midiáticos” é assinado por Karen Rodrigues. Averigua o padrão de beleza imposto pela

mídia às mulheres jornalistas de telejornais de grupos de comunicação, como a Rede Globo, a partir de casos reais que revelam o machismo e preconceito da sociedade brasileira contra mulheres que não seguem a cartilha.

E para fechar a segunda parte da obra, Danielle Furlani assina “Cultura digital e mulher: o antifeminismo nas redes”. Revela como o feminismo vem enfrentando oposição nas redes sociais, a partir dos grupos formados nos últimos anos, e como as empresas, como o Facebook, vêm reagindo. Mostra a importância de se estudar mais e entender o que é e qual a importância do feminismo.

A terceira parte da obra, *Comunicação, cultura e internet*, traz análises primordiais de metodologias que vêm sendo utilizadas nos projetos de cultura e comunicação. O primeiro texto é de Aquiles Brayner, referência na área de curadoria digital em instituições culturais. Em “Novos modelos de participação pública no enriquecimento de acervos culturais”, chama a atenção para a adoção do método, definindo novas políticas de acesso e práticas para a disseminação e reutilização de acervos eletrônicos.

Madalena Schmid vem em seguida, mostrando a importância da “Curadoria digital em instituições de cultura e memória”. Explica que o uso do método ajudará na disseminação, conservação, preservação e democratização dos objetos digitais, fazendo com que as instituições compartilhem seus acervos com a sociedade e permitam a manutenção da memória cultural do país.

“Antropologia digital e suas contribuições para a pesquisa de campo em ciências sociais na Pandemia do novo Coronavírus em 2020” é um trabalho fantástico assinado por Monica Machado, Rondon Rosa, Juliana Bach e Débora Mesquita. Os autores compartilham experiências teórico-metodológicas do grupo de pesquisa Mediatio – Mediações, Humanidades e Subjetividade - com intuito de colaborar com *insights* no campo social.

Thainá Queiróz assina “Lugar social na página Capão Atento durante a pandemia de Covid-19”. A partir da comunicação comunitária e da netnografia, analisa como se dá a interação e a mediação da página do Facebook, “Capão Atento”, com a comunidade. Além de que tipo de informação é transmitida diariamente sobre o que ocorre no bairro do Capão Redondo, periferia da cidade de São Paulo.

“Da radiodifusão às multitelas digitais” é o capítulo assinado por Cintia Augustinha Freire. Analisa o cenário midiático brasileiro, as mídias televisivas e as multiplataformas digitais. Verifica que o consumo audiovisual, provocado pela abertura de novos canais de distribuição online, continua se fortalecendo diante da ausência de uma legislação capaz de vencer os desafios trazidos pelas novas tecnologias.

E para fechar com chave de ouro, a obra traz o capítulo “Analisando a apropriação da mobilidade pelo jornalismo audiovisual: uma proposta metodológica para as práticas jornalísticas em dispositivos móveis”, assinado por Juliana Teixeira, Daniela Silvana e Ainara Larrondo. As autoras propõem uma estratégia metodológica que auxilia na

compreensão e análise do jornalismo audiovisual produzido em dispositivos móveis, como celular e tablet.

Excelentes textos que vão ajudar a entender a realidade brasileira sob os ângulos comunicacional e cultural, quais autores trabalham as temáticas e que metodologias devem ser aplicadas nas investigações científicas realizadas.

Boa leitura!

Eula Dantas Taveira Cabral

CULTURA E COMUNICAÇÃO

O cenário da Cultura e da Comunicação no Brasil

Eula Dantas Taveira Cabral

A cultura e a comunicação são fundamentais para o desenvolvimento da sociedade. No caso do Brasil, é um país multiculturalista com uma população totalmente midiática. Mais de 90% dos brasileiros estão ligados aos conteúdos exibidos nos meios de comunicação e de telecomunicação. São 5.570 municípios com mais de 210 milhões de habitantes com raízes indígenas, negras e misturadas com outros povos. Como ignorar tal realidade?

De acordo com Michel de Certeau (2012, p.10), cultura é um conjunto de valores que devem ser defendidos, pois “não consiste em receber, mas em realizar o ato pelo qual cada um marca aquilo que outros lhe dão para viver e pensar”. Termo que também pode ser ligado ao homem “culto”, “patrimônio de obras”, entendimento que se tem do mundo em relação ao meio (rural, urbano, nativo etc) ou a época (medieval, contemporânea etc). Sob o ângulo da antropologia cultural, “comportamentos, instituições, ideologias e mitos que compõem quadros de referência e cujo conjunto, coerente ou não, caracteriza uma sociedade como diferente das outras” (CERTEAU, 2012, p.194).

Já para Marilena Chaui (2008, p.57),

a cultura passa a ser compreendida como o campo no qual os sujeitos humanos elaboram símbolos e signos, instituem as práticas e os valores, definem para si próprios o possível e o impossível, o sentido da linha do tempo (passado, presente e futuro), as diferenças no interior do espaço (o sentido do próximo e do distante, do grande e do pequeno, do visível e do invisível), os valores como o verdadeiro e o falso, o belo e o feio, o justo e o injusto, instauram a ideia de lei, e, portanto, do permitido e do proibido, determinam o sentido da vida e da morte e das relações entre o sagrado e o profano.

Diante de tais definições, percebe-se que a cultura marca a vida, a sociedade, o cotidiano. É olhar para as pessoas e ver suas crenças, seus costumes, o que são, o que pensam e o que fazem. Ao mesmo tempo, o que é o seu país, analisando, também, a partir dos patrimônios materiais e imateriais. Algo que, para qualquer governo, é fundamental que esteja sob seu olhar. Mas, como evitar que se transforme em controle?

A Constituição federal de 1988 menciona a palavra “cultura” 63 vezes, registrando na Seção II - Da Cultura - os artigos 215 e 216:

Art. 215 - O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e

acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais [...]

Art. 216 - Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira [...]

O foco 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 isso vem acontecendo no Brasil? Os brasileiros olham para a cultura como um direito humano? Nosso patrimônio cultural promove a referência à identidade, à ação e à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira?

A importância da cultura e sua relação com a comunicação também exigem atenção e conhecimento da população. De acordo com o capítulo 5 da Constituição federal de 1988, enumeram-se cinco artigos (220 a 224), mostrando as aproximações das duas áreas e como devem ser encaradas pela sociedade como direitos.

O artigo 220 chama a atenção para a manifestação do pensamento, ao mesmo tempo em que o governo federal fica com a responsabilidade de regular diversões e espetáculos públicos e a garantia da pessoa e da família se defenderem de programações de emissoras de rádio e TV que contrariem o artigo 221 e de propagandas do que seja nocivo à saúde e ao meio ambiente. Destaca-se, ainda, o parágrafo quinto que não possibilita que os meios de comunicação social sejam objeto de monopólio ou oligopólio. Algo que não é cumprido na prática. Como explicar que cinco conglomerados de comunicação (Globo, Record, SBT, Bandeirantes e Rede TV!) controlam o que mais de 90% da população assistem diariamente?

Como se pode observar no Quadro 1, Rede Globo, Record, SBT, Bandeirantes e Rede TV! chegam em quase todo o território brasileiro, sendo que o poderio de cada um mudou nos últimos anos. A Globo, que era o grupo com mais emissoras de TV aberta em todo o país, caiu para o segundo lugar, mas manteve-se como primeira em audiência noturna. A Rede TV!, que era a penúltima em número de emissoras televisivas, se tornou a primeira com 155 emissoras, atingindo 97,39% dos domicílios, ao mesmo tempo em que é a última em audiência noturna. Mas, como é possível um conglomerado fazer afiliações com grupos locais e regionais e não ter audiência?

Quadro 1 Grupos de mídia e TV aberta no Brasil

Grupo	Emissoras TV (antes)	Emissoras TV (2018/2019)	Municípios	Alcance nacional (2018/2019)	Audiência noturna (18h às 00h)
Rede Globo	123 emissoras, sendo 5 próprias	122 emissoras, sendo todas geradoras	5.477	98,33% (97,25% domicílios com TV)	40,42%
SBT	114 emissoras, sendo 8 próprias	110 emissoras, sendo 45 geradoras	4.897	87,92% (94,41% domicílios com TV)	13,95%
Record	108 emissoras, sendo 17 próprias	108 emissoras, sendo 51 geradoras	4.913	88,20% (94,57% domicílios com TV)	13,74%
Bandeirantes	34 emissoras	101 emissoras, sendo 24 geradoras	3.562	63,95% (88,15% domicílios com TV)	3,19%
Rede TV!	40 emissoras	155 emissoras, sendo 5 geradoras	5.560	99,82% (97,39% domicílios com TV)	1,62%

Fonte: Elaboração da autora a partir de Mídia Dados 2018 e 2019.

É importante destacar que a lei, mesmo limitando o número de emissoras por proprietário, permite que ele afilie outras e chegue em todos os cantos do país. Assim, grandes conglomerados (como a Rede Globo) são formados no Brasil, sendo que aparecem como donos das geradoras (que produzem e reproduzem a programação para outras emissoras). No caso do Quadro 1, observa-se que as 122 emissoras da Rede Globo foram registradas como geradoras, levando a outros questionamentos: todas as emissoras passaram a gerar conteúdo? Em quais condições? Que tipo de conteúdo?

Observa-se, ainda, no Quadro 1, que a tendência atingiu os demais. Somente Rede TV! manteve cinco geradoras. Como explicar tais mudanças? O que é regido pela legislação, e era praticado pelo mercado, é que as emissoras dos grupos regionais e locais são afiliadas (repassam o sinal das geradoras e preenchem uma parte da programação com conteúdo) e demais emissoras pequenas são retransmissoras (repetindo o conteúdo transmitido pelas afiliadas).

É interessante observar, ainda, que o governo reconhece a formação e a relação entre os grupos midiáticos. No Decreto n.5.371, de 17 de fevereiro de 2005, que aprova o Regulamento do Serviço de Retransmissão de Televisão e do Serviço de Repetição de Televisão, define os tipos de redes televisivas que existem no Brasil.

IX - Rede Local de Televisão: é o conjunto formado por uma estação geradora e seu Sistema de Retransmissão de Televisão, restrito à área territorial de um grupo de localidades pertencentes à mesma mesorregião geográfica de uma unidade da Federação, que veiculam a mesma programação básica;

X - Rede Estadual de Televisão: é o conjunto de estações geradoras e respectivos Sistemas de Retransmissão de Televisão que veiculam a mesma programação básica dentro da área territorial de uma unidade da Federação;

XI - Rede Regional de Televisão: é o conjunto de estações geradoras e respectivos Sistemas de Retransmissão de Televisão que veiculam a mesma programação básica em mais de uma unidade da Federação, com abrangência em uma mesma macrorregião geográfica;

XII - Rede Nacional de Televisão: é o conjunto de estações geradoras e respectivos Sistemas de Retransmissão de Televisão com abrangência nacional que veiculam a mesma programação básica.

O foco é mostrar tipos de estações, transmissão de conteúdo e alcance da população. Por quê? Porque é esse conteúdo que chegará às pessoas e influenciará o que e como será entendido e absorvido pelos brasileiros. Então, como ignorar o poderio da mídia sobre o cotidiano de crianças, jovens e adultos?

No artigo 221 da Constituição federal de 1988 registram-se os princípios para a produção e programação das emissoras de rádio e televisão, uma vez que em todas as cidades que existe energia elétrica ou solar, os meios radiofônicos e televisivos estão presentes.

A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- 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.

Como se pode observar nos incisos I a IV, a cultura nacional e regional precisam ser valorizadas, afinal, está se falando sobre todos os cantos do Brasil. Mas, como promover algo que fica concentrado em poucos grupos midiáticos, cujas sedes estão no Rio de Janeiro e em São Paulo? Que tipo de programação será gerada para os lares dos brasileiros? Será diversificada e levará em consideração a cultura das pessoas? É algo que precisa ser entendido e reivindicado pela população.

Outro aspecto diz respeito à propriedade de cada emissora de rádio e televisão, registrada no artigo 222 da Constituição federal de 1988. Pode estar nas mãos de pessoas físicas ou jurídicas, podendo ter 30% de capital estrangeiro, diferentemente da TV por assinatura que não se tem mais limite, conforme Lei nº 12.485/2011. Mas, por que liberar a propriedade se não há cumprimento dos artigos anteriores que dizem respeito ao conteúdo difundido?

No artigo 223 registra-se que é competência do Poder Executivo “outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”, a partir da aprovação do Congresso Nacional, sendo que o “prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão” (parágrafo 5º).

Note-se no artigo 223 que a propriedade das emissoras de rádio e televisão dependem da aprovação do Executivo e do Legislativo, logo, como são concessões públicas, não deveriam estar nas mãos de políticos, como senadores e deputados, como determina o artigo

54. Mas, o que se vê na prática? Políticos gerindo rádios e televisões em todo o território brasileiro. Descumprem o capítulo 54 da Constituição federal e não permitem que exista, de fato, um Conselho de Comunicação Social, com a presença de representantes da sociedade civil, exigido no Artigo 224.

Também não se pode ignorar que o artigo 223 registra, ainda, que deve se observar “o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal”, ou seja, que as emissoras de rádio e TV não podem ficar apenas nas mãos de empresários, precisam ser divididas com o governo e a sociedade. Ou seja, assim como em muitos países da América Latina, a sociedade precisa ter respeitado seu direito às emissoras comunitárias com legislações que dêem condições para sustentar o funcionamento, permitindo que as vozes das comunidades sejam ouvidas.

Então, como mudar esse quadro e reivindicar que os capítulos da Cultura e da Comunicação registrados na Constituição federal de 1988 sejam cumpridos e valorizem a sociedade brasileira? Como colocar em prática esses direitos dos brasileiros?

É importante destacar que o conhecimento ainda é a melhor estratégia para conseguir que a legislação seja cumprida. Com os estudos na área de Economia Política da Comunicação e da Cultura, desenvolvidos nas instituições de ensino e pesquisa, é possível verificar as temáticas a partir do “viés crítico e analítico” e compreender o “que vem acontecendo nos mercados midiático e cultural brasileiro, assim como a regulação promovida pelo Estado, a partir da movimentação entre os diversos setores da sociedade”. Além de entender “o jogo empreendido pelos atores sociais e a atuação da sociedade civil”, fornecendo, assim, “subsídios mais estruturados para uma melhor compreensão das reais capacidades da sociedade de poder dar as cartas e fazer valer suas necessidades, afirmando a comunicação e a cultura como direitos humanos em prol do interesse público” (CABRAL, 2019, p.169).

Neste jogo, todos os jogadores precisam se confrontar com consciência do que vem acontecendo e valorizar o ser humano, e não apenas o mercado e as ideologias distorcidas. A democracia e a cidadania precisam entrar em cena, mesmo sabendo que as estratégias e confrontos de cada jogador tentará prejudicar o elo mais fraco. Então, como se manter no mesmo patamar dos adversários?

De acordo com Venício Lima (2011), a sociedade civil é considerada um “não-ator” no que tange à regulamentação da mídia no Brasil. É preciso aparecer e ganhar espaço. Mas, como? Primeiro, é preciso entender que o Estado, conforme o artigo 223 da Constituição federal de 1988, através do Poder Executivo e Legislativo, outorga e renova concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens. Ao mesmo tempo em que deputados e senadores não podem firmar ou manter contrato com concessionária de serviço público, como determina o artigo 54 da Constituição. Então, por respeito às Leis brasileiras e ao povo, assim como por questão ética, os políticos não deveriam ter envolvimento (na gestão ou com membros de família como proprietários)

com as emissoras de rádio e TV aberta no Brasil. Não seria permitido que as emissoras continuassem como palanques políticos de propaganda e de manutenção de poder dos que são colocados como representantes do povo na administração do país.

Em relação aos conglomerados de comunicação, deveriam cumprir o capítulo 5 (com os artigos 220 a 224) da Constituição federal de 1988. Não poderiam continuar fazendo monopólio e oligopólio. Cumprir os princípios de produção e programação das emissoras deveria ser exigência, uma vez que tratam da comunicação e da cultura do povo brasileiro. Assim, seriam evitadas a manipulação do público, a concentração da mídia e a falta de diversidade cultural e de conteúdo.

A sociedade necessitaria estudar e conhecer mais a Constituição federal de 1988 e a legislação que regulamenta e regula a comunicação e a cultura no Brasil. Não deveria permitir que continue sendo tratada como analfabeta, no que tange aos seus direitos como cidadã. A população precisa ter acesso ao conhecimento e evitar a manipulação do conteúdo difundido na mídia. Precisa ter condições para ingressar e concluir o ensino superior. Graduação, Mestrado e Doutorado deveriam ser realidade para todos os brasileiros, compartilhando conhecimento de qualidade com todas as pessoas, levando a sociedade a entender seus direitos e deveres como cidadãos. O conhecimento seria compartilhado e a reflexão se transformaria em ação. A tão proclamada Sociedade da Informação e/ou Sociedade do Conhecimento se tornaria realidade.

Há 40 anos, em 1980, especialistas que analisaram a comunicação e a cultura em vários países no mundo, detectaram no Relatório McBride que

os meios de comunicação transnacionais exercem uma influência capital sobre as ideias e as opiniões, sobre os valores e os estilos de vida e, por conseguinte, sobre a evolução, para o bem ou para o mal, de todas as sociedades. Nesse sentido, a seus proprietários ou responsáveis cabe uma responsabilidade especial e a sociedade tem direito de insistir para que a assumam.

Os meios de comunicação têm a possibilidade de dar a conhecer e apreciar a cultura, os costumes e as tradições, da mesma forma que as atitudes sociais, aspirações e até as reivindicações dos diversos grupos que constituem a população. (UNESCO, 1983, p. 179 e 309).

Essa certeza da influência da cultura e da comunicação sobre o povo, ao invés de resultar em cuidados e investimentos do Estado, nos últimos anos vem sendo colocada de lado. Como explicar? No período de 2016 a 2020, por exemplo, a população sentiu o impacto político sobre a cultura e a comunicação brasileira. No governo do ex-presidente Michel Temer (2016-2018) foi extinto o Ministério das Comunicações e alterada a estrutura do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação por meio da Medida Provisória 726, de 12/5/2016, que absorveu a comunicação dentre sua missão, levando às mudanças na Empresa Brasil de Comunicação, instituição pública federal que gerencia emissoras públicas de TV, de rádio e agência de notícias no país, que ficou sob o domínio estatal,

após a dissolução de seu Conselho Curador que tinha representantes da sociedade civil.

No mesmo período, e ainda sob a presidência de Michel Temer (2016 - 2018), o Ministério da Cultura foi extinto pelo presidente por Medida Provisória (MP) n. 726, de 12/5/2016. Porém, sob o protesto da sociedade brasileira, acabou sendo restabelecido no dia 23/5/2016, através da MP n. 728, publicada na edição extra do Diário Oficial da União (DOU).

Com o fim do governo de Michel Temer e com as novas eleições presidenciais, o governo Bolsonaro assumiu a presidência 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 absorvida pelo Ministério da Cidadania através da Secretaria Especial de Cultura, conforme Decreto 9.674, de 2/1/2019. Com os entraves políticos, a Secretaria Especial de Cultura, em novembro, foi para o Ministério do Turismo, conforme Decreto 10.107, de 6/11/2019. No caso da comunicação, em 10 junho de 2020, o Ministério das Comunicações voltou ao seu status, ficando sob a gestão do deputado Fábio Faria (PSD-RN), genro de Silvio Santos, proprietário majoritário do Sistema Brasileira de Televisão (SBT), um dos maiores conglomerados midiáticos do Brasil.

Mas, por que a comunicação e a cultura são alvos dos governos? Seria uma questão de evitar que ideias contrárias aos posicionamentos dos governos sejam difundidas? O que está em jogo?

É importante ressaltar que a cultura e a comunicação lidam diretamente com a história, a memória e o cotidiano da sociedade. Não é à toa que sejam usadas, por muitas empresas midiáticas, como armas ideológicas, pois é possível manter controle informacional, cultural e comunicacional. Mas, até quando?

Cenário que exige mudanças

No Brasil, apenas cinco conglomerados nacionais privados e um estatal (EBC) atingem quase todo o país com emissoras de rádio e TV aberta. Nas demais áreas midiáticas, como na de telecomunicações, não é diferente. Poucos grupos controlam o sistema midiático brasileiro. O problema é que a concentração midiática impede a diversidade cultural e a democratização da comunicação e da cultura, manipulando o povo com o conteúdo distorcido e de interesse das empresas.

Com a pandemia do coronavírus, as pessoas precisaram aprender a estudar e a trabalhar em casa. Também ampliaram o consumo de mídia. Ao mesmo tempo, profissionais da comunicação e da cultura entraram na linha de frente, se expondo à nova realidade. Muitos morreram. Outros perderam emprego. E as instituições e casas culturais foram obrigadas a fechar suas portas para evitar aglomerações, contágio e um número maior de mortes.

Com um cenário caótico no Brasil, o governo foi obrigado a criar meios que pudessem ajudar a população a sobreviver. No caso da cultura, no dia 29 de junho de 2020 criou a

Lei n. 14.017, conhecida como Lei Aldir Blanc, sendo regulamentada somente em agosto com o Decreto n.10.464, de 17/08/2020, dispondo ações emergenciais destinadas ao setor cultural durante o estado de calamidade pública. O valor estipulado de R\$3 bilhões deverá ser aplicado em

- I - renda emergencial mensal aos trabalhadores e trabalhadoras da cultura;
- II - subsídio mensal para manutenção de espaços artísticos e culturais, microempresas e pequenas empresas culturais, cooperativas, instituições e organizações culturais comunitárias que tiveram as suas atividades interrompidas por força das medidas de isolamento social; e
- III - editais, chamadas públicas, prêmios, aquisição de bens e serviços vinculados ao setor cultural e outros instrumentos destinados à manutenção de agentes, de espaços, de iniciativas, de cursos, de produções, de desenvolvimento de atividades de economia criativa e de economia solidária, de produções audiovisuais, de manifestações culturais, bem como à realização de atividades artísticas e culturais que possam ser transmitidas pela internet ou disponibilizadas por meio de redes sociais e outras plataformas digitais.

A comunicação e a cultura precisaram se reinventar. Enquanto a área cultural era sufocada pelos governos e as portas se fechavam, no caso da mídia, tecnologias digitais invadiram o novo cenário e o lucro empresarial foi pouco abalado. Isso foi possível porque a televisão aberta e o rádio continuaram chegando a mais de 90% das residências brasileiras.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), em sua publicação Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua, que analisou em 2018 o tema complementar Tecnologia da Comunicação e Informação - TIC, verificando os aspectos de acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal, apenas 3,6% dos domicílios brasileiros não possuem televisão, ou seja, a TV aberta está presente em 96,4% deles. Quanto à TV por assinatura, conforme o balanço dos serviços de telecomunicações de 2019¹, atinge 15,79 milhões de domicílios brasileiros, registrando a diminuição de 9,9% nos últimos meses.

Em relação ao uso do telefone, a *PNAD Contínua* (IBGE, 2020) identificou que o móvel celular estava em 93,2% dos domicílios e o fixo convencional, em 28,4% dos lares. No que tange à internet, verificou-se que era utilizada em 79,1% dos domicílios permanentes, sendo o celular o equipamento mais usado para navegar na rede (99,2%). O grupo que mais acessava a internet era formado por jovens de 18 a 24 anos (91%). Em 2020, o acesso se tornou uma necessidade, porém poucos brasileiros mantiveram sua “vida digital”. A maioria da população se viu sem Internet gratuita e sem dinheiro para navegar pela grande Rede. Como solucionar?

¹ ANATEL. Anatel divulga balanço dos serviços de telecomunicações de 2019. 10 de Fevereiro de 2020. **Anatel**. Disponível em <<https://www.anatel.gov.br/institucional/mais-noticias/2497-anatel-divulga-balanco-dos-servicos-de-telecomunicacoes-de-2019>>. Acesso em 17 fev.2020.

A realidade no Brasil é complexa. Muitos brasileiros vivem com menos de R\$100 por mês. No que tange às empresas, os lucros se sobrepõem aos empregados e ao público. Os interesses se sobressaem, inclusive, em relação à legislação, que ignora a convergência tecnológica e separa a área de radiodifusão (rádio e televisão) das telecomunicações. São vistas como setores distintos com legislações diferenciadas. No caso da radiodifusão, verifica-se um modelo de exploração de emissoras de rádio e TV por grupos privados brasileiros comandados por políticos, famílias e igrejas. Os dispositivos legais não são cumpridos, resultando em falta de diversidade e de pluralidade do conteúdo exibido no país. Além disso, é fato que os grupos de mídia exercem uma influência determinante na elaboração de políticas em suas áreas de atuação. Na área de telecomunicações, grupos estrangeiros comandam as empresas brasileiras.

A concentração midiática, envolvendo comunicação e cultura, é uma realidade no Brasil. Os cinco maiores conglomerados nacionais brasileiros privados de radiodifusão estão em mais de 97% dos 5.570 municípios. Como foi mostrado, anteriormente, no Quadro 1, a Rede Globo não é mais a primeira em relação à abrangência dos lares com televisão. De acordo com o Mídia Dados 2019², a Rede TV! está em 5.560 municípios, atingindo 99,82% do total, e 97,39% dos lares com TV com 155 emissoras.

Em segundo lugar aparece a Rede Globo em 5.477 cidades brasileiras, ou seja, em 98,33%, atingindo 97,25% dos domicílios com televisão com 122 emissoras. Em terceiro lugar aparece a Record com 88,20% ou 4.913 municípios, atingindo 94,57% dos domicílios com TV com 51 geradoras e 57 retransmissoras. Em quarto lugar, vem o SBT com 87,92%, conquistando 4.897 municípios e 94,41% de domicílios com televisão através de suas 110 emissoras. Em quinto lugar aparece a Bandeirantes com 63,95%, em 3.562 municípios, e 88,15% dos domicílios com televisão com 24 geradoras e 77 retransmissoras.

Observa-se que, mesmo com problemas financeiros, os conglomerados de mídia vêem a radiodifusão como um negócio interessante no Brasil. A TV aberta e o rádio estão em mais de 90% dos lares brasileiros através de cinco conglomerados nacionais privados. No que tange à área radiofônica, em pesquisas feitas até 2018, dentre os nacionais, SBT e Rede TV! não registravam emissoras de rádio. A Record apresentava o maior número de emissoras: 67 emissoras de rádio, da Rede Aleluia, atingindo 75% do território nacional.

Não se pode ignorar o fato que os conglomerados nacionais afiliam os principais grupos regionais e locais para chegarem em todos os municípios, terem audiência e investimentos na área publicitária. Controlam a programação exibida, permitindo que menos de 10% do conteúdo seja produzido e exibido localmente. Também interferem nas chefias de cada afiliada. Esse processo é de conhecimento do governo federal, que tem conhecimento sobre a existência e organização de redes de televisão no país e como se unem e podem abranger todo o país.

A concentração da mídia nas mãos de poucos conglomerados no Brasil é considerada

² Mídia Dados 2019. Disponível em <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>>. Acesso em 3 mar.2020.

ilegal. É possibilitada por que não há cumprimento das normas legais, não se cumpre o período para a troca legal de proprietários e não existem restrições para a formação de redes nacionais e regionais. Esses descumprimentos podem ser constatados na legislação brasileira, principalmente no Capítulo V da atual Constituição (1988).

Além da concentração na área de radiodifusão e feita por proprietários brasileiros, na de telecomunicações o agravante é que todos os proprietários são estrangeiros e atingem quase 100% do território nacional. São eles: Vivo; Oi; Claro; Tim, Nextel e SKY. Atuam na área de telefonia fixa e celular, banda larga e TV por assinatura.

Diante de um cenário midiático interessante para os grupos de radiodifusão e de telecomunicações, oligopólios são formados. Porém, a concentração da mídia pode restringir o mercado, evitando que a mídia seja democrática. Logo, a comunicação e a cultura brasileira são danificadas por interesses empresariais.

E, apesar do governo tentar colocar algumas regras, existem vários fatores que causam preocupação nas entidades de comunicação e da sociedade civil. Um deles é o predomínio de grupos midiáticos internacionais no controle da mídia brasileira. Pois, analisando a mídia mundial, percebe-se que os grandes impérios, como a Time Warner e a News Corporation, determinam o que deve ser posto em evidência nos países onde atuam. E isto acaba atingindo o conteúdo da programação, pois o grande temor é que a cultura e os interesses dos países desenvolvidos sejam postos em evidência e a cultura local seja deixada de lado. Observa-se que a programação exibida na mídia brasileira não promove a diversidade cultural e nem o pluralismo de conteúdo.

No caso do Brasil, na área de radiodifusão observa-se que os maiores conglomerados brasileiros chegam a quase todas as pessoas que vivem no país. Não alcançam apenas os que não têm acesso à energia elétrica e/ou solar. Os grupos de radiodifusão trabalham os conteúdos dos programas televisivos e radiofônicos a partir do que definem em suas linhas editoriais, não levam em consideração as peculiaridades locais e as diversidades culturais.

No meio de um negócio lucrativo, como se tornou a mídia brasileira, os empresários ignoram a legislação brasileira e os acordos internacionais. É o caso da “Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais”, da Unesco, celebrada em Paris, em 20 de outubro de 2005 e ratificada pelo Brasil por meio do Decreto Legislativo 485/2006, que destaca que a diversidade cultural “refere-se à multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram sua expressão”. Ela se manifesta “também através dos diversos modos de criação, produção, difusão, distribuição e fruição das expressões culturais, quaisquer que sejam os meios e tecnologias empregados”. Rege que, no âmbito nacional, deve-se adotar medidas “objetivando promover a diversidade da mídia, inclusive mediante serviços públicos de radiodifusão”.

A mídia brasileira ignora, ainda, a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado (ou seja, a TV por

assinatura), e seu artigo terceiro que rege que a comunicação audiovisual deve promover a diversidade cultural. Além do Capítulo V da Constituição de 1988, que, em seu artigo 221, registra que a produção e programação das emissoras de rádio e de televisão devem ter como princípios: “I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”; II - promover a cultura nacional e regional e estimular “a produção independente que objetive sua divulgação”; “III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei”; além do “IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família”.

Diante disso, verifica-se que, num país tão grande como o Brasil, que tem culturas diversificadas, como explicar ou entender que poucos grupos controlem a mídia e ignorem a legislação e os acordos internacionais? É importante conhecer o cenário e lutar pela valorização da diversidade cultural, pois o Brasil não pode continuar sendo reduzido à cultura paulista e carioca.

A concentração da mídia é o fenômeno onde os veículos de comunicação são controlados por poucos tanto no âmbito local, quanto regional, nacional e/ou global. Possibilita que pequenas empresas sejam absorvidas por grandes grupos, reduzindo o mercado ao poderio do(s) mais forte(s). Ocorre a partir de fusões, aquisições ou criação de um novo grupo. Um de seus objetivos é acumular audiências, concentrando conteúdos e interferindo no pluralismo e na diversidade cultural.

Os conglomerados concentram atividades e empresas também em busca de racionalização de custos e riscos, em prol de mais poder. Suas consequências podem ser detectadas tanto do ponto de vista econômico quanto da falta de pluralismo cultural. Não é à toa que resultam em monopólio e/ou oligopólio nos mercados. A concentração pode ser boa para os grupos midiáticos, mas é ruim para a sociedade.

Os conglomerados midiáticos verificaram que, com as novas tecnologias, suas atividades podem se expandir e conquistar novos públicos. Porém, 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.

A evolução das tecnologias quebrou as barreiras entre os setores, fazendo com que a convergência entre as mídias se tornasse realidade, levando as empresas a utilizá-la

como parte de seus negócios. Assim, tornou-se fundamental no fortalecimento dos grupos de mídia, fazendo com que os conglomerados midiáticos diversificassem suas atividades e participassem em outras empresas e lugares.

Os grupos de mídia passaram a investir em novos produtos e atividades, diversificando-se e expandindo seus negócios para novos mercados. Observaram que o cenário midiático, influenciado pelas novas tecnologias e facilidades políticas e econômicas, era favorável à concentração, diversificação, regionalização, globalização e desregulamentação. Assim, deram um novo direcionamento nos investimentos empresariais; na influência do público-alvo, fortalecendo seu domínio na área midiática; levando-os a traçar e entender a importância do local, a regionalização e a internacionalização da mídia.

No cenário midiático brasileiro existem vários tipos de concentração, sendo que a multissetorial é a que mais ocorre. Pois, os grupos atuam na área de comunicação e em outros setores econômicos, tentando atingir o brasileiro de todas as formas. Observa-se que os conglomerados diversificam suas atividades, investindo na área midiática e em outros setores da economia, não ligados diretamente à comunicação e à cultura. Utilizam estratégias regionais e internacionais em busca de novos parceiros e da manutenção e expansão de seus negócios.

Mas, é possível acabar com a concentração midiática e fazer com que a comunicação e a cultura sejam democratizadas?

Para evitar a concentração da mídia, o governo federal precisa regulamentar e regular os dois setores (comunicação e telecomunicações). A legislação brasileira proíbe o monopólio e oligopólio da mídia, conforme artigo 220, parágrafo quinto da Constituição Brasileira (1988). No caso da radiodifusão, não permite, também, no Decreto 236/67 a participação societária do mesmo grupo em mais de cinco concessões em VHF, no país, e em duas em UHF, em cada Estado. Porém, mesmo com as proibições, percebe-se que os grupos ignoram e vão se firmando no mercado com o maior número possível de veículos midiáticos.

É fato que, diante do cenário conturbado, o governo federal precisa se organizar e não se omitir diante da concentração da mídia no Brasil, uma vez que interfere na comunicação e na cultura brasileira. Não pode tapar os olhos para o fato que parlamentares sejam responsáveis pela renovação dos canais e, ao mesmo tempo, sejam proprietários. A Constituição de 1988, em sua seção V, artigo 54, registra que deputados e senadores são proibidos de firmar ou manter contrato com empresas concessionárias de serviço público, não podendo, ainda, aceitar ou exercer cargo, função ou emprego remunerado nas emissoras. Porém, na prática, muitos políticos são “proprietários” de emissoras de TV e rádio, além de alguns, também, controlarem jornais e Internet.

É fato que o Estado brasileiro precisa por em pauta a regulamentação e a regulação da mídia no Brasil. Principalmente, o capítulo V, da Comunicação Social, da Constituição Federal de 1988 e valorizar a cultura no país. A contribuição do governo federal na mudança

deste cenário de concentração midiática é vista pela sociedade civil como fundamental. É preciso garantir a diversidade e a pluralidade cultural. O governo precisa cumprir o seu dever de garantir o direito à comunicação e à cultura.

A sociedade civil vem se envolvendo bastante nos debates sobre a concentração da mídia no Brasil. Defende que a concentração midiática é uma ameaça à liberdade de expressão no Brasil e que a democratização da comunicação e da cultura devem ser realidade no país, lutando-se contra o oligopólio na mídia nacional privada. Faz-se necessário mudar o cenário.

A concentração da mídia é um tema que levanta muitas polêmicas, principalmente porque atinge a comunicação e a cultura. Para a sociedade civil é vista como um ataque à democratização. Para os conglomerados de mídia, não existe concentração nos meios de radiodifusão e de telecomunicações, uma vez que existem centenas de concessões e outorgas. Ignoram o fato de poucos grupos atuando em todo o cenário nacional. Para o governo federal, mesmo sendo real a existência de oligopólios nas áreas de radiodifusão e de telecomunicações, não se faz valer o cumprimento da legislação. Pois, como muitos parlamentares são proprietários de emissoras de rádio e de TV, mesmo sendo proibido na Constituição Federal de 1988, e estão afiliados aos grandes grupos nacionais, o tema não é encarado de frente. Mas, isso precisa mudar. A cultura e a comunicação são direitos de todo(a)s!

Cabe aos brasileiros buscar conhecimento. Entender que o Brasil é multicultural e que a cultura e a comunicação são fundamentais para o desenvolvimento da sociedade. Faz-se necessário estudar mais, conhecer a legislação e defender a democratização da comunicação e da cultura.

Referências bibliográficas

- ANATEL. Anatel divulga balanço dos serviços de telecomunicações de 2019. 10 de fevereiro de 2020. **Anatel**. Disponível em <<https://www.anatel.gov.br/institucional/mais-noticias/2497-anatel-divulga-balanco-dos-servicos-de-telecomunicacoes-de-2019>>. Acesso em 17 fev.2020.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Planalto**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 13 mai.2019.
- BRASIL. Decreto nº 5.371 de 17 de fevereiro de 2005 - Aprova o Regulamento do Serviço de Retransmissão de Televisão e do Serviço de Repetição de Televisão, anexas ao Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens. **Planalto**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/D5371compilado.htm>. Acesso em 30 nov.2020.
- BRASIL. Decreto 236, de 28 de fevereiro de 1967 - Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. **Planalto**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0236.htm>. Acesso em 30 nov.2020.
- BRASIL. Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011 - Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências. **Planalto**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/12485.htm>. Acesso em 30 nov.2020.
- BRASIL. Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020. Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020. Disponível em <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-14.017-de-29-de-junho-de-2020-264166628>>. Acesso em 30 nov.2020.
- CABRAL, Eula D.T. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- CABRAL, Eula D.T. Políticas de comunicação e de cultura acessíveis à sociedade: O projeto EPCC. In: CABRAL, Eula D.T. (Org.). **Desafios das políticas de comunicação**. São Cristóvão: ULEPICC-Brasil, 2019. p. 162 - 177. Disponível em <https://www.academia.edu/41403850/Desafios_das_Pol%C3%ADticas_de_Comunicação_Desafios_das_Pol%C3%ADticas_de_Comunicação>. Acesso em 8 mai.2020.
- CABRAL, Eula D.T. Entre o local e o global: estratégias dos conglomerados de mídia no Brasil. **Eptic** (UFS), v. 18, n.3, set-dez.2016, p. 76-94. Disponível em <<https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/5805>>. Acesso em 8 mai.2020.
- CABRAL, Eula D.T. Brasil midiático, para quem? In: CABRAL, Adilson; CABRAL, Eula. (Org.). **Comunicação, Cultura, Informação e Democracia: tensões e contradições**. Porto (Portugal): Media XXI, 2016, p. 133-147.
- CABRAL, Eula D.T. Mídia concentrada no Brasil: até quando? **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. V.13, n.24. Disponível em <<http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/725>>. Acesso em 8 mai.2020.
- CABRAL, Eula D.T. Mídia no Brasil: concentração das comunicações e telecomunicações. **Eptic** (UFS), v. 17, p. 17-28, 2015. Disponível em <https://www.academia.edu/41434860/Midia_no_Brasil>. Acesso em 8 mai.2020.
- CERTEAU, Michel. **A Cultura no Plural**. Trad. Enid A. Dobránszky. 7 ed. Campinas: Papirus, 2012.
- CHAUI, Marilena. Cultura e democracia. **Crítica y emancipación: Revista latinoamericana de Ciencias Sociales**. Año 1, no. 1, jun. 2008.
- IBGE. PNAD Contínua 2018: Tecnologia da Informação e Comunicação - Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2018. **IBGE**. Rio de Janeiro: IBGE,

2020. Disponível em <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101705>>. Acesso em 1 dez.2020.

LIMA, Venício Arthur de. **Regulação das Comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

MÍDIA DADOS 2019: Grupo de Mídia. 2019. **GM**. Disponível em <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>>. Acesso em 3 mar.2020.

UNESCO. Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. **Ibermuseus**. Disponível em <http://www.bermuseus.org/wp-content/uploads/2014/07/convencao-sobre-adiversida-de-das-expressoes-culturais-unesco-2005.pdf>. Acesso em 20 out.2016.

Novos olhares sobre o teatro?

Ronaldo Nogueira da Gama

Sou ator. De teatro. Mas antes de me formar ator de teatro, já tinha visto muito cinema, e mais ainda televisão. E, ainda criança, não existia a televisão em cores. Depois da TV em cores, o aparecimento do controle remoto, por mais anódino que possa parecer, foi um avanço tecnológico que permitiu ao espectador o conforto e a facilidade de mudar de canal e de interesse, sem sair de sua cadeira. Numa comparação, um pouco grosseira, poderia ser o que vemos hoje, em 2020, ano da Covid-19, do isolamento social, um prenúncio da forma como temos visto teatro. Sem sair de casa, através da internet, pelo computador, pelo smartphone. Remotamente, pelo controle remoto.

Ao consultar o significado da palavra *remoto* na internet, obtive: 1. que sucedeu há muito (*no passado remoto*); 2. que está muito distanciado, afastado, longínquo (*uma ilha remota*); 3. pouco provável (*uma hipótese remota*); 4. pouco nítido; impreciso; vago (*nós temos uma idéia remota do que aconteceu*); 5. que pode ser feito ou acionado à distância (*acesso remoto; controlo remoto*).

Estaríamos vendo o surgimento de um Teatro Remoto? Em qualquer uma das cinco opções acima, em relação ao teatro, vale questionar: teatro remoto - teatro de um passado remoto; teatro afastado, longínquo; teatro pouco provável, uma hipótese remota; teatro pouco nítido, impreciso; ou por último, teatro que pode ser acionado à distância. Tenho ouvido e lido várias afirmações como: “esse teatro digital, (online ou outro termo qualquer que represente a apresentação por streaming) veio para ficar.” Da mesma forma tenho lido e ouvido que isso seria um golpe enorme para o teatro.

Lembro da primeira peça que assisti. Estava no segundo grau, véspera de vestibular, e meu professor de português prometeu “2 pontos na nota” de quem assistisse uma peça de teatro que estava em cartaz no teatro de Arena. Era “O Último Carro” de João das Neves. E se tratava de mostrar ao público da classe média a odisséia enfrentada pela classe trabalhadora que precisava dos trens, do transporte público, da Central do Brasil. Eram os anos 70. Quero lembrar que não tinha o metrô e que a situação era bem pior nessa época. A encenação começava no hall, onde o público aguardava a entrada para a sala de espetáculos amontoados e separados por uma roletas altas que eram utilizadas na época. E a roleta só era liberada quando tocava o segundo sinal, e a peça estava prestes a começar. Então corríamos procurando o conforto de uma poltrona e encontrávamos bancos colocados no centro do espaço cênico, onde sentávamos para assistir ao espetáculo. E para acompanhar

as cenas, o espectador precisava se movimentar em seu lugar pois as cenas eram realizadas em praticáveis estreitos localizados no perímetro da sala, que era quadrada, simulando os vagões de um trem. Ao final, tínhamos vivido a experiência da vida de um trabalhador. Saí de lá num estado de êxtase. Num estado de emoção que até aí nunca tinha experimentado vendo televisão. Alguma coisa no cinema. Mas não tão intenso.

Enquanto ia me formando como ator, segui vendo TV e aprendendo que todos os grandes atores e atrizes que admirava vinham do teatro. Sim, aqui no Brasil a teledramaturgia brasileira teve origem também no teatro. Grandes atores brasileiros, que lutaram pelo reconhecimento e regularização da profissão, artistas que fundaram verdadeiramente a teledramaturgia brasileira, tiveram suas raízes no teatro.

Agora é preciso que eu fale sobre a relação entre teatro e cinema. Revisitei a história do cinema, da TV e hoje observo a internet. Quero lembrar o aparecimento do cinema. Quando os irmãos Lumière fizeram sua primeira apresentação pública em 1895. Conta a história, que enquanto o público assistia na tela à cena de um trem chegando à estação, ao ver o trem se aproximando em um plano fechado as pessoas saíram correndo com medo de serem atropeladas pela locomotiva. Depois, tivemos os truques e movimentos de câmera que nos trouxe George Méliès. Simulando a viagem do homem à lua, o homem com cabeça de borracha abriu caminho para os efeitos especiais no cinema. Lembrando que Méliès era mágico e tinha como propósito, unicamente, divertir seu público.

Acompanhando a trajetória do cinema, vimos a novidade impactante trazida por exemplo por cineastas como Dziga Vertov e Eisenstein, com a montagem cinematográfica do cinema russo. E após a segunda guerra tivemos o boom do cinema americano. Durante essa trajetória do cinema, o teatro foi perdendo seu espaço e seu público, mas foi se reinventando, reestruturando seus conceitos e valores, se recriando. O teatro ocidental voltou seu olhar para seus duplos do oriente, despertando o interesse por novas linguagens corporais, visuais e narrativas. Grandes teóricos, artistas, pesquisadores, desenvolveram novas ideias, novas experiências. Podemos citar Stanislavski, Meyerhold e Grotowski, que fizeram suas pesquisas no teatro e desenvolveram suas técnicas de interpretação que foram largamente utilizadas no cinema norte americano. Durante a segunda guerra, artistas judeus, como Lee Strasberg, fugindo da perseguição nazista, fundaram o Actor's Studio onde se desenvolveu o "método" de atuação largamente utilizado no cinema, gerando a partir dele inúmeras outras experiências. Aqui no Brasil, acolhemos talentos como Ziembinski, Yan Michalski, que tanto contribuíram para a formação de várias gerações de artistas brasileiros. Esses artistas vindos da Europa, influenciaram enormemente a evolução do nosso teatro e também da televisão.

O mundo experimentava na prática, a teoria desenvolvida pelo filósofo Walter Benjamin "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica", a partir da fotografia. O cinema mudou a maneira de como se apreciar a obra teatral. Os limites, que sempre foram

bastante voláteis entre cinema e teatro, tendem então, com a evolução das novas tecnologias, a serem revistos e repensados mais uma vez. Como disse Susan Sontag “A história da arte cinematográfica é, com frequência, tratada como sua emancipação dos modelos teatrais”¹.

O cinema, em suas origens, era intimamente atrelado ao teatro. Surgiu amparado pela *mise en scène* teatral. Não raro a equipe técnica era oriunda do teatro e passava também a atuar no cinema. Conseqüentemente, a dramaturgia nos primeiros tempos do cinema também era herdada do teatro. Muitas produções eram frutos de adaptações teatrais, tendência que perseverou ao longo de toda a história da nova arte, atravessando diversos movimentos até chegar ao cinema contemporâneo. O gestual, o olhar, os artifícios da representação teatral ingressaram no cinema em seus primórdios e permaneceram até a década de 50/60 do século XX. Assim, considera-se o nascimento do cinema narrativo clássico o instante em que o cinema passa a ter uma linguagem própria. Para longe do estudo da teoria do cinema, no entanto, na prática cinematográfica ocorre o oposto. O desenvolvimento da linguagem cinematográfica acompanhou de certa forma o desejo da sociedade. É o que atesta Jacques Rancière:

O cinema, que deveria ser a nova arte da não representação, parecia tomar exatamente o rumo contrário: restaurava o encadeamento das ações, os esquemas psicológicos e os códigos expressivos que as outras artes vinham tentando quebrar. A montagem, que fora o sonho de uma nova língua do mundo novo, parecia, em Hollywood, estar de volta às funções tradicionais da arte narrativa: a decupagem das ações e a intensificação dos afetos que garantem a identificação dos espectadores com histórias de amor e de sangue.²

Ou seja, ainda hoje não são poucos os cineastas que vão buscar no teatro os meios para construir a cena.

O teatro, por sua vez, não tardou a aproximar-se do cinema. Alguns encenadores, logo no princípio do século passado, já realizavam experimentos com a imagem em palcos teatrais. Mais tarde, o surgimento da televisão, do vídeo e das mídias digitais aprofundou o diálogo do teatro com as novas tecnologias, vislumbrando para si formas de representação antes insuspeitadas. O olhar do encenador sobre as novas possibilidades para a cena teatral fez com que ele também procurasse se adaptar a novas formas de relacionamento com o público, do mesmo modo que o cinema e a televisão, e depois a internet, haviam feito. Ou seja, de certo modo pode-se dizer que o teatro acabou aprendendo com essas tecnologias a se relacionar de outras formas com o seu público, em termos artísticos, políticos e também de entretenimento. Enquanto diversão, o teatro passou, assim, a ter interesses comerciais. As fronteiras entre as artes cênicas ou performativas foram se tornando cada vez mais voláteis.

E mesmo a performance art, conceito cunhado a partir da pesquisa de Richard Schechner, com início nos anos 70, em Nova York, serviu para amparar teóricos e pesquisadores face a

1 SONTAG, Susan. Théâtre et cinéma. In: _____. *L'oeuvreparle*. Paris: Seuil, 1968.

2 RANCIÈRE, Jacques. *As distâncias do Cinema*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2012.

falta de nitidez de definições acerca do que era então o teatro. Encenações onde o texto não era central, e que dispunham, de certa forma, de elementos comuns ao teatro e também a outras artes, acabaram por receber precipitadamente a denominação de performance.

De certa forma, o cinema não participou dessa confusão. Ainda que irmão mais novo do teatro, o cinema teve, ao longo de sua história, suas ferramentas e linguagem bem delimitadas. Sendo alçado à condição de arte e também de indústria, seu estatuto foi bem fundamentado, de modo a estabelecer seus próprios padrões e paradigmas. Diferentemente, teatro e performance, pela condição da presença ao vivo do ator, muitas vezes foram e ainda são confundidas. Hans-Thies Lehmann anunciou no final do século XX o aparecimento do teatro pós-dramático. E que hoje em dia já vem sendo chamado de teatro performático. Nos dois casos seria uma forma de teatro que se afastaria do modelo de narrativa do drama moderno. Onde a questão central do objeto encenado ocorreria no momento presente da ação.

Nessa linha de atuação, tivemos obras primorosas que dialogavam com imagens projetadas. Ou mesmo a fabricação de imagens que buscavam dilatar o tempo e o espaço, o que estabelece de certa forma uma nova forma de comunicação e percepção do espectador.

Continuamos a ser atingidos por inovações tecnológicas que vão desde performances midiáticas, imagens como cenário teatral, até o cinema 3D, a incorporação dos videogames na arte, aos fenômenos de mídia portátil e a televisão. As formas de interatividade e interseções entre as formas de arte cênicas são infinitas. O cinema nos traz inúmeros exemplos, tais como: *Deconstructing Harry* de Woody Allen (1997), *Looking for Richard* de Al Pacino filme sobre a peça Ricardo III de Shakespeare, *What did Jack do?* curta metragem /vídeo arte de David Lynch (2017). No teatro temos toda a obra de Robert Lepage, que trabalha também em performances, ópera e intervenções urbanas. No Brasil, Christiane Jatahy, que desenvolve uma pesquisa de linguagem entre o cinema e um híbrido de artes cênicas e as atuais montagens do Teatro Oficina do José Celso, com projeções em alta definição, usando a imagem à la Bertolt Brecht. Não posso deixar de citar os filmes de teatro do Théâtre du Soleil de Ariane Mnouchkine.

Antes de continuar no assunto “teatro” eu gostaria visitar o tema “comunicação”, ainda que seja o mesmo, mas mais precisamente na comunicação em rede, a internet. E gostaria de comentar a afirmação feita por Manuel Castells:

O ponto de partida desta análise é que as pessoas, as instituições, as companhias e a sociedade em geral transformam a tecnologia, qualquer tecnologia, apropriando-a, modificando-a, experimentando-a. Esta é a lição fundamental que a história social da tecnologia ensina, e isso é ainda mais verdadeiro no caso da Internet, uma tecnologia da comunicação. A comunicação consciente (linguagem humana) é o que faz a especificidade biológica da espécie humana. Como nossa prática é baseada na comunicação, e a Internet transforma o modo como nos comunicamos, nossas vidas são

profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. Por outro lado, ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria Internet.³

E ainda:

A Internet é uma rede de comunicação global, mas seu uso e sua realidade em evolução são produto da ação humana sob as condições específicas da história diferencial. Cabe ao leitor filtrar, interpretar e usar, de acordo com seu próprio contexto, a contribuição analítica que posso oferecer com base em minha própria teoria e observação.⁴

Partindo ao pensamento de Castells, posso identificar algumas pontes com o pensamento de Henry Jenkins e sua cultura da convergência. Pois na legião de fãs da convergência cultural de Jenkins posso facilmente identificar pontos de interação onde os espectadores transformam a própria rede. Mas como isso aconteceria no teatro? Nesse teatro online? Nesse teatro em tempos de peste?

A convergência cultural de Henry Jenkins é um processo tecnológico, mercadológico, cultural e social, que os canais de transmissão tradicionais de mídia, alterando o mercado da indústria cultural para que este satisfaça o desejo de seus espectadores e transforma a maneira que a sociedade recebe, percebe e reage aos produtos. Para isto, esse processo incentiva a busca em diferentes meios de comunicação por informações. Com isto, fica evidenciada a necessidade dos criadores de conteúdo repensarem a maneira que enxergam o público e a relação incerta entre eles. “A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação”

E agora eu vou destacar dois conceitos que “pesquei” na “rede”: Chimamanda Adichie, escritora e pedagoga nigeriana, numa palestra do Ted talks – chamada “O perigo de uma história única” nos conta um pouco de sua trajetória. E me chamou atenção quando ela nos conta que sendo uma pedagoga, negra, de classe média na Nigéria e que teve o privilégio de ter o hábito da leitura desde criança. Quando adulta e começou a escrever, seus heróis eram louros de cabelos lisos, de olhos azuis e comiam maçãs, enquanto que na sua infância, ela comia mangas. Ela, quando criança, lia os livros ingleses. E isso marcou sua imaginação. A plateia de brancos americanos ri, mas ela nos mostra o perigo de ter apenas um só lado da história. Somente quando foi completar seus estudos nos EUA e testemunhou o racismo é que ela pôde compreendê-lo.

Outra pérola que pesquei na rede da internet, foi Rita Von Hunty – canal Youtube Tempero Drag – A realidade é subjetiva. Rita nesse episódio nos explica a necessidade que temos de nomear as coisas para que possamos reconhecê-la. E cita o exemplo de uma tribo primitiva que não reconhecia a cor azul, pois a palavra “azul” não existia em seu alfabeto.

3 CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

4 *ibidem*

O azul presente no céu e na natureza representava o vazio. E ela segue nos mostrando que para reconhecermos qualquer coisa, precisamos identificá-la como linguagem. Queria chamar a atenção que vi isso na internet. Que as redes sociais se tornaram uma fonte poderosa de trocas de informações, é inegável. E que elas podem dizer alguma coisa, trazer alguma inspiração para a criação artística. E aqui volto à pesquisa teatral do artista multimídia Robert Lepage:

Nunca me interessei pelo teatro em si. Durante a minha adolescência eu me interessava mais pela teatralidade. Acho que, para mim, há uma diferença entre teatro e teatralidade, porque, de onde eu venho, a história do teatro é extremamente jovem, tem uns 50 anos apenas, e nós não temos os clássicos, nossos clássicos são emprestados de outros países... Então, quando digo que estou mais interessado na teatralidade, é porque o gosto pelo teatro dos jovens criadores, atores e diretores em Quebec, ao menos nos anos 70, nasceu muito mais de assistir shows de rock, de dança, e performances do que de assistir peças, pois o teatro é muito mais acessível, por exemplo, na Inglaterra. E o teatro que tínhamos estava já morto, não refletia nossas identidades e nem encenava as preocupações das pessoas.⁵

Gostaria de sugerir uma reflexão acerca dessa afirmação de LePage. O campo da arte atual, e do teatro em particular, não cessa de mudar e propor desafios ao artista e ao pesquisador. Desde “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, Walter Benjamim nos prenunciava esse novo questionamento. A partir da invenção do cinema, que nasceu praticamente imitando as ferramentas trazidas pelo teatro, até que veio com o tempo se afirmando enquanto arte. A partir do desenvolvimento de suas especificidades, que se estabeleceu finalmente enquanto arte. A sétima arte. Isso veio influenciar diretamente o teatro. E a partir daí assistimos a um rol de mudanças e novidades trazidas pelos novos aparatos tecnológicos. O pensamento e a criatividade tiveram que tornar-se mais ágeis para acompanhar a tecnologia. Cinema, teatro e linguagem se misturam cada vez mais. O teatro de Robert Lepage é baseado em mitos universais que buscam ultrapassar as fronteiras geográficas ou lingüísticas: mitos que habitam o universo imaginativo de todo ser humano. Seus processos criativos lembram os da dança de Pina Bausch, ou das performance de John Cage, num sentido em que o material criado a partir dos ensaios vai tomando forma de espetáculo. Lepage trabalha com elementos que tentam de certa forma tocar o inconsciente, como em “The dragons trilogy”, espetáculo em que ele faz uso do livro milenar chinês I Ching para inspirar suas improvisações durante a criação do espetáculo. É comum na encenação de Robert Lepage o uso de elementos como subjetividade, intuição e espontaneidade, lembrando jogos lúdicos comuns na criação teatral. A obra de Lepage parece conectada com os problemas intrínsecos a todo ser humano, não importando a língua

⁵ HEBER, Chantal & Irène Pirelli-Contos. *La face cachée du théâtre de l'image*. Montréal: L'Univers Théâtral – L'Harmattan, 2001

ou a sociedade onde ele viva. Os recursos tecnológicos utilizados em suas encenações são atualmente perfeitamente captados pelos novos espectadores. Vivemos a época em que o público teatral está acostumado a acompanhar não só a velocidade, mas a diversidade de acontecimentos. Lepage credits essa mudança ao legado deixado por Jacques Lecoq, às primeiras experiências na área da dança de Pina Bausch, e ao teatro de Bob Wilson. Lepage acredita que no futuro o teatro e o cinema serão “misturados”, tornando-se dois campos mestiços. Seu centro de pesquisas multidisciplinares *La caserne* é um lugar onde se permite essa mestiçagem, que a meu ver foi o que verdadeiramente preconizava Meyerhold. Uma das experiências de Lepage é conhecida do público brasileiro, “*Os sete afluentes do rio Ota*”, que foi montada por Monique Gardenberg seguindo fielmente a montagem original de Lepage e seu grupo *Ex-Machina*.

Quando Castells afirma que o usuário modifica a própria rede internet, não significa entretanto que ele tenha noção exata desse acontecimento. O usuário comum não tem noção de como funciona a rede, os algoritmos. E de certa forma, só teriam essa noção, os artistas ao conceber uma nova leitura dessas ferramentas, uma nova arte. Como nos mostra a história da humanidade, são os artistas que nos mostram os caminhos que sociedade está tomando

Ao ser indagada qual seria o início da civilização, em que todos pensavam que fosse o domínio do fogo ou da roda, Margareth Mead respondeu que foi a solidariedade. Contamos a história, que ao ver um semelhante com o fêmur fraturado outro ser humano, saudável, o carregou e o escondeu e alimentou em uma caverna pois do contrário seria comido por um predador. Gostaria que uma experiência teatral seja como aquela que mencionei no início, “O último carro”, o primeiro espetáculo que assisti. Que o teatro seja um veículo de experiência que encante seu público como eu fiquei encantado. Que me leve pela mão a que me faça me sentir vivo, que me faça refletir sobre a vida, sobre o mundo, sobre a humanidade.

Tânia Brandão, crítica, pesquisadora, professora de teatro e principalmente testemunha da nossa história teatral nos diz em sua coluna, Segunda de teatro, do site Folias Teatrais, em 19 outubro 2020:

No teatro, as lições de amor constituem o ponto de partida da carreira – ou existe doação ou nada acontece. Um ator no palco, um autor diante do teclado, um diretor ou um profissional diante da cena vazia estão buscando o melhor de si para expor ao público. As doações criativas são o eixo-motor da arte. Vale conferir. Eles são usinas de amor. Sempre foram. Vivem disso.⁶

Tânia nos lembra, entretanto, que nem sempre a história foi benevolente com o fazer teatral.

Um parêntese precisa ser feito. Apesar desta prática de doação e da certeza deste amor, a sociedade nem sempre olhou a arte, em particular o teatro, como algo positivo. Afinal, uma doação realizada a partir do corpo, da presença, evoca não o espírito elevado transcendental, mas a pulsação inferior da carne.

⁶ <http://foliasteatrais.com.br/2020/10/> Coluna segunda de teatro – Tânia Brandão

Assim, o teatro tem uma história ainda muito curta de bênção social.⁷

Lembro da experiência que tive ao ver minha primeira peça de teatro. Da necessidade de presença do corpo. E em todo caso, o teatro contemporâneo, pós-dramático, performático, online, remoto, ou como se queira denominar, não poderá ignorar mais essas novas formas de expressão, sejam elas artesanais ou tecnológicas. As experiências artísticas em torno de novos aparatos tecnológicos de criação de imagens se somam agora aos da interatividade.

Estará o teatro incluído numa eventual convergência cultural? Poderemos modificar os meios de produção teatrais a partir de que histórias? Que histórias iremos contar?

Como lidar com formas de arte em que é necessária a presença do ator? Ela será sempre necessária no teatro? O teatro será visto como arte antiga a ser contemplada em museus digitais? E as novas formas híbridas de arte que colocam o ator em ausência e contam também com sua presença? E a experiência? A experiência do espectador?

Há no teatro, como na peste, algo de vitorioso e de vingativo ao mesmo tempo. Sente-se que esse incêndio espontâneo que a peste provoca por onde passa não é nada além de uma imensa liquidação. Um desastre social tão completo, um tal distúrbio orgânico, esse transbordamento de vícios, essa espécie de exorcismo total que aperta a alma e a esgota indicam a presença de um estado que é, por outro lado, uma força extrema em que se encontram em carne viva todos os poderes da natureza no momento em que ela está prestes a realizar algo essencial.⁸

O mais importante, a meu ver, serão as mudanças que esse novo teatro proporcionará em relação a seu público. A relação ator–espectador será profundamente modificada. As produções teatrais que já existiam em forma de monólogo, se adaptaram mais rapidamente à nova realidade que se apresentou com o isolamento social e o fechamento das salas de teatro. E isso talvez seja um alerta de que estávamos “vendo” muitos espetáculos ao invés de “escutá-los”. As questões e suposições, em relação ao teatro, que se apresentam, vislumbrando uma vida pós pandemia são precipitadas. O teatro online, ou digital, veio para ficar? Sim, com certeza. A forma que se criava peças e espetáculos será comprometida? Sim. E ainda assim, teremos teatro como sempre tivemos. Mas para quê responder a essas questões agora? Vale mais ficarmos atentos às mudanças, enquanto elas ocorrem. E apreciar os atos de amor e resistência que os artistas nos oferecem nesses tempos de tirania e peste.

⁷ *ibidem*

⁸ ARTAUD, Antonin. *Le théâtre et son double*. Paris: Gallimard, 1964

Referências bibliográficas

- ARTAUD, Antonin. **Le Théâtre et son double**. Paris: Gallimard, 1964.
- BABLET, Denis. **Josef Svoboda**. Paris: Editions L'age D'or, 2004..
- BAZIN, André. Teatro e Cinema. In: **O Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- BENJAMIN, Walter. A Obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz E Terra, 1990.
- BORBA FILHO, Hermilo. **História do espetáculo**. Rio de Janeiro: Edições O Cruzeiro, 1968.
- BRECHT, Bertolt. **Estudos sobre teatro**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio De Janeiro: Zahar, 2003.
- CRAIG, Edward Gordon. **De L'art du théâtre**. Paris : Éditions Circé, 2004.
- FOUQUET, Ludovic. **Robert Lepage**. L'horizon en images. Montréal: L'instant Scène, 2005.
- GUÉNOUN, Denis. **O Teatro é necessário?** Tradução de Fátima Saadi. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- HEBER, Chantal & Irène Pirelli-contos. **La face cachée du théâtre de l'image**. Montréal: L'univers Théâtral – L'harmattan, 2001.
- KNOPE, Robert (Org.). **Theater and film**. New Haven: Yale University Press 2004.
- LEHMANN, Hans Thies. **O teatro pós-dramático**. São Paulo: Cosacnaify 2007.
- PASCAUD, Fabienne. **Ariane Mnouchkine**. L'art du présent. Paris: Plon, 2005.
- PAVIS, Patrice (Org.). **The intercultural performance reader**. Nova York: Routledge, 2002.
- _____. **A análise dos Espetáculos**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- _____. **Dicionário do teatro**. Tradução de Maria Lúcia Pereira *Et Alii*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- PICON-VALLIN, Béatrice (Org.). **La scène et les images**. Paris: Centre National De La Recherche Scientifique (Cnrs), Les Voies De La Création Théâtrale, Arts Du Spectacle, 1998.
- _____. **Théâtre du XXème Siècle: les écrans sur la scène**. Lausanne: L'âge D'homme, 2004.
- _____. (Org.). **Le film de théâtre**. Paris: Éditions Du Centre National De La Recherche Scientifique, 1997.
- _____. **Meyerhold**. Paris: Éditions Du Centre National De La Recherche Scientifique (Cnrs), Les Voies De La Création Théâtrale Vol. 17, 1990.
- RANCIÈRE, Jacques. **As distâncias do cinema**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2012.
- SCHECHNER, Richard. **Environmental theatre**. Nova York: Hawthorn Books, 1973.
- _____. **Performance Theory**. Nova York: Routledge, 1988.
- SONDI, Peter. **Teoria do drama moderno (1850-1950)**. São Paulo: Cosac E Naify, 2003.
- SONTAG, Susan. Théâtre et cinéma. In: _____. **L'oeuvre parle**. Paris: Seuil, 1968.

Sites e Internet:

- Folias Teatrais - Coluna Segunda De Teatro – Tânia Brandão. Disponível em <[Http://Foliasteatrais.Com.Br/2020/10/](http://Foliasteatrais.Com.Br/2020/10/)>.
- Canal You Tube Tempero Drag – Rita Von Hunty. Disponível em <[Https://Www.Youtube.Com/Watch?V=Kdhmy0_rkcw](https://Www.Youtube.Com/Watch?V=Kdhmy0_rkcw)>.
- Tedtalks – Chimamanda Adichie – O Perigo De Uma História Única. Disponível em <[Https://Www.Ted.Com/Talks/Chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story?Language=Pt-br](https://Www.Ted.Com/Talks/Chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story?Language=Pt-br)>.

O retrato da cultura e da legislação midiática brasileira no JN

Eula Dantas Taveira Cabral

Karen B. Santarem Rodrigues

Danielle Fernandes Rodrigues Furlani

Juliana Meneses

O Brasil é um país multicultural. Mesmo tendo cinco grupos privados controlando a mídia no Brasil, não se pode aceitar que essa concentração midiática continue prejudicando o pluralismo de conteúdo e a diversidade cultural brasileira.

“A diversidade cultural coloca em pauta a questão da democratização cultural” e esse “processo contínuo de democratização cultural deve estar baseado em uma visão de cultura como força social de interesse coletivo, que não pode ficar dependente das disposições do mercado” (CALABRE, 2019, p.20).

Se o Brasil se diz um país democrático, como verifica Calabre (2019, p.20), se faz necessário que a cultura seja encarada como expressão de cidadania, onde o governo deveria promover “as formas culturais de todos os grupos sociais, buscando atuar no atendimento das necessidades e desejos de cada um”, além de “incentivar a participação popular no processo de criação cultural e promovendo modos de autogestão das iniciativas culturais”. Mas, isso é possível?

Calabre (2019, p.20) chama atenção para o fato que “a cidadania democrática e cultural contribui para a superação de desigualdades, para o reconhecimento das diferenças reais existentes entre os sujeitos em suas dimensões social e cultural”, assim, “ao valorizar as múltiplas práticas e demandas culturais, o Estado está permitindo a expressão da diversidade cultural”.

É fato que a cultura é fundamental em qualquer sociedade. De acordo com Marilena Chauí (1981, p. 57), pensar em cultura é pensar na sociedade. A partir do século XX, chama a atenção para o fato que

a cultura passa a ser compreendida como campo no qual os sujeitos humanos elaboram símbolos e signos, instituem as práticas e os valores, definem para si próprios o possível e o impossível, o sentido da linha do tempo (passado, presente e futuro), as diferenças no interior do espaço (o sentido do próximo e do distante, do grande e do pequeno, do visível e do invisível), os valores como o verdadeiro e o falso, o belo e o feio, o justo e o injusto, instauram a

ideia de lei, e, portanto, do permitido e do proibido, determinam o sentido da vida e da morte e das relações entre o sagrado e o profano.

Como enfatizou Patrícia Bandeira de Melo (2018, p.58), “não existe sociedade sem cultura”. Não se pode ignorar que a cultura “constrói significados que expressam valores e que pressupõem a circulação e o consumo de bens para existir simbolicamente”, fazendo com que as políticas culturais ganhem “uma lógica de intervenção que ‘visa propiciar o acesso às diversas linguagens’, mesmo como prática descompromissada, mas que colabora para a formação de um público consumidor de bens culturais” (MELO, 2018, p. 54).

De acordo com Jesús Martín-Barbero (1997), tem-se na América Latina o suprimento da cultura indígena em prol da cultura dos países europeus, taxando os índios como povo sem cultura e se posicionando como cultura mais desenvolvida e superior. Tal processo resultou no apagamento e na negação de diversas práticas culturais, tanto indígenas como negras, ressaltando a importância de políticas culturais no sentido de resgatar e enaltecer as raízes brasileiras, uma vez que, conforme verificou Martín-Barbero (1997), cultura é o elemento fundamental para a conquista da cidadania.

Mas, será que os governantes pensam no país e em sua diversidade cultural, na mistura de culturas americana, africana, europeia e até mesmo asiática? De acordo com as pesquisas feitas por Vivianne Cardoso (2018, p.131), “pensar em diversidade cultural é pensar nas relações sociais entre indivíduos inseridos em sociedade e nos sistemas de manutenção delas oriundos”. Assim, como em qualquer sociedade, inclusive a brasileira, não se pode ignorar a vivência dos cidadãos e suas expressões e manifestações tanto sociais, individuais e culturais.

Se a cultura é o âmago da existência consciente de um indivíduo, a diversidade na existência consciente é o propulsor e condutor da manutenção e transformação da própria cultura. Pensar em cultura é pensar na soma de diversas consciências. E pensar em diversidade cultural é pensar nas diversas formas de ser e existir no mundo a partir da existência consciente e da consciência coletiva que é criada (CARDOSO, 2018, p. 140).

Raymond Williams (1969) ressalta, no seu livro “Cultura e sociedade”, que o sentido de cultura engloba todas as concepções culturais: cultura de elite, cultura de massa, alta cultura e cultura popular, entendendo que cultura é uma somatória das diversidades. Pois, cultura, para o autor, é única, só mudando a percepção diferente que cada classe social tem sobre ela.

Por isso, é preciso investir na área cultural. Como delineou Lia Calabre (2005, p.9), as políticas culturais são “um conjunto ordenado e coerente de preceitos e objetivos que orientam linhas de ações públicas mais imediatas no campo da cultura” com foco nos “âmbitos da produção, da circulação e do consumo culturais”.

A cultura e as políticas culturais, voltadas principalmente para a diversidade cultural, não podem ser deixadas de lado pelos brasileiros e por seus representantes políticos. Como ignorar a Constituição Federal de 1988? O artigo 215 registra que “o Estado garantirá a todos o pleno

exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais”, sendo que nenhum político pode deixar prevalecer seus interesses próprios, uma vez que “o Estado vai além do governo e resulta da relação orgânica entre sociedade política e sociedade civil” (CASTRO, 2018, p. 128).

Neste quadro, observa-se que a diversidade cultural perdeu duas vezes. De um lado, o governo federal ignorou a realidade do país e diminuiu os investimentos em projetos e ações culturais. Do outro, o cenário midiático brasileiro, restrito aos grandes conglomerados - Globo, SBT, Record, Bandeirantes e Rede TV! - junto com as famílias de políticos donos de concessões de canais de radiodifusão (mesmo sendo proibido no artigo 54 da Constituição de 1988), ignoraram o multiculturalismo e persuadiram a população, por meio da programação midiática, sobre o que seria a definição de cultura no Brasil. Assim, 90% da programação televisiva, vista por mais de 97% dos brasileiros, passaram a ser de responsabilidade da mídia nacional e somente 10% da mídia regional. O problema se configura, mais ainda, porque as programações das mídias nacionais ficam centradas no eixo Rio de Janeiro - São Paulo, não representando a heterogeneidade de um país tão vasto como o Brasil. Tal cenário opõe-se à proposta da Constituição Federal no Art. 221:

A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

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 [...]

Finalidades culturais, promoção da cultura nacional e regional e regionalização cultural são empurrados para debaixo do tapete. E a relação entre política e empresas ganha força, ignorando a sociedade brasileira e seus direitos culturais.

Uma política cultural atualizada deve reconhecer a diversidade de públicos, com as visões e os interesses diferenciados, que compõem a contemporaneidade. No caso brasileiro, ainda temos a premência de reverter o processo de exclusão, da maior parcela do público, das oportunidades de consumo e de criação culturais (CALABRE, 2019, p. 17).

A partir da pesquisa “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados”, que vem sendo desenvolvida no grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), buscou-se verificar como a mídia brasileira vem trabalhando o tema diversidade cultural. Analisou-se a realidade brasileira, verificando se o principal telejornal da Rede Globo, o Jornal Nacional, no período de 15 a 22 de outubro de 2019, retratou

os temas cultura, políticas culturais e legislação midiática brasileira nos conteúdos exibidos aos brasileiros.

Cenário midiático e cultural brasileiro e seus reflexos

A mídia brasileira é marcada pela concentração de muitos veículos de comunicação na mão de poucos grupos midiáticos. Os grandes conglomerados de mídia e de telecomunicações controlam a comunicação do país, a programação, enquadramento das notícias, ideologias, ditam o consumo e afetam diretamente todos os consumidores dessas mídias.

Um pequeno grupo controla a mídia no Brasil, o que mostra que a cultura, comunicação e informação no país estão nas mãos de poucas pessoas que são detentoras de poder e escolhem o que será propagado, sendo possível todo tipo de manipulação de conteúdo em prol dos próprios interesses financeiros e políticos. A concentração da mídia no Brasil acontece porque os grandes conglomerados, incluindo os de telecomunicações, não seguem o que dizem as normas legais, e com a internet, essa influência se estende também nas redes digitais.

No Brasil, observa-se que os cinco maiores conglomerados nacionais brasileiros privados de radiodifusão, conforme pesquisas do Mídia Dados de 2019, são: em primeiro lugar a Rede TV!, com cobertura geográfica de 99,82%, atingindo 5.560 municípios e 99,46% de domicílios com televisão. Em segundo lugar a Rede Globo, que alcança 98,3% do território, em 5.477 municípios, atingindo 99,45% dos domicílios com TV. O SBT com 87,92% abarca 4.897 municípios e 96,55 % de domicílios com televisão, ocupa o terceiro lugar. A Record, em quarto, alcança 79,3%, atingindo 4.417 municípios e 90,2% dos domicílios com TV. A Band, em quinto lugar, cobre 63,95% do território, em 3.562 municípios e 90,15% dos domicílios com televisão.

Como explicar e aceitar que poucos grupos controlem a mídia televisiva no Brasil? Como ignorar que os conteúdos são totalmente influenciados pelos interesses de cada grupo? Não se pode ignorar que a comunicação e a cultura são direitos de todo(a)s e que não deveriam estar nas mãos de poucos.

Cees Hamelink (in MELO e SATHLER, 2005, p. 144) mostra que, desde a introdução da comunicação como 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”. O redimensionamento do artigo 19, a partir dos diversos debates que se seguiram, proporcionou o surgimento da Plataforma para os Direitos da Comunicação, um agrupamento de ONGs formado em 1996, em Londres, que por sua vez, em 2001, fundou a Campanha CRIS, sigla que significa, em português, Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação.

José Augusto Lindgren-Alves (2018, p.188) verifica que “no âmbito dos direitos humanos, os direitos culturais são direitos dos indivíduos”, porém, Marilena Chaui (2018,

p.66) chama atenção para o fato que “afirmar a cultura como um direito é opor-se à política neoliberal, que abandona a garantia dos direitos, transformando-os em serviços vendidos e comprados no mercado e, portanto, em privilégios de classe”.

Se o Estado não é produtor de cultura nem instrumento para seu consumo, que relação pode ele ter com ela? Pode concebê-la como um direito do cidadão e, portanto, assegurar o direito de acesso às obras culturais produzidas, particularmente o direito de fruí-las, o direito de criar as obras, isto é, produzi-las, e o direito de participar das decisões sobre políticas culturais. (CHAUI, 2018, p.65).

Será que o governo brasileiro se preocupa em proporcionar a cultura como um direito de todo(a)s na mídia brasileira e que políticas culturais sejam feitas em prol do povo?

Na Constituição federal de 1988, na seção II – da Cultura -, em seus artigos 215 e 216 registram-se:

Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

§ 1º O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional. [...]

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira [...]

Mas, o governo brasileiro, desde 2019, vem atuando em prol de políticas culturais para os brasileiros? De acordo com Lia Calabre (2019, p.17), “o que temos vivenciado no Brasil são alguns períodos de construção de políticas públicas de cultura, seguidos por períodos de desmonte e redirecionamento ou de omissão do Estado”. E desde a entrada do Presidente da República e dos governadores, nas eleições de 2018, “depois de uma década e meia de avanços, várias políticas e conquistas se veem ameaçada com a chegada em 2019, de um grupo conservador de direita ao poder” (CALABRE, 2019, p. 17).

E os grupos de mídia, com concessões públicas em suas mãos, como trabalham com os conteúdos que vêm sendo divulgados à sociedade brasileira? De acordo com o artigo 221 da Constituição federal de 1988,

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- 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.

Será que a mídia brasileira produz e exhibe programas que valorizam a cultura nacional? Como os brasileiros são representados pelos grupos de mídia?

A Rede Globo, por exemplo, chega ao país inteiro com suas emissoras, retransmissoras e geradoras, com grande influência na política, na economia e na sociedade. Com o seu telejornal principal, o Jornal Nacional, destaca-se por ser o jornal televisivo de maior audiência do país e pelo seu alcance nacional. O programa é exibido, atualmente, de segunda a sábado, das 20h30 às 21h15, pelos apresentadores William Bonner e Renata Vasconcellos.

Devido aos acontecimentos acerca das políticas culturais e da legislação midiática brasileira que ocorreram na terceira e quarta semana do mês de outubro, foi realizada a análise da semana do dia 15 a 22 de outubro de 2019 do Jornal Nacional. Neste período foram destaques na área o Projeto de Lei 5.103/19, publicado no Diário Oficial da União, que prorroga mecanismos da Lei do Audiovisual; a audiência pública na Comissão de Assuntos Econômicos, divulgada pela Agência Senado, que pretende regular os vídeos sob demanda, como a plataforma de *streaming* Netflix; e as audiências da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) para ouvir pesquisadores e autoridades sobre o fenômeno das *fake news*.

Para estudo do conteúdo, utilizou-se das Fichas de Análise, completadas a partir dos indicadores do Livro de Códigos formulados pela pesquisadora e idealizadora do SAAV, Claudia Pereira Galhardi, doutora em Comunicação Audiovisual pela Universidade de Salamanca, que atua com metodologia da pesquisa em comunicação, mercado televisivo, produção e distribuição do audiovisual e estudo de mídia.

As fichas e leituras foram base para realizar a análise da programação de sete dias do telejornal. Desse modo, foi elaborado o mapeamento das reportagens do Jornal Nacional, verificando a noticiabilidade das políticas culturais e legislação midiática brasileira.

No livro “Jornal Nacional: Modo de Fazer”, o autor e editor-chefe, William Bonner, destaca alguns aspectos característicos do telejornal. “Como todos os veículos jornalísticos, o JN busca aquilo que os profissionais da área chamam de “furo”: uma informação de grande importância que nenhum outro jornal, site ou programa tenha tornado pública antes” (BONNER, 2009, p. 13). Bonner ainda completa que a principal matéria-prima do JN é o tema factual, isto é, o que de mais importante aconteceu no dia.

Ao analisar uma semana de programa, do dia 15 a 22 de outubro de 2019, verificou-se que, assim como toda a categoria jornalística, o telejornal baseia-se no *agenda-setting*. Segundo Maxwell McCombs e Donald Shaw, pesquisadores pioneiros na apresentação da hipótese do agendamento, a mídia pode influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública, estabelecendo um pseudo-ambiente fabricado e montado pelos meios de comunicação. (BRUM, 2003)

Destacam-se três assuntos que foram comentados ao longo de toda a semana no jornal,

sendo até reportados duas vezes no mesmo programa, são eles: o desabamento do prédio em Fortaleza, as manchas de óleo que atingiram o litoral do Nordeste brasileiro e a crise no Partido Social Liberal (partido do atual presidente do país, Jair Bolsonaro). Essas pautas possuem uma continuidade ao longo da semana de programação do telejornal, uma vez que são de interesse público e dão audiência ao telejornal. Desse modo, apesar destes três assuntos já terem sido reportados em outros programas do JN, eles ainda assim conseguem ser pauta no jornal devido às atualizações que ocorreram em cada caso, até terem um desfecho.

No dia 16 de outubro de 2019, na quarta-feira, o programa exibiu, assim como no dia 15, segunda-feira, estas três notícias mais uma vez, com atualizações dos casos. Além disso, também noticiaram uma medida provisória assinada por Jair Bolsonaro sobre o 13º salário do Bolsa Família, que foi publicada no Diário Oficial da União (DOU). No entanto, o JN não reportou sobre o projeto de lei, também divulgado no DOU, que prorroga mecanismos da Lei do Audiovisual, aprovada pela Comissão do Senado na segunda-feira (15). Segundo Marcos Urupá, jornalista, no site *Televiva*, o PL 5.103/19 propõe mudanças na Lei do Audiovisual, que trata dos instrumentos de fomento ao audiovisual, e na MP 2.228-1/2001, que trata da política nacional para o cinema brasileiro.

O projeto prorroga até 2024 a possibilidade de deduzir do imposto de renda as quantias referentes a investimentos e ao patrocínio de obras audiovisuais brasileiras de produção independente e os valores aplicados na aquisição de cotas dos Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (Funcines).

No dia 17 de outubro de 2019, na quinta-feira, a Agência Senado publicou sobre uma audiência pública na Comissão de Assuntos Econômicos pela defesa da regulação dos vídeos sob demanda, como a plataforma de *streaming* Netflix. Segundo informações da Agência Senado, para os debatedores da audiência, as cotas para produção nacional são uma forma de democratizar estes veículos comunicacionais, uma vez que é dever do Estado garantir o acesso à cultura nacional, conforme artigo 215 da Constituição federal de 1988.

Considerando a data que esta matéria foi publicada na Agência Senado, o JN não noticiou sobre a audiência pública pela regulação dos serviços de *streaming* nos programas posteriores, mas, ainda assim, reportava sobre o desabamento do prédio em Fortaleza, as manchas de óleo no Nordeste e a crise do PSL. Sendo que, os 10 minutos finais do programa de sexta-feira (18), foram dedicados à apresentação dos jornalistas Thiago Rogeh, editor-chefe e apresentador do Jornal do Acre 1ª Edição da Rede Amazônica, e Taís Lopes, ex-apresentadora do ‘Bom Dia Ceará’, na afiliada da TV Globo (TV Verdes Mares), e a atualmente contratada da CNN Brasil, que iriam apresentar o programa de sábado (19), em comemoração aos 50 anos do Jornal Nacional. Durante 14 semanas, 28 apresentadores de outros estados e do DF, que comandam telejornais locais de emissoras afiliadas à Globo, fizeram um revezamento

na bancada do maior telejornal do país.

Outro caso de negligência do jornal foi acerca da ausência de divulgação das audiências da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) para ouvir pesquisadores e autoridades sobre como o fenômeno das *fake news* pode ser definido e quais as suas características.

As *fake news* são notícias falsas veiculadas pelos meios de comunicação como se fossem informações reais, com o intuito de legitimar um ponto de vista ou prejudicar uma pessoa ou grupo político e possuem uma capacidade de se tornarem virais na internet. Apesar de ser um termo já conhecido no jornalismo, ganhou força nas eleições presidenciais de 2016, dos Estados Unidos da América, em que eleitores do atual presidente Donald Trump compartilhados de forma intensa conteúdos falsos sobre a candidata Hillary Clinton.

No Brasil, esse fenômeno também ganhou uma grande proporção em 2018 e causou uma mudança cultural nas eleições presidenciais. O atual presidente do país, Jair Bolsonaro, foi quem mais teve notícias falsas ligadas ao seu nome, segundo a revista online EXAME. Dos 12 boatos que mais tiveram crescimento nas buscas, sete são ligados ao candidato do PSL. O ato de criar notícias falsas fere um dos princípios constitucionais acerca do acesso à informação, além de prejudicar o exercício pleno do jornalismo.

As audiências da CPMI começaram no dia 22 de outubro de 2019, na terça-feira, no dia do sétimo e último programa de análise deste artigo. Sendo que neste dia, o JN destacou a viagem do Presidente Jair Bolsonaro ao Japão e a crise no PSL.

Como o Jornal Nacional pôde ignorar três temas que são de interesse da população brasileira e que dizem respeito às políticas culturais?

Considerações finais

Diante disso, como verificou Lia Calabre (2005, p.9), as políticas culturais são “um conjunto ordenado e coerente de preceitos e objetivos que orientam linhas de ações públicas mais imediatas no campo da cultura” com foco nos “âmbitos da produção, da circulação e do consumo culturais”. Assim, o Jornal Nacional, como maior telejornal do país, líder de audiência e símbolo cultural do jornalismo tem a responsabilidade com o telespectador de informar acerca da atuação do governo na área da cultura e da mídia brasileira.

Ao se analisar uma semana de programação do Jornal Nacional, verificou-se que as decisões tomadas pelo governo nestes sete dias sobre cultura, políticas culturais e legislação midiática brasileira não foram reportadas pelo telejornal. Assim, deixaram de apresentar tais matérias de interesse público para noticiar sobre estreias de quadros no Fantástico e a programação do Globo Esporte e Globo Repórter, fazendo propaganda de outros programas da emissora que faz parte de um dos maiores grupos de comunicação do país.

Nada foi dito sobre o Projeto de Lei 5.103/19, publicado no Diário Oficial da União, que prorroga mecanismos da Lei do Audiovisual; a audiência pública na Comissão de Assuntos Econômicos, divulgada pela Agência Senado, que pretende regular os vídeos sob

demanda, como a plataforma de *streaming* Netflix; e as audiências da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) para ouvir pesquisadores e autoridades sobre o fenômeno das *fake news*, que vem atingindo a população brasileira e interferindo em seu cotidiano cultural.

Apesar de ter acesso ao Diário Oficial da União e divulgar as portarias, concessões e decretos em outros segmentos políticos, o JN não noticiou sobre as tomadas de decisões do governo referentes à cultura, políticas culturais, comunicação, mídia e acesso à informação aos brasileiros. Verificou-se que, devido às questões políticas e econômicas relacionadas ao oligopólio midiático no qual o telejornal é exibido, não há interesse do programa em reportar sobre as mudanças na legislação cultural, midiática e comunicacional brasileira.

É fato que a programação exibida na mídia brasileira não promove a diversidade cultural nem o pluralismo de conteúdo. É preciso garantir a diversidade e a pluralidade de informações na comunicação brasileira. No entanto, para alcançar este objetivo, o governo federal precisa regulamentar, fiscalizar e regular a área e evitar a concentração midiática. A sociedade civil também é uma peça fundamental para a democratização da mídia e da cultura no Brasil. Se todos se envolverem, as políticas públicas poderão se tornar realidade no cenário atual. É isso que queremos? Se sim, é hora de lutar em prol da cultura e da comunicação como direito de todo(a)s.

Referências bibliográficas

- AGÊNCIA SENADO. Serviços como Netflix devem ser regulados, defendem debatedores na CAE. Agência Senado, 2019. **Senado**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/audios/2019/10/servicos-como-netflix-devem-ser-regulados-defendem-debatedores-na-cae>>. Acesso em: 08 de março de 2020.
- BONNER, Willian. **Jornal Nacional**: modo de fazer. Editora Globo, 2009.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Senado**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 4 mar de 2020.
- BRUM, Juliana de. A Hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas. Universidade do Vale do Rio dos Sinos - **Unisinos**, nº 35. Rio Grande do Sul, 2003.
- CABRAL, Eula D.T. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- _____. Mídia concentrada no Brasil: até quando?. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. V.13, n.24.
- CABRAL FILHO, Adilson V., CABRAL, Eula D.T. A importância da EPC para entender a mídia no Brasil. IN: CABRAL, Eula D.T., CABRAL FILHO, Adilson V. (org.). **Comunicação e Cultura no Brasil: diálogos com a Economia Política da Comunicação e da Cultura**. Rio de Janeiro: FCRB, 2017.
- CALABRE, Lia. Política Cultural no Brasil: um breve histórico. In: CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais: diálogo indispensável**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2005.
- _____. **Escritos sobre políticas culturais: diálogo indispensável**. RJ: Casa de Rui Barbosa, 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 7 fev.2018
- LINDGREN-ALVES, José Augusto. **É preciso salvar os direitos humanos**. São Paulo: Perspectiva, 2018.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos média, 1972. IN: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.
- MELO, José Marques de e SATHLER, Luciano. **Direitos à comunicação na sociedade da informação (orgs)**. São Bernardo do Campo: Metodista, 2005.
- URUPÁ, Marcos. Comissão do Senado aprova PL que prorroga mecanismos da Lei do Audiovisual. **Tela Viva**, 2019. Disponível em: <https://telaviva.com.br/15/10/2019/comissao-do-senado-aprova-pl-que-prorroga-mecanismos-da-lei-do-audiovisual/?utm_source=akna&utm_medium=email&utm_campaign=TELA-VIVA-News-16-10-2019-00-29>. Acesso em: 20 de novembro de 2019.

Políticas culturais, público infanto-juvenil e mídia alternativa

Eula Dantas Taveira Cabral

Cintia Augustinha dos Santos Freire

Thainá Queiróz Alves

As políticas culturais são fundamentais para o desenvolvimento do Brasil. Mas, como investir em cultura em um país onde os governos não têm interesse no desenvolvimento cultural e social do cidadão? Como aproveitar as brechas e possibilidades que os meios de comunicação proporcionam? Qual a importância das políticas culturais diante da comunicação? O Estado prioriza e investe no setor?

Para entender melhor a temática, a partir do projeto de pesquisa “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados”, que vem sendo desenvolvido no grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), analisou-se o cenário midiático brasileiro, as políticas culturais diante do público infanto-juvenil e as mídias alternativas.

Cultura e Políticas Culturais no Brasil

Por que no Brasil, mesmo tendo a presença de várias culturas, seus governantes e sua população não valorizam a cultura brasileira? Por que, como diria Nestor Garcia Canclini (1987, p.13), política e cultura ainda são vistos como campos adversários para muitos políticos, artistas e intelectuais? Por que os meios de comunicação, que deveriam estampar a vida cultural de cada cidadão, ignoram a diversidade e a realidade brasileira?

O Brasil é um país multicultural, com mais de 200 milhões de habitantes. Toda essa diversidade foi determinada pela mistura de raças e etnias que aconteceram durante o processo de colonização e que perdura até hoje. Porém, não há como negar que seus governantes tiveram com a cultura popular um distanciamento, privilegiando a chamada cultura de elite. O Estado legitimou a criação social em cultura oficial destinada a ser modelo para toda a sociedade. O Estado se apresentou como produtor de cultura, banalizando ou mesmo retirando a importância da cultura onde, efetivamente, ela surge com importância para diferentes grupos sociais.

No Brasil, a elaboração e o estudo de políticas públicas para o setor cultural datam do século XX, onde as ações culturais públicas têm origem em 1930 e 1940, voltando-se,

principalmente, para a área de patrimônio. De acordo com Carlos Nelson Coutinho (2000), no que tange ao desenvolvimento de políticas voltadas para a cultura popular brasileira, negligenciou-se a arte e o costume do povo, o que vislumbrou um caminho difícil para desenvolvimento da cultura e o caráter tardio das políticas culturais no país.

De acordo com Lia Calabre (2005), a política pública cultural brasileira, ao longo dos anos, esteve interligada à conjuntura política do país, sendo destacadas ações no primeiro governo Vargas (1930-1945), com a estruturação da cultura; parte da gestão de Médici e do governo Geisel (ditadura militar), a partir de ações públicas no campo cultural; do presidente Sarney (1985-1990); e na Era Collor (1990-1992), que vai contra a maré da cultura como algo estratégico no país. Nos governos petistas, de acordo com Camila Pinheiro (2018), incluindo os dois mandatos de Lula da Silva (2003-2011) e de Dilma Rousseff (2011-2016), as políticas culturais se desenvolveram em três eixos específicos: econômico, através da movimentação de recursos; simbólico, dada a identificação dos cidadãos enquanto nação; e social, vista como um direito básico, juntamente como a saúde e educação. Porém, desde 2016, como se pode observar, a cultura e as políticas culturais vêm perdendo sua importância, principalmente, nas esferas federal e estadual.

Cultura e políticas culturais estão ligadas intimamente uma a outra. A cultura surge das práticas sociais do povo e as políticas culturais viabilizam ações estratégicas para o acesso a todos disponibilizando recursos oriundos dos âmbitos federais, estaduais ou municipais. As políticas públicas de cultura são definidas a partir do entendimento do Estado pelo que é cultura. De acordo com García Canclini (1987), ao se discutir a importância das políticas culturais, se faz necessário pensar sobre a sociedade que se quer.

No Brasil, mesmo se discutindo sobre a sociedade que se deseja, não se pode ignorar que há inúmeras barreiras para regulação e aplicação de políticas culturais que atendam as necessidades sociais existentes diante das dimensões geográficas e culturais. Como atingir cada brasileiro? Para García Canclini (2001), o espaço cultural é composto de muitas variáveis, rompe barreiras, para além do território físico, tornando-se essencial incluir também os meios comunicacionais, uma vez que cultura e comunicação são fundamentais na conquista da cidadania.

Jesús Martín-Barbero (1997) chama atenção para o fato que o povo latino-americano foi suprimido pelos seus colonizadores, pois os mesmos achavam que os índios não tinham cultura. Eles foram excluídos dos meios e um conjunto de políticas culturais lhes foram impostas, extinguindo muitas das tradições e os diferentes aspectos culturais dos povos indígenas. Desde então, essa visão deturpada de cultura se estabeleceu. Martín-Barbero (1997), em seus estudos sobre a América Latina e como a mesma conseguiu sua independência, afirma que a cultura deveria ser considerada como determinante nas discussões sobre política cultural.

Mas, como trabalhar com políticas culturais em um país onde os políticos não entendem o significado e nem a importância da cultura? A palavra cultura tem origem no verbo latino

colere, que significa cultivo, cuidado. Foi o cultivo e cuidado com a terra, no plantio, com a adoração dos deuses e do culto sagrado que a cultura se deu, pois a cultura era a ação que levava à realização das potencialidades de algo ou de alguém, o brotar, prosperar e se beneficiar. Ao longo da história do ocidente, esse sentido deixou de existir e no século XVIII a palavra cultura ressurge, mas com outro significado, o de civilização (CHAUI, 2008, p. 55).

Diante do novo conceito de cultura, as ações do indivíduo passam a identificá-lo como civilizado ou não. A cultura europeia se coloca como a norteadora das práticas sociais. A partir da segunda metade do século XX, o termo cultura passa a ter uma abrangência que não possuía antes, sendo agora entendida como produção e criação. Esse conjunto de interação possibilita ao indivíduo reavaliar aquilo que o meio social disponibiliza, de que forma as suas práticas culturais dão sentido para as suas realizações. Esse é um princípio no qual a cultura pode ser vista como produtora de significado.

De acordo com Michel Certeau (1995, p.9-10), para que haja cultura “não basta ser autor de práticas sociais; é preciso que essas práticas sociais tenham significado para aquele que as realiza, pois, a cultura não consiste em receber, mas em realizar o ato pelo qual cada um marca aquilo que os outros lhe dão para viver e pensar”. Logo, “pode-se dizer que cultura é uma ação, algo que transforma pessoas, lugares e assim definir um tempo histórico com algo singular e específico”. E ir além: “cultura tem vida própria, ela está em movimento todo o tempo, se reinventando, não pode ser um patrimônio imutável, para um grupo social específico (monolítico), mas uma pluralidade de culturas, isto é, um sistema de referências e significados heterogêneos entre si, mas inserida na vida em sociedade”.

Então, como trazer e mostrar para os brasileiros a importância da cultura? Como fazê-los identificar que se trata de algo além de museus, cinema e até shows? Que está ligada ao seu cotidiano e à sua história? É importante lembrar que os meios comunicacionais são elementos importantes nas práticas culturais. A linguagem utilizada não é apenas transmissão de informações, mas também uma produção de sentidos e significados que se conecta com as culturas, que são maneiras de produzir e organizar o sentido coletivo da vida.

Jesús Martín-Barbero (1997), ao analisar os estudos da Escola de Frankfurt, mostra que os frankfurtianos, apesar da negatividade em algumas análises teóricas, principalmente em relação ao conceito de indústria cultural, ajudaram a entender que as questões sobre comunicação são culturais. Em relação ao Brasil, com uma população totalmente consumidora de produtos midiáticos, faz-se de vital importância compreender essa relação midiática, e, no caso da televisão aberta, que atinge todos os lares que têm energia elétrica, deve-se levar em consideração os diferentes modos que as pessoas têm de assistir aos programas televisivos. Hoje essa questão é totalmente relevante, uma vez que compreender apenas os meios de comunicação, determinado programa de televisão, não é o mais importante, o cerne da questão é: Onde se assiste? Em qual formato, diante de um mundo multitelas? Que tipo de programação e de conteúdo se divulga e determina aos telespectadores?

Jesús Martín Barbero (1993, p.61) verificou que processos e as práticas de comunicação coletiva na América Latina põem em jogo profundas transformações na cultura.

A expansão e interpenetração dos estudos culturais e da comunicação não são fortuitos nem ocasionais, respondem ao lugar estratégico que a comunicação ocupa tanto nos processos de reconversão cultural – que a nova etapa de modernização requer nestes países, – como na crise que a modernidade sofre nos países centrais. Não é possível compreender o cenário atual desses estudos sem pensar esta encruzilhada.

O fato é que o Brasil é um país que tem uma cultura diversificada, onde mais de 90% dos lares brasileiros têm TV aberta, e mesmo que seus políticos preguem que têm como alvo a melhoria econômica da população, não se preocupam em fazer políticas culturais voltadas para os brasileiros, principalmente para crianças e adolescentes. Além disso, as mídias alternativas, mesmo tentando ser um diferencial, vêm sendo sufocadas pelos grandes grupos midiáticos que concentram e determinam a comunicação e a cultura que serão difundidas no Brasil.

Lia Calabre (2007, p.107) chama a atenção para o fato que é preciso “reconhecimento da importância que os meios de comunicação assumiram na constituição das sociedades modernas e a posição central que eles ocupam na atualidade”. A pesquisadora afirma que “o debate sobre comunicação e cultura estrutura-se, além do mais, a partir da compreensão de que ambos são direitos humanos inalienáveis, e assim devem ser encarados por qualquer governo ou governante”, uma vez que influenciam na política, na economia e na cultura do país.

Políticas culturais voltadas para o público infantil na TV aberta?

“Uma política cultural atualizada deve reconhecer a existência da diversidade de públicos, com as visões e os interesses diferenciados, que compõem a contemporaneidade.” (CALABRE, 2019, p.17).

Mesmo sabendo que as crianças e os adolescentes são o futuro de todo e qualquer país, no caso brasileiro, vêm ficando de lado quando se pensa em se trabalhar com políticas públicas e, principalmente, políticas culturais. Como ignorar o projeto de lei protocolado na Câmara dos Deputados em fevereiro de 2020, de autoria do deputado federal Vinicius Lazzer Poit (Novo-SP), que determina o fim da meia-entrada em eventos culturais, como cinemas, shows e teatros? Diminuir os gastos dos empresários? Tirar a sensação que eles cobram preços absurdos da sociedade brasileira? Ou, simplesmente, elitizar totalmente as “casas culturais”, marginalizar os pobres e afastar a cultura dos estudantes brasileiros?

Não há como ignorar que existem problemas sérios no que tange à responsabilidade do Estado em relação à democratização da cultura no Brasil. O que registra o artigo 23 da Constituição federal de 1988 e seu inciso V? “Art.23. É competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios (...) V - proporcionar os meios de acesso à cultura, à educação, à ciência, à tecnologia, à pesquisa e à inovação”. Como ignorar a

Seção II – da Cultura - e seus artigos 215 e 216? No artigo 215 se deixa claro que “o Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais”. Mas, isso acontece? Não.

Graças ao empenho da sociedade civil, principalmente das universidades e do Instituto Alana¹, chamou-se atenção para uma prática que vinha sendo desenvolvida no mercado midiático brasileiro que era fazer das crianças brasileiras mera consumidoras de todo e qualquer produto (seja comida, bebida ou brinquedo). Não se pensava em desenvolver um conteúdo midiático que resgatasse a cultura brasileira, apenas se reproduziam os programas importados e manipulavam as crianças a pedirem de seus pais tudo que era exibido nos comerciais e *merchandisings* exibidos nos programas infantis.

A sociedade ganhou. Porém, os interesses econômicos dos proprietários dos meios de comunicação tiraram de suas grades de programação os programas infantis. Hoje, as crianças brasileiras não se vêem contempladas na programação televisiva da Rede Globo, Rede Record, Rede TV! e Bandeirantes. Só existe programação infantil no SBT, TV Cultura e TV Brasil. Mas, como é possível isso em um país que se diz preocupado com seu futuro?

A Constituição Brasileira, no seu artigo 221, registra que a radiodifusão deve promover conteúdo preferencialmente com finalidade educativa, artística, cultural e informativa.

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- 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 sendo clara a relação da comunicação e da cultura, observa-se que nos programas midiáticos a diversidade, a cultura de grande parte do brasileiro, não é contemplada, não há uma programação onde parte da sociedade se veja inserida na grade de programação das emissoras de TV aberta. Como falar para o menino e a menina que moram no norte do Brasil que não tem programação para eles quando estão em casa? Que a riqueza cultural amazônica não interessa aos que têm concessões públicas voltadas para a transmissão de um conteúdo que deveria contemplar a cultura brasileira?

Os meios de comunicação precisam de uma regulação da mídia urgente para coibir essa concentração nas mãos de poucos grupos (formados por políticos, igrejas e famílias). O Estado precisa fomentar e viabilizar suas práticas para que um número maior de cidadãos

¹ Saiba mais sobre o Instituto Alana - <https://alana.org.br/>

tenha acesso à informação e à cultura, sem monopólio ou oligopólio dos conglomerados midiáticos que controlam o país.

O site da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)² diz que a produção independente fortalecerá a regionalização de conteúdos das tevês públicas e tem o objetivo explícito de democratizar a comunicação e a cultura. No entanto, em seu artigo “Reflexões sobre a TV pública”, Patrícia Maurício (2008, p.12) verifica que “as TVs educativas pelo Brasil (possivelmente com a exceção da TV Cultura) têm uma imagem de coisa chata, educativa no sentido de aula desinteressante; ou então de ter uma programação altamente intelectualizada que ninguém vê. Como mudar isso?”. Uma vez que “cenários e figurinos elaborados, atores e roteiristas de primeira linha, demanda um dinheiro de que o orçamento atual da TV pública certamente não dispõe?”.

No artigo “A importância da EPC para entender a mídia no Brasil”, Adilson Cabral e Eula Cabral (2017, p.8), verificou-se que “a situação das comunicações no Brasil é peculiar e envolve uma ampla combinação de fatores que favorecem a reflexão, em torno do instrumental da Economia Política da Comunicação”. Pois, como detectaram os pesquisadores, é a partir da EPC que é possível “compreender um cenário em que o poder político das grandes redes de rádio e TV consegue ainda se impor sobre o poder econômico de corporações estrangeiras do setor de telecomunicações”.

A partir da EPC é possível investigar de forma crítica as mídias televisivas quanto à programação infantil, pois não se pode ignorar que a TV tende a usar a programação para transmitir ideias, comportamentos, padrões, tudo de diferentes formas e contextos, ignorando a criança, uma vez que a programação infantil perdeu espaço na TV aberta. Segundo Carvalho e Fernandes (2015, p.6),

a partir do momento em que esses indivíduos são incluídos na vida social e passam a participar ativamente dela, tornam-se um público com necessidades próprias. Para o mercado, não deve existir uma demanda que não seja suprida, portanto, com a mesma rapidez que surge o público infantil, surgem os produtos e a publicidade para esse grupo.

É importante ressaltar que a TV aberta tem uma penetração massiva nos lares brasileiros fazendo parte dos contextos histórico, social, econômico, político e cultural do país. Seus acervos registram toda essa trajetória há mais de seis décadas, incluindo a programação infantil que influenciou gerações. Segundo Renato Ortiz (1985, p. 83), “durante o período 64-80 ocorre uma formidável expansão, a nível da produção, da distribuição e do consumo de bens culturais”. O pesquisador afirma que “é nesta fase que se dá a consolidação dos grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação de massa (TV Globo, Ed. Abril, etc.)”.

A importância da mídia televisiva é assunto a ser tratado com seriedade por todos

2 Saiba mais sobre a EBC - <http://www.ebc.com.br/>

os setores da sociedade. A TV aberta é concessão pública e deve cumprir o seu papel sociocultural, pois a programação infantil é direito da criança, ao exemplo do direito de acesso à informação, à saúde, ao lazer e à educação. A TV não pode continuamente descumprir a lei que rege o seu serviço, bem como as relacionadas ao bem-estar da família e da criança, como salienta o artigo 221 da Constituição brasileira (1988).

Ao se unir a comunicação e a cultura nos estudos de Economia Política verifica-se que faz-se de vital importância entender que tanto a cultura quanto a comunicação são duas áreas muito delicadas na América Latina, pois, “além de registrarem a memória e contarem a história das pessoas, suas vidas e seu habitat, são usadas como armas ideológicas por políticos, famílias, empresas e grupos religiosos que tentam impor controle informacional, comunicacional e cultural à população” (CABRAL, 2019, p.169).

Através dos estudos na área de Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), que trabalha a partir do viés crítico e analítico, é possível analisar e compreender o que vem acontecendo nos mercados midiático e cultural brasileiro, “fornecendo subsídios mais estruturados para uma melhor compreensão das reais capacidades da sociedade de poder dar as cartas e fazer valer suas necessidades, afirmando a comunicação e a cultura como direitos humanos em prol do interesse público”. Além disso, “existe uma forte demanda por reflexões em torno da EPCC no Brasil, no que diz respeito à compreensão do papel da sociedade civil como sujeito dos processos comunicacionais e culturais, formulador e viabilizador de políticas públicas do setor.” (CABRAL, 2019, p.169 e 170).

Sabe-se que o mercado midiático brasileiro, bem como o mundial, historicamente surgiu e se estabeleceu nas mãos de poucos conglomerados e, igualmente, todos com uma visão mercadológica tendo como principal objetivo o lucro. Os grandes conglomerados de mídia do Brasil não estão preocupados em atender as demandas sociais e culturais da população; buscam constantes estratégias de fidelização através de publicidades, promoções, e de uma grade de programação “esquizofrênica”, tentando gerar consumo e encher os cofres com altos lucros, mesmo que isso tudo não valorize a cultura brasileira.

Com a chegada das novas tecnologias, muitas mudanças vêm ocorrendo na TV aberta. As plataformas de *streaming* causam grande impacto no segmento televisivo aberto, mas isso vem acontecendo no mundo inteiro, uma vez que adequações são necessárias. Não há crise. Ocorre uma transformação social na forma de consumir e de se produzir produtos midiáticos, algo que também não justifica aos produtores midiáticos investimentos somente em produções estrangeiras. Ao invés de transmitir “enlatados”, por que não criar ou solicitar ao governo (seja federal, estadual ou municipal) editais nacionais, valorizando a cultura brasileira?

Sabe-se que não há mais pessoas chegando em casa no mesmo horário, ou a família se reunindo em frente à TV para assistir a um programa de televisão, como acontecia num passado recente. As multitelas e os serviços de *streaming* ganharam espaço. A Rede Globo saiu

na frente e unificou o conglomerado em um único grupo agora de nome Globo, posicionando-se, além do universo televisivo, como um dos maiores *players* de produtos e serviços digitais do país. Segundo o site de imprensa da Rede Globo (2020)³, o foco é no mercado.

Como ignorar a falta de políticas públicas voltadas para o público infantil na TV aberta? Como ignorar o artigo 220, parágrafo terceiro e inciso II da Constituição federal de 1988? “§3º Compete à lei federal: [...] II - estabelecer os meios legais que garantam 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 [...]”.

Políticas culturais na mídia alternativa

“O objetivo fundamental de uma política cultural deveria ser garantir o direito à cultura, do qual goza o conjunto dos cidadãos – como previsto na Constituição federal e, ainda, em algumas das constituições estaduais e leis orgânicas” (CALABRE, 2019, p.208).

Pressupondo-se que a mídia se tornou a fonte primária de informação dos indivíduos e uma das responsáveis pela difusão cultural, estudiosos têm se dedicado cada vez mais a entender como esse processo tem se intensificado e influenciado a sociedade. Assim, no decorrer dos anos, os meios de difundir a mídia e a cultura cada vez mais têm se ampliado, porém, a concentração de conteúdos ainda é feita por poucos grupos empresariais que monopolizam a comunicação e a cultura, transformando-as em instrumentos que gerem lucro.

Todo cidadão brasileiro tem direito à cultura, à comunicação e à informação. Porém, a mídia distorce e, muitas vezes, esconde esta verdade. Diante desta realidade e se contrapondo à concentração midiática, a sociedade começa a reagir e grupos alternativos passam a tentar entrar no cenário midiático. De acordo com Alessandra Possebon (2011, p.2), é notada a emergência de grupos com posições críticas que buscam a construção de meios de comunicação nomeados de alternativos:

As controvérsias em torno do papel que a grande mídia ocupa na sociedade, desvalorizando tantas vezes as pautas ligadas aos movimentos sociais, fortaleceu na sociedade civil organizada o desejo de criar novos modelos de geração e expansão de saberes, estabelecendo meios de comunicação, chamados muitas vezes de alternativos, para criticar o discurso apresentado pela grande mídia e propor outras discussões.

Acerca da inserção desta nova forma de comunicação que possa transmitir a cultura brasileira, vale-se da análise feita pela pesquisadora em Comunicação e Cultura, Raquel Paiva (2000, p.12), que chama a atenção para a produção de conteúdos locais, voltados para o cotidiano de grupos específicos, mostrando a “necessidade de acoplar a visão local a

³ COMUNICAÇÃO GLOBO. Com oferta única em todas plataformas, Globo promove evolução no seu modelo de atendimento comercial. 28 jan.2020. Disponível em <<https://imprensa.globo.com/programas/negocios/textos/com-oferta-unica-em-todas-plataformas-globo-promove-evolucao-no-seu-modelo-de-atendimento-comercial/>>. Acesso em 4 mar.2020.

existência de demais lugares, dos centros de decisão, das particularidades de outros lugares”.

Não se pode esquecer que a concentração da mídia ocorre quando, em sua estrutura, há o controle feito por grupos empresariais, configurando-se numa mídia dominada pelo poderio político e econômico do país, tendo como objetivo acumular audiências e interferir no pluralismo e na diversidade dos conteúdos que serão apresentados aos cidadãos.

Em oposição a essa realidade surgem as mídias alternativas, as quais vinculam-se as classes mais subalternas da sociedade para atender as demandas por informação local e difundir a cultura local. No entanto, a consolidação dos grandes grupos de comunicação e a forma como é feita a concentração da mídia impossibilita que a mídia alternativa busque seu fortalecimento.

De acordo com pesquisas feitas por Alexandre Haubrich (2015, p.2) sobre as perseguições feitas às rádios comunitárias e a concorrência dos jornais locais com os jornais impressos dos grandes grupos de mídia, a mídia alternativa busca reinventar-se com o advento da internet.

A chegada e a crescente popularização da internet no Brasil alteraram e seguem alterando o cenário midiático do país. Embora os velhos conglomerados de comunicação sigam dominantes, a dinâmica da internet abre novas perspectivas para a mídia alternativa e para a comunicação como expressão horizontalizada.

Ainda que seja evidente a concorrência desleal entre a mídia alternativa e os grandes conglomerados midiáticos, por aquela não possuir abrangência necessária, é notável o esforço em que estão sendo construídas outras formas de trazer informação à população e disseminar a cultural local, sendo a abordagem desses novos atores dialogada com as especificidades do lugar, fugindo do modelo de mídia consolidado por anos.

Com base nas contribuições de Cicilia Peruzzo, Haubrich (2015) relaciona as principais características que a autora aponta sobre mídia alternativa e popular:

se desenvolve como expressão de um contexto de luta; sua mensagem possui conteúdo crítico-emancipador; é um espaço democrático vinculado aos interesses dos oprimidos; os protagonistas são o povo (entendido como antagônico às classes dominantes) ou pessoas e grupos ligados organicamente a ele (desde que se quebre a lógica da dominação); atua na luta de classes como instrumento de comunicação das classes populares. (PERUZZO, 2009, p.120 apud HAUBRICH, 2015, p. 10).

De acordo com as observações feitas pelos autores e como assinalou Possebon (2011, p.13), a mídia alternativa apresenta-se como

Um contraponto ao jornalismo da grande imprensa e tem como concepção primordial discutir outras pautas ao rever assuntos discutidos pela grande mídia através de perspectivas diversificadas, não como um espelho às avessas,

mas inseridos em outros projetos de sociedade, críticos ao sistema político e econômico atual.

Dessa maneira, observa-se que a mídia alternativa que vem sendo desenvolvida, principalmente na internet, pode ser uma opção viável para que os indivíduos busquem informações locais, fortaleçam, também, a cultura local, rompendo com o ponto de vista único e equivocado que vem sendo apresentado pelos conglomerados de mídia, contrapondo-se aos interesses políticos e econômicos dos oligopólios. E mais: atendendo os dispositivos legais nacionais e internacionais em prol da diversidade cultural.

Como salientou Stuart Hall (1997 p.3), ainda na década de 90, “a cultura tem assumido uma função de importância sem igual no que diz respeito à estrutura e à organização da sociedade moderna tardia” bem como, “aos processos de desenvolvimento do meio ambiente global e à disposição de seus recursos econômicos e materiais”. Diante desse cenário, “a mídia sustenta os circuitos globais de trocas econômicas dos quais depende todo o movimento mundial de informação, conhecimento, capital, investimento, produção de bens, comércio de matéria prima e marketing de produtos e ideias”.

Considerações finais

Não há como negar a influência da mídia na cultura brasileira, principalmente nos séculos XX e XXI. Os meios de comunicação são fundamentais para fortalecer a cultura do país. Contudo, é imprescindível que sejam considerados e respeitados os artigos ligados às áreas cultural e comunicacional registrados na Constituição Federal de 1988, principalmente os artigos 215, 216, 220 a 224, para que seja promovida uma mídia que atenda aos interesses da sociedade e que não contribua para a perpetuação do modelo atual de comunicação e de cultura feito pelos oligopólios.

Mas, para que isso ocorra, é indispensável que a sociedade exija dos meios de comunicação e do poder público investimentos nas emissoras públicas que beneficiem as mídias alternativas que são, por vezes, boicotadas pelo poder público, mesmo buscando-se reinventar-se na forma de se comunicar e de difundir a cultura através da internet. Também não se pode ignorar que as políticas culturais precisam ser feitas em prol das crianças e dos adolescentes do Brasil e que nenhum um direito seja perdido, como o benefício da meia-entrada em cinemas, em teatros, museus etc.

Mesmo vivendo tempos conturbados, onde os governos federal, estadual e municipal (em algumas cidades brasileiras) não queiram investir em cultura, a sociedade não pode permitir que a cultura brasileira seja banalizada. Deve-se exigir que a Constituição federal seja cumprida e que políticas culturais sejam feitas em prol da nação brasileira.

Referências bibliográficas

- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Planalto**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 4 mar de 2020.
- CABRAL, Eula D.T. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- _____. Políticas de comunicação e de cultura acessíveis à sociedade: O projeto EPCC. In: CABRAL, Eula D.T. (org). **Desafios das políticas de comunicação**. São Cristóvão: ULEPICC-Brasil, 2019. P.162 – 177.
- CALABRE, Lia. Política Cultural no Brasil: um breve histórico. In: CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais: diálogo indispensável**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2005.
- _____. **Escritos sobre políticas culturais: diálogo indispensável**. RJ: Casa de Rui Barbosa, 2019.
- CERTEAU, Michel de. **A Cultura no plural**. São Paulo: Papyrus, 1995.
- CONVENÇÃO sobre a Proteção e Promoção da Diversidade e das Expressões Culturais. UNESCO, 2005. **EPCC**. Disponível em <<https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc/legislacao>>. Acesso em 02 fev.2019.
- COUTINHO, Carlos Nelson. **Cultura e sociedade no Brasil: ensaios sobre ideias e formas**. 2 ed. rev. e ampliada. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- GARCÍA CANCLINI, N. Definiciones en transición. In: MATO, Daniel (Comp). Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización 2. **Clacso**. Buenos Aires: CLACSO, 2001. Disponível em <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100914030954/estudios2.pdf>>. Acesso em 4 mar.2020.
- _____. (ed.). **Políticas Culturales en América Latina**. México/Barcelona/Buenos Aires: Grijalbo, 1987.
- HALL, Stuart. **A centralidade da cultura: a dimensão global**. Educação & Realidade, Porto Alegre: FAGED/UFRGS, v.22, n.2, jul./dez. 1997.
- HAUBRICH, Alexandre F. Reflexões e Caracterizações sobre Mídias Alternativas. **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3951-1.pdf>>. Acesso em 4 mar.2020.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. de Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- PAIVA, Raquel. **O espírito em comum – comunidade, mídia e globalismo**. RJ: Mauad, 2000.
- PINHEIRO, Camila. Qual a importância dos incentivos à cultura? **Instituto DEA**. 20 mar. 2018. Disponível em: <<http://institutedea.com/artigo/qual-e-importancia-dos-incentivos-cultura>>. Acesso em 25 out. 2018.

Os nordestinos e o fenômeno da Internet

Luana Matos do Nascimento

A internet foi um fenômeno que remodelou a sociedade em nível mundial. Modificou a política, a cultura, a economia e a comunicação. Neste artigo será verificado como foi esse processo e como impactou a comunicação e a cultura, procurando analisar se tal mudança ampliou a democratização e diversidade cultural, tendo como foco a cultura nordestina. Para tal, tem como objeto de pesquisa os influenciadores digitais Whindersson Nunes e Thaynara OG, ambos nordestinos e famosos na internet – e fora dela.

Assim, será analisado o impacto da internet no Brasil, um país de proporções continentais como uma vasta diversidade cultural, uma grande desigualdade social e com a comunicação tradicional concentrada no eixo Rio-São Paulo. Este artigo busca compreender como a cultura nordestina vem sendo representada pelos influenciadores digitais nordestinos. Se a internet proporcionou um novo espaço para que os nordestinos se representem de forma diferente da representação veiculada pelo eixo Rio-São Paulo.

Compreendendo que a cultura e a identidade dos nordestinos não fazem parte da hegemonia cultural brasileira na mídia, sendo muitas vezes representada de forma estereotipada e preconceituosa devido ao predomínio que se tem da cultura do centro-sul, como os influenciadores digitais nordestinos vem representando sua própria cultura? Será que são reprodutores desses signos e sinais criados pela hegemonia do centro-sul?

Para tal, se tem como base o conceito de hegemonia de Raymond Williams e de preconceito e estereótipos de Agnes Heller. Para a compreensão mais especificamente da questão da identidade nordestina e como essa foi representada pela mídia a referência utilizada é *A invenção do Nordeste* de Durval Alburquerque Jr. (2011).

Segundo Raymond Williams, em seu livro “Marximos e Literatura”, o conceito de hegemonia significa tradicionalmente poder principalmente nas relações entre Estados. Com base em Gramsci, o autor vai dizer que o marxismo ampliou tal explicação incluindo a ideia de classe e totalidade. Hegemonia “não é apenas o sistema consciente de ideias e crenças, mas todo o processo social vivido, organizado praticamente por significados e valores específicos e dominantes” (WILLIAMS, 1979, p. 112), vai além das ideias de cultura e ideologia.

É todo um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas, parecem

confirmar-se reciprocamente. Constitui assim um senso da realidade para a maioria das pessoas na sociedade, um senso de realidade absoluta, porque experimentada, e além da qual é muito difícil para a maioria dos membros da sociedade movimentar-se, na maioria das áreas de sua vida. (WILLIAMS, 1979, p.113).

Em relação à cultura, Williams (1979, p.115) vai dizer: “se qualquer cultura vivida é, necessariamente, tão ampla, os problemas de domínio e subordinação, de um lado, e da extraordinária complexidade de qualquer tradição e prática cultural, de outro, podem finalmente ser abordados diretamente”. É isto que esse artigo se propõe, compreender os problemas de domínio e subordinação da cultura nordestina em relação a do centro sul. Mas levando-se em consideração que hegemonia é um processo.

De acordo com Raymond Williams (1979, p.116),

as funções específicas do “hegemônico”, do “dominante”, têm sempre de ser ressaltadas, mas não de maneira a sugerir qualquer totalidade a priori. A parte mais interessante e difícil da análise cultural, nas sociedades complexas, é que busca apreender o hegemônico em seus processos ativo e formativo, mas também transformacional.

Dentro do objetivo de compreender essa cultura hegemônica, a pesquisa também visa verificar os estereótipos e preconceitos criados sobre os nordestinos. A filósofa húngara Agnes Heller (2000) vai dizer que o preconceito é uma categoria dos pensamentos e comportamentos cotidianos, “de forma análoga, é o pensamento cotidiano um pensamento fixado na experiência, empírico e, ao mesmo tempo, ultrageneralizador” [...] O pensamento cotidiano implica também em comportamento.”.

De duas maneiras chegamos à ultrageneralização característica de nosso pensamento e de nosso comportamento cotidianos; por um lado, assumimos estereótipos, analogias e esquemas já elaborados; por outro, eles nos são “impingidos” pelo meio em que crescemos e pode-se passar muito tempo até percebermos com atitude crítica esses esquemas recebidos, se é que chega a produzir-se uma tal atitude (HELLER, 2000, p.44)

Pensamento esse fruto de estereótipos provocados pelas interações sociais, principalmente, pelas classes sociais sendo geralmente produtos das classes dominantes com o intuito de “consolidar e manter a *estabilidade* e a *coesão* da integração dada.” (HELLER, 2000, p.53).

Nesse sentido, ao se fazer um levantamento bibliográfico a fim de compreender a representação hegemônica do nordestino na mídia em geral (televisão, literatura, música, obras de arte), se percebe que o nordestino é retratado como modesto, ingênuo, religioso (católico), pele queimada e suada no caso de uma classe social mais baixa e quando uma classe social mais alta é representado como arrogante, pouca cultura, bruto, gestos exagerados,

corrupto, recuperando a ideia do “coronel”. Além da generalização do sotaque, do modo de falar, não se levando em consideração a heterogeneidade da região.

Será que é essa a representação que os influenciadores fazem dos nordestinos? É isso que será analisado mais para frente, mas antes é necessário compreender o fenômeno da internet.

O fenômeno da Internet

A Internet surge em 1960, no contexto de Guerra Fria, pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (DARPA) com o intuito de impedir a destruição do sistema norte-americano de comunicação pela União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). Mas, antes de nos aprofundarmos sobre, é necessário compreender como a comunicação no Brasil está concentrada para assim analisar o impacto desse novo fenômeno na comunicação e na cultura brasileira.

Em nível nacional, a radiodifusão está centralizada em cinco conglomerados: Globo, SBT, Record, Bandeirantes, Rede TV!. Estes estão em mais de 90% dos 5.570 municípios brasileiros e também em mais de 90% dos lares. Em nível regional, se tem como principais grupos: a Rede Brasil Sul no Rio Grande do Sul; as Organizações Jaime Câmara (no Centro-Oeste); a Rede Amazônica de Rádio e Televisão (em cinco estados da Região Norte); o Grupo Zahran, nos Estados Mato Grosso e Mato Grosso do Sul; e o Grupo Verdes Mares (no Nordeste) e está concentrada na mão de políticos e familiares (CABRAL, 2019, p.166).

Além disso, os grupos nacionais se filiam aos regionais com o objetivo de chegarem em quase todos os municípios. Nesse acordo, os grupos regionais obtêm somente cerca de dez por cento da programação, o que significa uma perda de diversidade cultural, já que os outros 90% são utilizados pelos grandes conglomerados que se concentram no Eixo Rio-São Paulo e tem suas programações baseadas nesses estados.

No caso da radiodifusão, verifica-se um modelo de exploração de emissoras de rádio e TV por grupos privados brasileiros comandados por políticos, famílias e igrejas. Os dispositivos legais não são cumpridos, resultando em falta de diversidade e de pluralidade do conteúdo exibido no país. Além disso, é fato que os grupos de mídia exercem influência determinante na elaboração de políticas em suas áreas de atuação (CABRAL, 2019, p.166).

Ou seja, a cultura hegemônica se concentra no Centro-Sul do Brasil. Pois, além da radiodifusão, esses grupos também comandam jornais e revistas. Por exemplo, o grupo Globo é proprietário na “TV Aberta: cinco emissoras geradoras próprias no Rio de Janeiro (RJ), em São Paulo (SP), em Recife (PE), em Belo Horizonte e em Brasília (DF), além da vinculação direta de outras 118 emissoras afiliadas em todas as 27 unidades da Federação (Rede Globo)” e dos seguintes jornais e revistas: Extra, Globo.com, O Globo, Valor Econômico, Expresso da Informação, Época Negócios, Marie Claire, Quem, Glamour, Casa & Jardim, Auto Esporte,

GQ, Galileu, Globo Rural, Monet, Casa e Comida, Vogue, Casa Vogue, Crescer e Pequenas Empresas & Grandes Negócios.¹

E qual o impacto do surgimento da internet nesse contexto? O fenômeno da internet traz uma nova lógica que se estabelece dentro de uma política neoliberal. Em 1990 surge a web 1.0 com o desenvolvimento do *World Wide Web* (www) pelo engenheiro inglês Tim Bernes-Lee e a internet começa a chegar na população no geral, crescendo rapidamente. Nesse momento há a criação dos hipertextos, surgindo os blogs, lista de e-mails (URUPÁ, 2018).

Manuel Castells (2005), em seu livro “Sociedade em Rede”, vai definir essa nova lógica como “capitalismo informacional” em que a geração de riqueza depende da informação, do conhecimento e da capacidade tecnológica de processar esta informação. É a tecnologia que gera valor. Ele fala em “sociedade em rede” porque é uma nova estrutura social, do século XXI, construída ao redor das redes digitais de comunicação, embora não seja necessariamente determinada por elas. Contudo, o autor ressalta que é possível o crescimento do capitalismo em rede excluindo boa parte dos indivíduos. Pois, a comunicação de massa é “moldada e administrada por relações de poder que tem raízes nos negócios de mídias e nas políticas de Estado” (CASTELLS, 2015, p.21).

Contudo, apesar de Castells (2015) falar em capitalismo global, ele ressalta, no seu livro *O Poder da Comunicação*, que as identidades são locais ou nacionais. Mas como elas se dão em um contexto de exaltação do global?

Em um mundo de fluxos globais de riqueza, poder e imagens, a busca da identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se a fonte básica de significado social.” [...] “No entanto, a identidade está se tornando a principal e, às vezes, única fonte de significado em um período histórico caracterizado pela ampla desestruturação das organizações, deslegitimação, das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e expressões culturais efêmeras (CASTELLS, 2005, p.42).

O autor vai falar também sobre autocomunicação de massa, que “definitivamente amplia a autonomia dos sujeitos comunicantes em relação às corporações de comunicação, à medida que os usuários passam a ser tanto emissores quanto receptores de mensagens” (CASTELLS, 2015, p. 22).

Essa participação maior dos sujeitos como emissores e receptores passa a ocorrer a partir dos anos 2000 com a Web 2.0, a qual gera um ambiente de atuação diversificado e diferente em termos de posse, interesses, capacidade de intervenção, com pesos diferentes nas relações de poder no interior da sociedade, com novos atores, os chamados influenciadores digitais, mais os grandes artistas da radiodifusão. Mudando o cotidiano dos indivíduos aumentando

¹ Media Ownership Monitor Brasil. Disponível em: <<http://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company/company/show/grupo-globo/>>

a interação em rede. Tornou-se cada vez mais comum a publicação de posts no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* e esses sites já não são mais estáticos possuindo um layout mais focado no consumidor e a navegação por *mobile* passa a ser mais comum (URUPÁ, 2018).

A esse movimento das pessoas passarem a ser tanto emissores e receptores e ao fluxo de conteúdos através dessas diversas plataformas de mídia que Jenkins vai denominar de “cultura participativa”. Os indivíduos passam a produzir e a comunicar e o mundo on-line se mistura com o off-line. A partir de diversos dispositivos móveis, computador, tablet, celular as pessoas podem acessar diversos conteúdos de entretenimento, filmes, videoconferência, e-mail como também podem filmar e compartilhar diversos conteúdos. A esse fluxo de conteúdos que Jenkins vai denominar de “Convergência”.

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. Convergência em uma palavra consegue definir transformações técnicas mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p.30).

No final de seu texto, Urupá (2018) deixa uma crítica à Web 2.0. Segundo ele,

mas nem mesmo a web 2.0 ficou livre a ação do grande capital e grandes redes que têm o princípio da cultura participativa encontraram um modelo de negócio que inseriu o usuário, produtor de informação fornecedor de dados, em usuários consumidores, seja com a aquisição das plataformas, como o YouTube, ou com o investimento em posts patrocinados, direcionando produtos para os integrantes das redes sociais. Essa postura acabou gerando um conflito entre os usuários que ajudaram a construir a concepção colaborativa dessa rede e os grandes investidores/corporações.

Dialogando com essa afirmação feita por Urupá (2018), temos o texto *Economia Política da Internet e Redes Sociais* de César Bolaño e Eloy S. Vieira (2014). Neste texto, os pesquisadores ressaltaram que a internet é fruto do processo histórico de industrialização da cultura. A indústria cultural surge no capitalismo com a intuito de mediar as relações entre o Estado/empresas com o público. Mediação essa simbólica com o intuito de manter a legitimidade ideológica do sistema, sendo um novo espaço de acumulação de capital. Há dois tipos de indústria cultural, a de edição e de onda. A de edição é o produto definido: receita da venda de cd, livro, etc e a de onda é a radiodifusão tradicional, a telecomunicações até a internet que tem como mercadoria a audiência. Com a internet, o que muda é a capacidade de interação, pois a gratuidade da oferta de conteúdo é igual à da TV – apesar dessa característica estar mudando.

As empresas na internet, a partir da ferramenta buscador, utilizam toda a informação gerada pelo usuário para formarem sua mercadoria audiência. Nesse

sentido, Bolaño e Vieira trazem a citação:

A migração das grandes corporações de comércio, mídia e entretenimento para a internet, transformou a rede mundial de computadores em mais um veículo da indústria cultural e da mercantilização da sociedade, beneficiando-se inclusive da possibilidade do mapeamento do perfil e hábitos dos usuários (a partir do histórico de seus movimentos pela rede) (MONTEIRO, 2008, p. 12 apud 2014, p.75).

Nesse mesmo sentido, Raquel Recuero (p.24, 2019) em seu texto *Os elementos das Redes Sociais na Internet* afirmou que rede social “é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social a partir das conexões desenvolvidas entre os diversos atores”. Os atores são pessoas, instituições e grupos e as conexões são as interações ou laços sociais criados. Os atores podem ser representados por perfis e blogs e no qual constroem espaços de expressão, de narração do eu ou a construção de sí, algo comum no ciberespaço, pois é necessário ser visto para existir nesse espaço. Isso torna o ciberespaço, um espaço privado e público ao mesmo tempo.

Por fim, os autores Bolaño e Vieira definem internet como uma revolução tecnológica que mudou a forma de comunicação do mundo e que vem sendo apoio e manutenção da economia norte-americana.

É nas redes sociais que se constitui um novo fenômeno, os influenciadores digitais. Segundo Karhwi (2017, p.48), embasada em Foucault, eles “são aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede”.

Ou seja, eles geram engajamento segundo a definição de Pablo Bastos (2020) em seu texto *Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito*, no qual ele afirma que é um equívoco entender engajamento como somente circunscrito ao mundo online. Definindo engajamento como

o processo que compreendemos como engajamento se constitui na vinculação social, afetiva e gustativa do sujeito com determinada ideologia, portanto se configura como dimensão comunicacional e sensível atuante no engendramento da hegemonia. Em termos gerais, a vinculação social se estabelece na sociabilidade cotidiana, nas práticas e processos socioculturais que medeiam a construção de sentidos (BASTOS, 2020, p.198).

Além disso, Karhwi (2017, p.48) ressalta que os influenciadores digitais são fruto das características sociais, econômicas e tecnológicas da sociedade atual, não sendo possível encontrar em outro momento da história. Uma delas é a capacidade que temos atualmente de comunicar sem precisar da “ajuda ou permissão [dos] profissionais para dizer as coisas em público”. As características dos formadores de opinião são: um nível

de informação acima da média ou conversarem com um nicho específico de pessoas; Multiplataforma; Produção de conteúdo constante; Poder de influência; Capital Social/Cultural e Rede de conexão.

Esse fenômeno que nasce na internet nem sempre foi denominado assim. Até 2014 se utilizava a denominação “blogueira” e “bloggers”. A autora afirma que esse movimento já demonstra a profissionalização da prática de fazer blogs. Com o surgimento do Youtube em 2005, em 2010 no Brasil, passa-se a ter a prática de transformar textos em vídeo. Os que tinha tal prática eram chamados de “vídeoblogueiros” até passarem a ser denominados de “vlogueiros” ou “vloggers”. Depois o termo foi substituído por “Youtuber”, com o sucesso da prática e a monetização.

[...] o Youtuber consome algum conteúdo da mídia e, segundo os critérios de filtragem do seu canal, determina que tal conteúdo é relevante para ser comentado. Em seguida, produz o vídeo, edita-o e posta no Youtube. O internauta consome as notícias sob o ponto de vista do Youtuber, com uma dupla presença da mídia: a dos meios de comunicação e a do líder de opinião por meio da internet. Apesar disso, o Youtuber apresenta-se como sujeito anônimo, pelo fato de não ser celebridade das mídias tradicionais, o que lhe proporciona certa legitimidade perante os assinantes de seu canal (é uma pessoa anônima falando para outros anônimos). Por essa razão, é reconhecido como líder, tornando-se, com o passar do tempo, uma celebridade midiática da internet (MOTTA, BITTENCOURT, VIANA, 2014, p. 11 apud KARHWI, 2017, p.52)

Além disso, a pesquisadora também afirma que há os influenciadores digitais horizontais e verticais. Os verticais utilizam os meios de comunicação para falarem com um grupo específico, podendo ser vistos como emissores privilegiados. Já os horizontais “não estão imbuídos de crédito prévio, mas “[...] têm como característica principal um traço de personalidade, algo que lhes confere essa distinção como formuladores de opinião [...]” (CRUZ, 2011, p. 38 apud KARHWI, 2017, p. 52).

Já recuperando Jenkins, Green e Ford, eles vão dizer que os formadores de opinião não são mais apto ou eficiente para exporem e circularem conteúdo. Segundo eles, “ao incentivar essa lógica, findamos em ‘[...] reforça[r] a mentalidade de ‘um para muitos’” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 114 apud KARHWI, 2017, p.53), que os formadores tendem a serem microinfluenciadores, segundo as pesquisas de mercado.

Hoje o termo mais utilizado é de influenciador digital, o que segundo Karhwi (2017, p.54), “reflete práticas e dinâmicas, alterações no mercado em que os influenciadores estão inseridos. Reflete, ainda, o capital social de suas relações, o poder de influência sobre a mídia tradicional e daí por diante. Fato é: “influenciador” não é apenas um nome”.

Mas para ser um influenciador é necessário ter “um destaque, prestígio; algum tipo de distinção em meio ao grupo” que construa uma legitimidade. É necessário ter capital

social/cultural. Para explica esses conceitos, Karhwi também vai recuperar Bourdie. O capital social está articulado ao pertencimento a um grupo, às conexões criadas que pode ser convertível em capital econômico. O capital cultural “pode ser institucionalizado sob a forma de qualificações educacionais” quanto também pode ser objetificado na forma de livros, dicionários, etc (BOURDIEU, 1997, p. 49 apud KARHWI, 2017, p. 49).

Por fim, a autora cita Charaudeau (2012, p. 52 apud 2017, p.57):

o crédito que se pode dar a uma informação depende tanto da posição social do informador, do papel que ele desempenha na situação de troca, de sua representatividade para com o grupo de que é porta-voz, quanto do grau de engajamento que manifesta com relação à informação transmitida.

A partir dessa compreensão do impacto da internet e das redes sociais no cotidiano dos sujeitos, faz-se necessário analisar o impacto dessas categorias na representação do nordestino, sendo necessário compreender como se dá a representação do nordestino fora da internet e historicamente.

A representação do nordestino

Stuart Hall (2003), no seu texto “Notas sobre a Cultura Popular”, vai dizer que qualquer estudo sobre cultura popular necessita compreender o processo do capitalismo-agrário para o industrial e o impacto que esse processo teve na cultura dos trabalhadores e pobres, pois houve uma luta em torno dessas culturas.

No decorrer da longa transição para o capitalismo agrário e, mais tarde, na formação e no desenvolvimento do capitalismo industrial, houve uma luta mais ou menos continua em torno da cultura dos trabalhadores, das classes trabalhadoras e dos pobres. Este fato deve constituir o ponto de partida para qualquer estudo, tanto da base da cultura popular quanto de suas transformações. As mudanças no equilíbrio e nas relações das forças sociais ao longo dessa história se revelam, frequentemente, nas lutas em torno da cultura, tradições e formas de vida das classes populares. O capital tinha interesse na cultura das classes populares porque a constituição de uma nova ordem social em torno do capital exigia um processo mais ou menos continue, mesmo que intermitente, de reeducação no sentido mais amplo (HALL, 2003, p. 247).

Ao se estudar a história do capitalismo industrial no Brasil, é perceptível que a região nordestina teve um grande peso. Desde 1930, quando Getúlio Vargas começa a política de substituições de importações a fim de dar início a industrialização no Brasil, se terá também a instauração do decreto 19.432 de 1931 que reservava 2/3 das vagas nas empresas para trabalhadores nacionais, gerando um fluxo de migração nordestina para o Sudeste onde se concentrava a industrialização (NASCIMENTO, 2019).

Em 1956 se tem a intensificação do processo de industrialização no governo de

Juscelino Kubistchek o qual tinha o slogan “50 anos em 5”. Esse processo gerou um debate sobre a região nordestina, qual seria o seu papel. De um lado temos Celso Furtado, diretor da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), e do outro, os latifundiários.

Celso Furtado acreditava, a partir dos seus estudos no Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste (GTDN), que a reforma agrária seria fundamental para o desenvolvimento econômico brasileiro, gerando mercado consumidor para a burguesia industrial. Contudo, tal ideia batia de frente com os latifundiários. Diante de tal empecilho, o governo encontrou como solução a criação de Brasília, o que aumentaria a indústria para a o Centro-oeste, além da que vinha sendo desenvolvida no Sudeste, favorecendo a burguesia industrial, o latifundiário poderia expandir suas terras no mesmo sentido e os nordestinos que vinham sofrendo com a seca e a corrupção seriam a mão de obra barata para tais realizações.

É nesse processo de industrialização brasileira que o nordestino passa a ser representado pela mídia (inicialmente nos jornais) como o retirante, o povo sofrido, o pobre, o sub-empregado por conta da seca que assola a região, sendo pouco questionado o projeto político-econômico que havia por trás.

Durval Albuquerque Jr. (p. 75, 2011) vai dizer no capítulo “Norte x Sul” que tal representação faz parte de um projeto político-econômico que menospreza o Nordeste em relação ao Sul, como foi possível ser visto na breve explicação histórica.

[...] seja na imprensa do sul, seja nos trabalhos dos intelectuais que adotam paradigmas naturalistas, seja no próprio discurso da seca, o norte aparece como uma área inferior do país pelas próprias condições naturais, ainda que no discurso da seca essa deficiência de meio e de raça deveria ser compensada pela atuação do estado, investindo na modernização da área, numa política de imigração, numa série de medidas para “solucionar” o problema das secas. a certeza de que o rápido desenvolvimento do sul, notadamente, São Paulo, se explica por sua superioridade de clima e raça, levava a que não se tivesse dúvidas do destino desta área, “puxar o trem descarrilhado de uma nação tropical e mestiça”. o norte ficaria “naturalmente” para trás.

Mais especificamente em relação a como o nordestino é representado, Albuquerque Jr. (2011) mostra que há duas criações de representação do Nordeste. A primeira, dos filhos da “elite regional” desterritorializada que tenta resgatar o passado de glória da região, de casa-grande, sinhá e da “Nega Fulô” a partir de uma ideia de saudade. Dentro dessa temática ele cita: Gilberto Freyre, José Américo de Almeida, José Lins do Rego e Rachel de Queiroz. A outra é dos intelectuais e artistas de esquerda a qual a chave de pensamento se inverte de uma valorização do passado para uma construção do futuro a partir da negação da modernidade e do capitalismo e uma ideia de Nordeste como região de miséria e injustiça social. Dentro dessa percepção, o autor cita João Cabral de Melo, Portinari, Graciliano Ramos, Jorge Amado. Assim, “estes ‘revolucionários’ ajudam os ‘reacionários’ a consagrarem uma dada imagem e um texto da região, que se impõe, até

hoje, como verdade, uma visibilidade e uma dizibilidade das quais poucos, como os tropicalistas, conseguiram fugir” (ALBUQUERQUE, 2011, p. 47).

Após a compreensão de como o nordestino é retratado na mídia tradicional, será abordada a representação feita pelos influenciadores digitais nordestinos.

A representação do nordestino pelos influenciadores digitais

Nessa parte, o recorte são os influenciadores digitais Thaynara OG e Whindersson Nunes, ambos, respectivamente de São Luís do Maranhão e Bom Jesus do Piauí. Além de influenciadores digitais, eles também atuam na mídia tradicional. Thaynara, atualmente, é uma das apresentadoras do programa TVZ do canal de assinatura Multishow² e já apresentou o programa “Daqui” da TV Mirante que se propõe a apresentar a cultura do Maranhão³. Whindersson também atua no canal Multishow com o programa “Os Ronis” junto com o outro comediante Tirulipa como os irmão Ronis, devido seus nomes serem respectivamente Roniclayson e Ronivaldo.⁴

Thaynara Oliveira Gomes, de 28 anos, ficou conhecida em 2016 pelos seus vídeos engraçados no *SnapChat*. A influenciadora havia se formado em Direito, pela Universidade Federal do Maranhão, e estava estudando para concurso público quando seu conteúdo viralizou e ela decidiu se dedicar a ser influenciadora digital, fazendo sucesso em outras redes sociais como Facebook, Youtube e Instagram. Um dos seus conteúdos de mais sucesso é o São João da Thay, o qual ela faz uma grande festa junina. Sendo a festa junina uma das mais típicas da cultura nordestina. Ela chama diversas celebridades, além dos influenciadores digitais de diversas regiões, apresentando-lhes uma parte da cultura nordestina ao Brasil. A festa não é somente exibida em seu canal do Youtube, como também é exibida em canais de assinatura como GNT e Multishow.

Além de recuperar no seu conteúdo uma das festas mais típicas da região, Thaynara também é conhecida pelas “expressões vocabulares bem características do Maranhão”, como a expressão “Kiu!”, “que significa vaia, [...] ou o bordão ‘Maranhão no Mapa’, muitas vezes colocado como forma de hashtag”. (BRANCO; FERREIRA JR; ALMEIDA, 2019, 325).

O Maranhão é apresentado a partir de suas tradições culturais, o que dá visibilidade o estado, servindo como uma estratégia para atrair turistas para o Maranhão, bem como legitimando a cultura da influenciadora digital, que, apesar de participar de um mundo globalizado, traz referências culturais – históricas – que também são projetadas como bens simbólicos. (BRANCO et al. 2019, p. 329)

O artigo de Branco, Ferreira Jr. e Almeida (2019), a partir da análise do Instagram

2 Grupo Globo de Comunicações

3 Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/programas/paginas/daqui_tvmirante.aspx>

4 Disponível em < <https://multishow.globo.com/programas/os-roni/noticia/estreia-os-roni.ghml>>

de Thaynara, ressalta que a influenciadora recorre aos símbolos da cultura popular maranhense como eixo da sua representação como forma de estabelecer identificação com os seus seguidores da região e gerar interesses de outros indivíduos a conhecer o Maranhão e participar de sua festa.

Já Whindersson Nunes, de 25 anos, surge no Youtube fazendo sucesso depois do seu vídeo “Alô Vó, fui reprovado” (2012) que teve milhares de curtidas e compartilhamento, inclusive de famosos e sites reconhecidos por todo país. Os seus conteúdos são paródias musicais, críticas de filmes e questões cotidianas, tendo como base o humor. Whindersson ressalta em seu documentário “Mais um doc”⁸ que suas ideias vêm de experiências cotidianas e de sua vivência. Com isso, o influenciador traz muitas das suas vivências como piauiense.

Segundo Souza, Medeiros e Santana (2019, p.56), é possível perceber desde que o início da carreira (2012) a 2016 o seu sotaque piauiense ficou cada vez mais marcado. Eles também ressaltam que na entrevista de Whindersson para Danilo Gentili, “podemos vislumbrar a fachada estereotipada do nordestino que conseguiu superar as dificuldades para conquistar a capital no Sudeste”.

Segundo Carvalho (2019), a partir dos vídeos de Whindersson, é possível perceber que, ao falar de suas vivências, ele fala de uma infância com dificuldades, mas feliz, construindo uma narrativa de quem teve dificuldades e conseguiu subir na vida.

Ainda segundo Carvalho (2019, p.149), é possível perceber que

Whindersson Nunes está num constante processo de construção e desconstrução de discursos. Do mesmo modo que ele constrói a sua argumentação pautada em discursos que circulam na sociedade, com o único objetivo de fazer rir, também busca desconstruir certas afirmações polêmicas, como uma infeliz declaração em 2014, em que afirmara que “Estupro é uma palavra muito forte, prefiro chamar de sexo surpresa”.

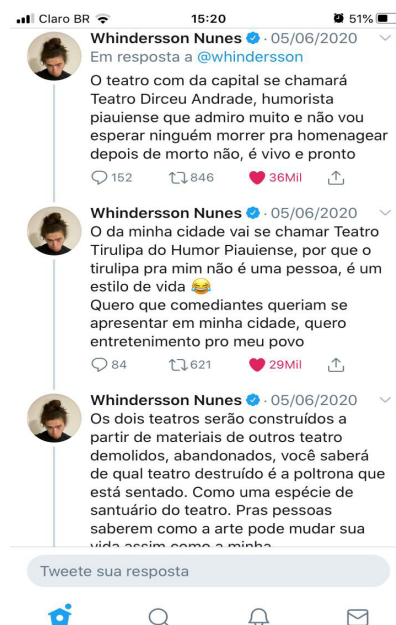
A autora fala que, a partir disso, Whindersson Nunes se coloca somente como comediante com o único objetivo de entreter. Contudo, em publicações mais recentes, principalmente, em seu twitter, é possível perceber uma diferença de posicionamento para além do humor, como quando ele faz críticas ao governo de Jair Bolsonaro e quando ele diz que irá fazer dois teatros no Piauí, um no interior e outro na capital.

Figura 1



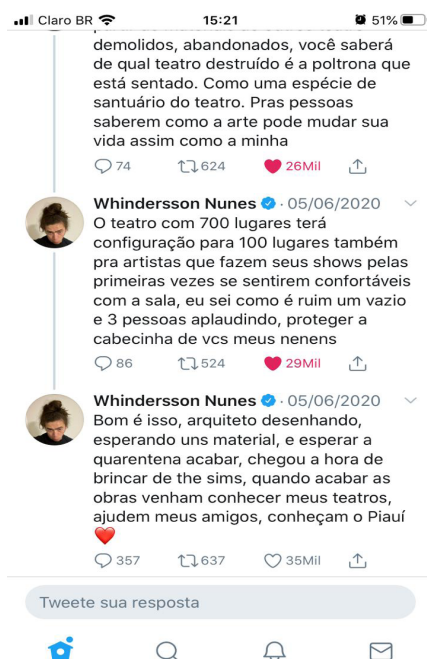
Fonte: < <https://twitter://.com/whindersson/status/1269017590669742084?s=24>>

Figura 2



Fonte: < <https://twitter.com/whindersson/status/1269017590669742084?s=24>>

Figura 3



Fonte: < <https://twitter.com/whindersson/status/1269017590669742084?s=24>>

Figura 4



Fonte: < <https://twitter.com/whindersson/status/1245751070225313793?s=24>>

Percebe-se então, que o comediante passa a ter uma postura mais crítica nas redes sociais ao cobrar o auxílio emergencial de 600 reais decretados pelo governo brasileiro durante a pandemia do covid-19 em 2020. Também é possível ver um posicionamento de valorização da cultura e principalmente da cultura nordestina e dos comediantes nordestinos, quando o comediante decidiu abrir dois teatros em seu estado de origem e denomina-los com o nome de comediantes da região. Isso demonstra como Nunes vê Dirceu Andrade e Tirulipa como referências de cultura e humor.

Assim, a partir do levantamento aqui exposto, é possível perceber que os influenciadores digitais colocam suas culturas e regiões como diferenciais em seu conteúdo, mas não simplesmente como “nordestinos” mas, para além disso, evidenciando seus estados

de origem. Em relação a Whindersson, é possível ver que seu discurso mudou ao longo do tempo. Um exemplo é a entrevista de Whindersson a Tata Werneck no qual ela lhe pergunta sobre as gírias nordestinas e ele responde que há uma diversidade de gírias no Nordeste, ressaltando que o Nordeste é um conjunto de 9 estados, e se coloca como alguém que pertence a um estado do Nordeste, o Piauí.⁵ Em relação à Thaynara OG, nos seus vídeos sobre o São João da Thay, mostra como ela evidencia que recupera a cultura do Maranhão, até mesmo em suas vestimentas.

Considerações finais

Fica evidente, portanto, que no Brasil há uma cultura hegemônica concentrada no centro-sul tendo como uma das principais mediações os meios de comunicação e que para além disso, essa cultura representa o Nordeste, e conseqüentemente o nordestino, como inferior ao centro-sul.

Também é possível perceber a Internet como um ambiente contido dentro da hegemonia, que abre espaço para novas ações, mas não deixa de estar circunscrita a hegemonia dominante. Tendo, assim, esse ambiente as mesmas disputas de poder que se tem off-line. Resultando por fim, em um ambiente que também se reproduz estereótipos e preconceitos, mas também possibilitando novas ações a fim de romper com eles.

Em relação aos influenciadores digitais, é notável que o estereótipo do ser nordestino perpassa Thaynara OG e Whindersson Nunes, principalmente o último. Percebe-se que Whindersson resalta como uma de suas categorias o “ser modesto”, “ser humilde” características que a cultura hegemônica enquadra o nordestino. Já Thaynara, ao abordar a festa junina, tem posicionamento de valorização da cultura nordestina.

Mas também é possível observar que esses atuam no seu nicho de forma a valorizar o Nordeste e o nordestino em seus estados de origem. Inclusive, mudando seus posicionamentos ao longo do tempo. Além disso, buscam fomentar um debate acerca da diversidade do Nordeste, a partir do momento que se colocam como pertencente a um estado específico. Isso mostra como a cultura hegemônica perpassa a todos, mas é um processo histórico construído pelos sujeitos, como salientou Raymond Williams, podendo assim ser ressignificada.

⁵ Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=aAYlyrAirKQ>>

Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE júnior, Durval Muniz de. **A invenção do nordeste e outras artes**. 5º ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- ALMEIDA, Karla; BRANCO, Bruna; FERREIRA Jr., José. O Consumo simbólico e os influenciadores digitais: um estudo de caso sobre o perfil de thaynara og no instagram. **Revista Mídia e Cotidiano**. v. 13, n.1, abril de 2019.
- BASTOS, Pablo. Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito. **MATRIZES**, v.14, n. 1, p. 193-220, jan./abr. 2020.
- BOLAÑO, César R. S; VIEIRA, Eloy S. Economia política da internet e os sites de redes sociais. **Revista Eptic Online**, v.16 n.2, p.75-88, mai-ago 2014.
- CABRAL, Eula D.T. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- _____. **A sociedade em rede**. 8 ed. São Paulo Paz e Terra, 2005.
- CARVALHO, André. **A Vida Pessoal Como Matéria-prima Para O Humor: A Construção Do Ethos Nos Discursos De Whindersson Nunes**. Revista do Plano Nacional de Formação de Professores da Educação Básica. Universidade Federal do Piauí, v.7, n. 2, p.142-155, jul. / dez. 2019.
- CABRAL, Adilson; CABRAL, Eula (orgs.). **Desafios das políticas de comunicação**. São Cristóvão: ULEPICC-Brasil, 2019.
- HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do popular. *In*: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008, p. 231-246.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Communicare**, v. 17, p. 46-61, 2017.
- NASCIMENTO, Luana Matos. **Os “retirantes”**: Um no ano de 1958 no sertão nordestino sob os olhos da imprensa carioca. (Trabalho de Conclusão de Curso), Niterói, 2019.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina. 2019.
- SOUZA, F. C.; MEDEIROS, F. F.; SANTANA, P. H. B. A performance do comediante Whindersson Nunes: a imagem pública consumida como celebridade ordinária. **Signos do Consumo**, v. 11, n. 1, p. 47-59, 2019.
- URUPÁ, Marcos. **Redes Sociais e Internet: como as pessoas se tornaram usuárias, produtoras e consumidoras em um piscar de olhos**. Ulepicc. 2018.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.
- SOUZA, João; MARCOLINO, Rafaela. A representação da identidade regional do Nordeste na telenovela. **Temática**. v. 12, n. 06. Junho 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>>. Acesso em 02 fev.2020.

Fotografia, memória e ausência

Maria Eduarda Cardozo Guedes

A fotografia faz parte de forma indissociável dos processos de comunicação social. A construção da memória visual, fotográfica, se deu progressivamente a partir do desenvolvimento da tecnologia, do acesso às técnicas e do conhecimento das mesmas. Inicialmente, operar uma câmera requeria habilidade, além de condições financeiras abastadas para os materiais que envolviam a revelação das fotos e a própria câmera. Com a criação das câmeras digitais, no século passado, o acesso por parte das camadas populares foi maior. Atualmente, é possível ter uma câmera em dispositivos móveis, notebooks, celulares, tablets.

O ato fotográfico é um recorte da realidade, uma vez que seleciona aquilo que se deseja mostrar. É um relato de quem a produz, com intencionalidade e contexto histórico, que constrói uma mensagem transmitida ao leitor e esse a percebe à sua maneira, com os condicionamentos de seu tempo e sua inserção social (MAUAD, 2008). Uma fotografia é produto técnico, social e cultural, produz aquilo que deseja se representar na prática fotográfica (KOURY, 2008).

O Brasil é um país multiculturalista com uma população totalmente midiática, como verificou a pesquisadora Eula Cabral (2020). Hoje mais de 90% dos brasileiros estão ligados aos conteúdos exibidos nos meios de comunicação e telecomunicações e poucos grupos controlam o sistema midiático brasileiro. A população está exposta e se relaciona com as narrativas que as imagens contam. A imagem faz parte de forma indissociável dos processos de comunicação social.

A concentração midiática impede a diversidade cultural e a democratização da comunicação, manipulando e distorcendo o conteúdo para atender o interesse das empresas (CABRAL, 2020) e o uso de imagens está incluído nesse cenário. A prática fotográfica foi utilizada desde sua invenção para fazer a manutenção ideológica de um grupo hegemônico. Se a imagem é uma narrativa que condiciona e recorta a realidade, constrói percepções e ideias e a concentração midiática é uma realidade, as imagens serão instrumentalizadas para afirmar essa realidade distorcida e manipulada, excluindo personagens, vivências, experiências.

As relações sociais que se estabelecem entre homens e imagens são orientadas por uma infinidade de regulamentos sociais, os regimes de visualidade, conjuntos de “regras” que estruturam as relações sociais de uma sociedade e se apresentam em registros visuais. Os regimes de visualidade estão intrinsecamente ligados à memória coletiva, como uma

sociedade se entende sobre ela mesma. Invariavelmente, as imagens funcionam como um instrumento de afirmação e também de apagamento da realidade, atuam mediando o entendimento que uma sociedade tem dela mesma.

O presente artigo se propõe a uma investigação teórica sobre complexidade do ato fotográfico e do seu produto final, a fotografia. Em um país de mídia concentrada, a construção da realidade atua paralela ao apagamento de personagens, espaços, experiências e outros olhares sobre o mundo. Entende-se o advento da fotografia tanto como fonte e objeto da história. Evidencia-se a importância da visualidade, tanto com um instrumento para manutenção de discursos hegemônicos e excludentes, tanto como para denunciar e dialogar criticamente a realidade.

Regimes de visualidade, memória coletiva e o ato fotográfico

A memória coletiva é aquela formada pelos fatos e aspectos julgados relevantes por uma nação, que são guardados como memória oficial de uma sociedade. De forma resumida, pode ser compreendida como a elaboração do passado pelas vias institucionais de uma nação. Em geral, se expressa em lugares de memória: monumentos, hinos oficiais, quadros e obras literárias e artísticas que expressam a versão de um passado coletivo “oficial” de uma dada sociedade.

Para Pierre Nora (1981), se fosse possível habitar a memória, não haveria necessidade de consagrar lugares de memória, pois não haveria memória transportada pela história, ou seja, a memória é uma elaboração que grupos sociais têm do passado, da história e de si mesmos. Memória e história estão longe de serem sinônimos, em verdade se opõem.

A memória é vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta a dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, suscetível de longas latências e de repentinas revitalizações. A história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais. A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história, uma representação do passado. (NORA, 1981, p.9).

Pensar fotografia exige a reflexão sobre memória e história. Do que é possível conhecer. Longe de ser o somatório de memórias individuais, de ser o passado tal como ele aconteceu, a memória coletiva é a reconstrução de narrativas individuais a partir de um enquadramento coletivo, onde os determinantes temporais e espaciais são elementos fundamentais no processo de enquadramento e de representação.

A memória coletiva é o passado que se perpetuou e ainda vive na consciência coletiva. As fotografias entram como lugares de memória, pois estes “nascem e vivem do sentimento que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos” (NORA, 1981, p.13) e fotografias são justamente elaborações do vivido, são atestados do que é importante eternizar e reproduzir.

Imagens fotográficas foram, desde sua introdução na sociedade brasileira, reconhecidas como uma forma de divulgar um Brasil para o resto do mundo. A cidade do Rio de Janeiro foi o primeiro lugar da América Latina a ser fotografado, com a inovadora e cara tecnologia do daguerreótipo. O principal fotógrafo brasileiro do século XIX, Marc Ferrez, dono de uma obra que o equipara aos maiores nomes da fotografia em todo o mundo, era reconhecido como “Photografo da Marinha Imperial”, pela importância que seu trabalho teve na ampliação tanto da cultura visual no Brasil como para o imaginário social da cidade. As imagens fotográficas atuaram para produzir e divulgar uma mensagem sobre o país.

Percebe-se que a fotografia não só se infere como uma prática cultural como também é parte da história que modifica (e igualmente modificando) a forma de perceber uma dada sociedade, seus personagens, sua geografia e seus temas. Tratando-se do Rio de Janeiro, o mar, por exemplo, foi um tema muito retratado e revisitado, ele era parte da identidade da cidade. O mar continua sendo um elemento constituinte da identidade da cidade, sendo ressignificado com o passar do tempo, acompanhando as mudanças da sociedade brasileira e sendo retratado de formas diferentes para passar determinadas mensagens para o de acordo com os interesses da época.

Nas fotos do século XVIII, as fotografias partiam do olhar do mar para a cidade, tal como o colonizador que acaba de desembarcar, evidenciando o domínio sobre o novo mundo. Ao longo do século XIX, o mar passa a servir como pano de fundo, moldando a cidade e sua projeção, a fotografia se torna um instrumento de valorização do discurso político, atua promovendo a imagem de uma cidade modernizada. No século XX, com os projetos de urbanização de Pereira Passos, as fases e transformações urbanísticas se afirmam e se demonstram por uma construção de visualidade distinta.

No projeto anunciado no discurso de posse do Presidente Rodrigues Alves, em 1902, o mar participa de forma direta do processo de reformulação da estrutura urbana, na renovação do porto. As fotografias de Marc Ferrez (1843-1923) se unem aos objetivos de expansão do governo por ambos privilegiarem o porto para relatar sobre o desenvolvimento da cidade, o mar passa a mensagem de desenvolvimento econômico e industrial, pois a construção do porto caracterizou o mar como um símbolo do progresso, domínio e da modernização.

Fica clara a importância que a visualidade ocupa na elaboração da realidade, pois ela propaga, estabelece e naturaliza uma determinada ideia sobre uma dada sociedade. As fotografias atuam como monumentos, uma vez que tem como características se ligarem ao poder de perpetuação, voluntária ou involuntária, das sociedades e o reenviar de testemunhos. Mais do que isso, as fotografias inicialmente eram apreendidas como um retrato fiel e imparcial da realidade, uma prova cabal. Para além do uso pelo Estado, a fotografia no âmbito privado era uma forma de atestar um modo de vida. Fotografias eram atribuídas como um duplo da realidade, um espelho, que eternizavam o que refletia.

No plano do controle social, a imagem fotográfica foi associada à identificação,

passando a figurar, desde o início do século XX, em identidades, passaportes e nos mais diferentes tipos de carteiras de reconhecimento social. No âmbito privado, através do retrato de família, a fotografia também serviu de prova. O atestado de um certo modo de vida e de uma riqueza perfeitamente representada por meio de objetos, poses e olhares. (MAUAD, 2008, p.31).

As imagens operam como agentes de mensagens, como imagem/documento e como imagem/monumento. O documento é compreendido de forma geral como um fundamento do fato histórico que resulta de uma escolha do historiador da forma como tratá-lo. Não é inócuo, é o resultado de uma montagem, consciente ou inconsciente, da história e da realidade na qual foi produzido e também das épocas sucessivas durante as quais continuou a viver, ainda que esquecido. É o testemunho de um ensinamento que ele traz em si, que deve ser analisado, desmistificando-lhe o seu significado aparente.

O documento é também um monumento (Le Goff, 1996). Imagens funcionam na dupla função de monumentos-documentos na medida em que retratam a realidade que o fotógrafo deseja capturar, no qual a realidade representada é resultado de uma montagem sobre o mundo e diz mais sobre quem tira a foto do que sobre o que está sendo retratado, dado que a fotografia impõe a perspectiva do fotógrafo e não do objeto retratado. Uma fotografia é produto tanto de técnica quanto da ação, resultado de um fazer e de um saber-fazer, uma representação de papel limitada em sua clausura de objeto finito (DUBOIS, 1983).

À vista de todas estas problemáticas, imagens não podem ser compreendidas fora de suas circunstâncias, das disputas ideológicas nos contextos em que foram produzidas e nem das disputas de memória, uma vez que imagens são também lugares de memória. Dubois (1993) utiliza a conceituação de “imagem-ato” para compreender os processos envolvidos na produção fotográfica, no qual “ato” é compreendido não apenas como o gesto da produção da imagem (a “tomada” da foto), mas inclui também o ato de sua recepção e de sua contemplação. A fotografia é inseparável de toda a sua enunciação como experiência da realidade, é um objeto pragmático.

Se imagens são construções da realidade, pretensamente imparciais, tantas vezes defendidas no plano filosófico ao longo da história por se efetuarem “na ausência do homem”, na verdade entoam ontologicamente a questão do sujeito, e mais especialmente do sujeito em construção (DUBOIS, 1993).

Duplo do real, a fotografia foi, por vezes, apresentada como o real reproduzido, mas não há como separar a subjetividade do indivíduo no ato fotográfico, o que evidentemente interfere no produto final. É uma utopia pensar a fotografia como produtora “pura” de memória. A pretensão à imparcialidade é nada mais que a disputa ideológica pela realidade. A imagem opera instruindo como se dever ver o mundo, ela imprime um regime, estabelece o que é natural e normal, mas as imagens fotográficas não são as memórias dos acontecimentos em si mesmas. Os regimes de visualidade não são reflexos da realidade, mas a representações da relação com a realidade.

A partir das discussões apresentadas, se compreende a complexidade acerca do fazer fotográfico e da fotografia. Imagens fotográficas podem ser compreendidas como registros visuais onde estão contidos regimes de visualidade, que disputam o espaço de construção e elaboração da realidade e servem de suporte de relações sociais. Embora evoquem um relato dos acontecimentos, não devem ser tomadas como retratos fiéis da realidade e devem ser compreendidas dentro de um espaço de disputa de memórias, uma vez que fotografias são feitas com intencionalidade, mesmo que “inocentemente”, ou não.

No que tange à memória visual, ela se fundamenta obrigatoriamente em imagens, mas também em um conjunto de textos não visuais que apóiam a criação de imagens por sujeitos históricos num circuito social ampliado. Nesse sentido, não existem imagens imparciais ou mesmo memória isenta de disputas políticas e ideológicas.

Memórias subterrâneas, ausência e apagamento

As memórias subterrâneas ou marginais, em contraponto à memória coletiva, são as versões do passado por grupos dominados de uma dada sociedade. O esquecimento, o silêncio, o não dito é sempre documentado. Mesmo que muito seja materialmente perdido, de alguma forma as memórias subterrâneas se preservam. Quando a fotografia está associada à manutenção de um status quo, se demonstra a ausência de personagens, espaços e temas.

Em certo aspecto, a ausência é uma presença, ao passo que seu silêncio é uma evidência de apagamento. Estas memórias subterrâneas, em geral, são passadas de geração em geração, resistem à passagem do tempo e tendem a emergir quando conflitos sociais as evocam, entrando em disputa com a memória oficial. Em relação às memórias subterrâneas ou marginais, a fotografia também opera como espaço de memória, capturando experiências de grupos dominados, denunciando e atestando outras experiências da realidade.

Desde a sua invenção até a atualidade, a fotografia acompanha o mundo contemporâneo por registrar a história em uma linguagem de imagens. Uma história múltipla, constituída por grandes e pequenos eventos, personalidades mundiais e gente anônima, lugares distantes e exóticos e intimidade doméstica, sensibilidades coletivas e ideologias oficiais (MAUAD, 2008).

A memória sobrevive, é repassada através da linguagem. Todo signo e expressão simbólica que uma sociedade cria para lembrar acontecimentos e personagens é registrado. É importante frisar que apesar de cada relato visual, de cada fotografia, de cada memória exprimir uma elaboração do vivido própria e única, o individual não se separa de um coletivo. Toda memória individual se insere em um conjunto de memória coletiva e toda memória coletiva é feita do produto de diferentes memórias individuais.

No que diz respeito às memórias individuais, Ana Maria Mauad (2016) coloca como fundamento epistemológico a chave de análise transindividual, pois elas são construídas a partir tanto da oralidade quanto da visualidade. Como já foi colocado, as memórias, e as

imagens, são constituídas a partir de uma série de textos não verbais, e no caso de memória individuais, se torna necessário entender o contexto específico no qual elas foram produzidas. Para além, na construção dos relatos e registros, há um

jogo entre tempos e entre imagens, o sujeito social, ao relatar o passado no presente, elabora um passado composto pela contemporaneidade, pelo diálogo que estabelece com a sociedade na qual está inserido e da forma pela qual se insere. Aliás, é a forma de inserção social que estabelece o marco da competência do receptor e que atua de forma decisiva na elaboração do discurso oral e visual. (MAUAD, 2016, p.60).

Um exemplo da história recente de imagens utilizadas como testemunhos de resistência na grande mídia é o período logo após o golpe civil-militar, em 1968, e no período de emergência da luta pela anistia e redemocratização. Estes testemunhos de resistência foram veiculados na grande mídia em momentos onde a censura se mostrava menos contundente e quando as manifestações eram ostensivamente difundidas e massivas (GONÇALVES, 2006).

De forma paradoxal, os registros iconográficos desta época do Brasil não têm como pretensão retratar o cotidiano das experiências sociais mais significativas do momento, mas quando interpretados sob um olhar crítico, tornam-se extremamente elucidativos da própria trajetória da Ditadura, que usa a grande mídia para informar, para envolver e camuflar/negar, mas também para evidenciar, anunciar e propagar uma dada afirmação da realidade (GONÇALVES, 2006), o que ilustra o que significa a presença do não dito anteriormente citado. O atestado de uma “normalidade” na grande mídia excluiu a realidade de conflitos e lutas extremamente violentas. O silêncio sobre esta realidade violenta é uma chave para compreender este período.

Quando a produção de imagens está a favor da manutenção de um sistema hegemônico, sua produção tem canais específicos de exposição, buscando atingir contingentes significativos da população, ou se direciona para interlocutores específicos. Em relação com as memórias subterrâneas, a produção de imagens tem o intuito de representar a realidade não dita, tem o intuito de flagrar, denunciar e veicular informações, disputar com a realidade veiculada pelos grupos hegemônicos. Para cumprir com uma análise objetiva se faz necessário identificar as articulações políticas, identificar os mecanismos técnicos, os instrumentos de produção de mensagens, as formas de organização da linguagem visual, enfim compreender as condições históricas por detrás das imagens (GONÇALVES, 2006).

Diversidade cultural e democratização da comunicação

Segundo a legislação brasileira é dever do Estado garantir a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, apoiar e incentivar a valorização e a difusão das manifestações culturais. (Constituição Federal de 1988, Seção II - Da Cultura,

Art.215). A cultura pode ser definida como um “conjunto de valores a serem defendidos” ou ainda “um trabalho que deve ser realizado em toda a extensão da vida social” (CERTEAU, 2012). Fica evidente que a cultura é uma operação que se dá em todos os âmbitos da sociedade por diferentes personagens e que o lugar e os olhares de cada um deles devem ser protegidos e assegurados.

A partir das questões apresentadas, fica claro que é necessário que se haja iniciativas de promoção, produção e divulgação de olhares críticos e plurais da realidade. O caso do uso da fotografia é emblemático, pois imagens são utilizadas como forma de “comprovar” aquilo que está sendo elaborado e informado pela grande mídia, como se as próprias imagens não fossem construções elas próprias.

A democratização da comunicação é uma histórica bandeira de luta dos movimentos sociais no Brasil (CABRAL, 2020). De acordo com Dênis de Moraes (2016, p.164), não há por parte do poder público uma visão estratégica sobre o sistema de comunicação do país, “isso é grave porque marcos regulatórios evoluídos e políticas públicas são indispensáveis para a afirmação do pluralismo”.

Em relação ao imaginário social, estereótipos racistas tal como “o negro criminoso” ou “índio preguiçoso”, retratados tanto em novelas como nos meios de comunicação, não podem ser deslocadas de outras questões sociais como guerra as drogas, sistema judiciário seletivo e criminalização da pobreza (ALMEIDA, 2018). As imagens que constroem o imaginário social não vêm separadas dos conflitos sociais que operam no seio das instituições e das elaborações que uma sociedade tem dela.

Os olhares plurais e críticos são essenciais para assegurarem a democratização da comunicação. Ainda sim, uma vez alcançada uma pluralidade no controle da comunicação só isso não seria o suficiente para assegurar a democratização da comunicação. Para além da representatividade, é necessário que as instituições sejam reestruturadas, uma vez que para sustentar a hegemonia de um grupo dominante, muitas vezes as instituições operam reformas a vias de negociar espaços, mas a negociação de espaços não é o suficiente para mudar a estrutura, que se mantém a mesma ainda que com sutis diferenças.

A luta pela democratização da comunicação é uma necessidade. A legislação de radiodifusão brasileira é uma das mais anacrônicas da América Latina. O Código Brasileiro de Telecomunicações vigente foi elaborado em 1962, o Decreto nº 52.795 que regulamenta concessões de radiodifusão em 1963 e a Lei Geral de Telecomunicações é de 1997. Os artigos 220 e 221 da Constituição respectivamente impedem monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação de massa e asseguram preferência na produção e programação das emissoras de rádio e televisão a “finalidade educativas, artísticas, culturais e informativas”, além da “promoção da cultural nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação”.

A ação do Estado brasileiro sobre esse cenário não foi eficiente e se manteve ineficiente mesmo com mudanças no campo da comunicação terem acontecido ao longo

dos anos na América Latina. As políticas públicas que vem sendo elaboradas não afetaram a estrutura concentradora e privatista e quando se identificam indícios de políticas públicas de comunicação elas são medidas limitadas, fragmentadas, desconstruídas. (MORAES, 2016).

Sobre elaboração do presente: horizontes e possibilidades

O conceito de imagem dialética forjado por Georges Didi-Huberman é uma ponte para que a prática fotográfica seja um diálogo e não uma imposição ideológica. Para este autor, imagens críticas são as que se elaboram na crise da fotografia, ou seja, que evidenciam uma ausência impossível de ser reconstruída. São imagens que se elaboram na presença de uma ausência.

Nesta perspectiva, não existe imagem dialética sem um trabalho crítico da memória, que confronta tudo o que permanece como indício do que já se perdeu. Para Didi-Huberman (2010), a imagem dialética produz uma leitura crítica do seu próprio presente e a crítica da imagem produz ademais uma imagem dialética. Sendo assim, as imagens dialéticas são um lugar, uma ponte, de onde se poderia contemplar o que nos olha verdadeiramente no que vemos (DIDI-HUBERMAN, 2010). Ao problematizar o local subjetivo da produção de imagens, ao se admitir a impossibilidade de uma realidade “única” e a ausência incontornável na representação do real, se torna possível criar imagens dialéticas.

Em oposição à utopia da imparcialidade, a utopia associada à construção de alteridades nas narrativas que compõem o imaginário dos tempos modernos e na construção de pontes entre realidades é uma forma de se lidar com a impossibilidade da representação totalizante. Nessa perspectiva, uma vez que a intenção da prática fotográfica é a construção de pontes e não representações finais, a utopia pode ser entendida não como um discurso propriamente, mas como um conjunto de práticas e de movimentos sociais contestadores da sociedade (CHAUÍ, 2008).

Considerações finais

As imagens são relatos de uma vivência, são construções, ainda que inocentes, de uma visão ideológica e política sobre a realidade, que funciona recortando: seleciona o que se quer representar e apaga o que não for interessante. Foram instrumentalizadas desde a invenção da câmera fotográfica para consolidar e naturalizar a visão de mundo que grupos historicamente dominantes têm da realidade.

Demonstrou-se ao longo do artigo que a representação da realidade não é a realidade em si, mas um testemunho sobre ela. Os testemunhos que se perpetuam são os dos grupos sociais que detêm poder na sociedade, que, portanto, detêm controle sobre a memória coletiva e sobre o imaginário social. Historicamente, o controle do cenário comunicacional esteve reservado aos grupos dominantes, negando o direito à voz a grupos étnico-raciais, às classes trabalhadoras, às mulheres e todos aqueles à margem, desprestigiados.

Fica claro ao longo do artigo que concentração midiática impede a diversidade cultural e a democratização da comunicação, pois manipula e distorce o conteúdo e a atual regulação acerca do cenário de comunicação é insuficiente para assegurar a democracia.

É necessário que a “história múltipla”, que foi produzida por diferentes classes sociais, personagens, que mostra diferentes espaços, experiência e eventos tenha seu espaço no cenário comunicacional. Assegurar o direito pleno à cultura e à comunicação é reivindicar que as instituições sejam revistas, que, para além da representatividade, diversos grupos sociais tenham poder sobre o controle das mídias, para além de espaço. Apenas espaço não é o suficiente para que seja assegurada a democratização da comunicação.

No que tange à produção de imagens, a criação de imagens críticas, em defesa da alteridade e ciente da impossibilidade da representação totalizante da realidade são pressupostos essenciais para compreender o ato fotográfico em suas possibilidades e em suas limitações.

A democratização da comunicação e a diversidade cultural no Brasil serão uma realidade quando a concentração midiática for combatida pela sociedade civil e pelo governo federal a partir de um conjunto de práticas e movimentos sociais contestadores da sociedade (CABRAL, 2020), a fim de construir pontes entre realidades.

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Silvio Luiz de. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018
- BRASIL. CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Presidência da República. **Planalto**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 20/10/2019.
- CABRAL, Eula D.T. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- CERTEAU, Michel. **A cultura no plural**. Campinas: Papirus, 1995.
- CHIAVARI, Maria Pace. O mar, ícone e indício na fotografia pública do Rio de Janeiro (1906-1922). In: MAUAD, Ana Maria (org.). **Fotograficamente, Rio a cidade e seus temas**. Niterói: PPGHistória: LABHOI-UFF: FAPERJ, 2016.
- CHAUI, Marilena. Notas sobre Utopia. **Cienc. Cult.**, v. 60, n. especial, p. 7-12, Jul. 2008. Disponível em <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252008000500003&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 13 Nov. 2020.
- DIDI-HUBERMAN, George. **A imagem crítica**. O que nos vemos, o que nos olha. São Paulo: Editora 34, 2010.
- DUBOIS, Philippe. **A imagem crítica. O ato fotográfico e outros ensaios**. 2 ed. Tradução: Marina Appenzeller. Campinas, SP: Papirus, 1983. Coleção Ofício de arte e forma.
- KOURY, Guilherme Pinheiro. Fotografia como objeto de memória: produto técnico e suporte ideológico na conformação do homem ocidental. **Domínios da imagem**, v. 1, n. 2, p. 101-106, Maio, 2008
- GONÇALVES, A. J. **A ditadura das imagens**. São Paulo: Secretaria da Cultura do Estado, 2006
- LE GOFF, Jacques. **História e memória**. 4.ed. Campinas: Unicamp, 1996.
- MAUAD, Ana Maria. **Poses e flagrantes: ensaios sobre história e fotografias**. Niterói: Editora da UFF, 2008.
- MORAES, Denis de. A vanguarda do atraso na América Latina. Entrevista concedida a Najla Passos. **Crítica da Mídia & Hegemonia Cultural**. Rio de Janeiro: Mauad X : Faperj, 2016.
- NORA, Pierre. Entre memória e história a problemática dos lugares. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP**. São Paulo, 1981.

MÍDIA E MULHER

Contribuição da Conferência Nacional de Comunicação para a participação e a agenda de organizações feministas

Adilson Vaz Cabral Filho

Mariana Martins Trindade

A Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM) foi um marco, principalmente no que diz respeito à valorização no acesso a informação como direito humano. Desde a constituição, no Brasil não se falava do direito à comunicação. A CONFECOM começou a ser entendida como necessidade no segundo mandato do governo Lula, quando foi montado um grupo de acompanhamento com evento preparatório em Brasília e etapas regionais e estaduais. A conferência em si foi formalmente anunciada por decreto em abril no mesmo ano, prevendo a realização do evento em etapas distintas e instituindo ao Ministro de Estado das Comunicações o apoio dos Ministros de Estado Chefes da Secretaria-Geral e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – a responsabilidade pela realização da Conferência Nacional. Contava também com uma nova portaria que instituía a Comissão Organizadora da Conferência e as atribuições delegadas a esta Comissão.

Em janeiro de 2009, o Presidente da República anunciou a conferência nacional, formalmente convocada, por decreto, em abril. Nesse mês o Ministério das Comunicações anunciou a formação da Comissão Organizadora Nacional, nomeada, após as indicações de órgãos e entidades, por portaria de 25 de maio. (PIERANTI, 2017, Pág 25)

A partir da determinação, a CONFECOM seguiu com 3 setores: governo, empresários e entidades da sociedade civil. Entretanto, boa parte das entidades que caracterizavam o empresariado, decidiram em meados de julho, deixar a comissão, configurando o início do boicote; com exceção da Associação Brasileira de Radiodifusores (ABRA), e a Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil), que reunia as prestadoras de serviços de telecomunicações.

Em setembro, o regimento interno da CONFECOM foi aprovado, com previsão de realização da etapa nacional em dezembro. O objetivo da conferência era de construir um espaço para o debate de forma plural e democrática resultando em propostas orientadoras para uma Política Nacional de Comunicação.

Foi definido por meio de portaria os três eixos temáticos que norteariam os trabalhos

da Conferência: Eixo 1 - Produção de Conteúdo; Eixo II - Meios de Distribuição; e Eixo III - Cidadania: Direitos e Deveres. O Regimento determinava também temas indicativos a cada eixo temático. Diante caderno disponibilizado a partir dos resultados da CONFECOM é possível entender quais eram os intuitos de cada eixo. O Regulamento interno visava que as etapas da conferência seriam divididas em 3. A primeira etapa, a preparatória, constituída a partir de Conferências Municipais, Intermunicipais e Livres. Na segunda etapa, a eletiva, Conferências Estaduais e Distrital, onde foram apresentadas, debatidas e encaminhadas propostas para a apreciação e deliberação na 3ª e última etapa, a nacional, que contou com Conferência Virtual. A 2ª e 3ª etapas fixaram diretrizes, procedimentos e metodologias, basicamente apresentava os aspectos organizacionais da Conferência, e foi em um instrumento fundamental para o êxito de sua etapa nacional.

As etapas eletivas como contavam com um representante de cada entidade integrante da Comissão Organizadora Nacional e de seus associados, o que acabou apresentando regimentos internos próprios, ainda que respeitando as determinações estabelecidas pela CON. A ordem de acontecimentos pré fixada, iniciava com a plenária de abertura, em seguida os debates iniciais, apresentação dos grupos de trabalho e então a plenária final. Tudo era constatado nos relatórios finais encaminhados pelas comissões organizadoras; tanto as propostas aprovadas quanto as que não se relacionavam com a CON, declaradas por eixo temático, ou, capítulo especial do caderno de propostas que não necessariamente seriam encaminhadas à etapa nacional.

1 – Plenária de Abertura, cuja função específica era votar o regimento de cada etapa; 2 – Debates Iniciais, cujo objetivo era nivelar conhecimento e subsidiar os trabalhos, contemplando os três segmentos envolvidos; 3 – Grupos de Trabalho, agrupados e subdivididos de acordo com o número de participantes de cada etapa e podendo contar com um facilitador indicado pela Coordenação Estadual e com um relator, que constituíram instâncias de debates dos eixos temáticos e dos temas, visando à elaboração de propostas (sempre levando em consideração as contribuições das etapas preparatórias); 4 – Plenária Final, contendo as funções de debater as propostas apresentadas pelos Grupos de Trabalho, apreciar as moções e eleger os delegados para a etapa nacional. Os credenciados com direito a voto nas fases estaduais e distrital elegeram os delegados da nacional. Os membros da Comissão Nacional eram delegados natos. Os demais delegados teriam, obrigatoriamente, de ser eleitos nas etapas estaduais e distrital, o que contribuiu para a mobilização não só da Sociedade Civil, mas de todos os segmentos envolvidos. Assim, o grande número de propostas aprovadas pode, sem dúvida, ser atribuído a este longo e propositivo processo de discussão (Caderno CONFECOM, Pág 18).

Foram mais de 6.000 propostas submetidas à etapa nacional da CONFECOM. A partir disso foi necessário um sistema de sistematização das propostas. Assim, foi

desenvolvido o Sistema de Cadastro e Gerenciamento de Propostas da 1ª CONFECOM. Com objetivo de garantir o modelo da resolução 8, a idoneidade do processo e, a organização prévia de dados e propostas. A Comissão de cada Estado precisou cadastrar as propostas de suas respectivas etapas e, em seguida, o responsável por cada Conferência Estadual e Distrital recebeu uma senha e a responsabilidade pelo cadastro, a fim de respeitar os objetivos já descritos anteriormente.

Das propostas registradas muitas continham duplicidade ou semelhança de objetivo. Para evitar esse tipo de ocorrência foram criadas classificações para facilitar na hora da avaliação na etapa nacional. Elas foram divididas em: **inéditas** - que apenas apareceram uma vez; **convergentes** - objetivos similares, mas redação diferente; **Locais** - que não tinham relação com o governo federal e **prejudicadas** - propostas não esclarecidas no seu texto/ objetivo, ou estavam no eixo temático errado. Essas classificações foram o ponto de partida para análise das propostas em 5 fases de sistematização para a etapa Nacional. Sendo elas: **análise individual** - a mais eficaz análise feita a partir de relatórios de propostas por tema registrados cadastro das propostas, com o objetivo de identificar as propostas locais, prejudicadas, convergentes e inéditas. Em sequência a **revisão por pares**, permitindo que cada relatório fosse revisado por mais dois especialistas, além do responsável pela análise individual, proporcionando menores chances de erros. **Criação das propostas “BR”** no sistema, após a revisão por pares, para garantir a integridade das propostas cadastradas pelas Comissões. Assim, cada proposta após analisada recebeu um novo código e uma nova classificação como BR, o que representava qual das classificações ela se enquadrava dentre: inédita, convergente, local ou prejudicada. Além da **divisão dos grupos de trabalho** e, por fim, a **revisão da Comissão Organizadora Nacional**, que visou revisar as propostas e os eixos e temas que foram encaminhados no sistema, e se foram feitos de maneira concisa.

Chegada a conferência Nacional, procurou-se apreciar o maior número possível de propostas mediante os GTs nos eixos temáticos já mencionados anteriormente. A plenária final, que definiu os destinos das propostas apresentadas na etapa nacional, foram classificadas em 6 instâncias, aprovadas por aclamação, aprovadas por maioria simples, aprovadas com nova redação, não aprovadas, não aprovadas como questão sensível, e não apreciadas - que não tiveram tempo hábil para serem lidas.

Uma CONFECOM pelos direitos humanos

A CON instaurou um debate público sobre as políticas do setor que antes, não existia. Instituiu um mecanismo formal que permitiu a sociedade expressar suas necessidades e vontades de expressão pela comunicação. Mesmo com as tentativas de boicote por parte do setor privado e seus respectivos apoiadores do setor público, não falaram apenas “especialistas” ou empresários, mas aqueles que por anos tentavam falar, e desta vez, havia

alguém para ouvir. O caminho para o desenvolvimento social era baseado por muitos na crença da democracia brasileira.

Contudo, cabe ressaltar que o conceito de comunicação como direito humano ainda é um processo em formação, embora claramente represente um avanço na sociedade, é um preço que os oligopólios não querem pagar. As bases da comunicação como direito vão além do acesso à informação, se inicia na liberdade de expressão. Um debate complexo que começa na filosofia antiga, mas nos apresenta questões diversas ainda hoje, como por exemplo a liberdade de imprensa — direito de dizer, escrever, documentar e veicular aquilo que é de interesse público. Conceito que por vezes ainda é colocado em xeque.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos ressalta, no artigo 19, que:

[...] todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras (Assembleia Geral das Nações Unidas, 1948, Art. 19).

No caderno da Conferência Nacional de Comunicação de 2009, esses conceitos são explicitados e lembrados como parte importante do processo de produção das leis, para cada grupo que as submeteu com seus interesses particulares. As leis ao serem aprovadas representam frutos que vão além da CON, é uma reforma e evolução social na luta por direitos de equidade.

Também conhecido como relatório MacBride, o documento preconizava uma série de desafios e propostas hoje em pauta, tal como o debate contemporâneo acerca do papel dos meios de comunicação na construção de uma sociedade mais justa e igualitária, em que todos tenham direito a ter sua voz ouvida, suas diferenças e particularidades reconhecidas. O relatório concluía que “a liberdade de informação – mais exatamente, o direito de procurar, receber e difundir informação – é um dos direitos humanos fundamentais e constitui, inclusive, um pré-requisito para muitos outros direitos (CONFECOM, p.9).

A CON contou com diversos setores sociais na reforma da comunicação, de valores distintos quando conectados, sendo suporte uns para os outros no fortalecimento de suas causas e percepção de sua importância. Partindo desta premissa, esses grupos distintos que mobilizaram suas agendas e contribuíram de alguma maneira para o debate, podemos destacar pautas importantes que foram pensadas a partir da conferência como defesa da democracia, e foram muitas.

As quase 700 propostas aprovadas (cerca de 600 delas por consenso ou com mais de 80% de votos favoráveis) revelam a qualidade dos debates feitos pelo conjunto dos setores e, principalmente, a necessidade urgente de se atualizar o marco regulatório tendo como princípios fundamentais o direito à comunicação, a participação social e o respeito e estímulo à diversidade. (INTERVOZES, 2010).

Dentre as causas, podemos ressaltar setores sociais que tiveram participação surpreendente: LGBTQ+, feministas, pessoas com deficiência, negros. Esses setores deram peso a comunicação como direito humano, mas, além disso, empregavam como condição o respeito a comunicação como direito, implicando aos oligopólios, comunicadores, grandes grades televisivas, dentre outros, a se posicionarem diante a acessibilidade e retaliação do mesmo, pleiteando medidas punitivas a quem ferisse.

Ainda que os desejos do protagonismo ativista tivessem sido aprovados, a fiscalização é falha, para não inexistente. A regulamentação do artigo 220, que proíbe as práticas de monopólio e sublocação de grades televisivas configurando nepotismo, são desconsideradas quando, no estado do Maranhão, desde 1981, o ex-presidente José Sarney comprou a concessão de uma das afiliadas da Rede Globo e até hoje é responsável pela mesma, a Rede Mirante. Esta sendo o 4º maior grupo de comunicação integrada do Nordeste, contando com rádio e TV, mais de 4 canais e 5 emissoras espalhadas pelo estado. Um caso explícito de uso eleitoral da mídia e quebra da lei democrática já que, no parágrafo 5º do artigo 220, “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. A Família Sarney é a maior proprietária no Maranhão, com 20 retransmissoras da TV Mirante, 9 retransmissoras com o canal 10 de Imperatriz e o canal 9 de Codó, e mais 10 retransmissoras em nome da TV Maranhão Central. Esses números ameaçam a liberdade de expressão e inibem a democratização da comunicação.

A participação e a agenda de grupos femininos na CONFECOM

Boa parte das propostas aprovadas na CONFECOM, apresentam termos voltados para a diversidade e a pluralidade, numa nítida demonstração de urgência. Contudo, podemos ressaltar o movimento de mulheres, como grande apoiador e participante ativo da CONFECOM, uma vez que obteve pelo menos 10 representantes diretamente envolvidas em cada Estado, por vezes, mais de um no mesmo.

A rede de Articulação Mulher e Mídia, grupo de mulheres do Estado de São Paulo, entendendo a comunicação como direito humano e a urgência de democracia na mídia, especialmente na questão que tange a representatividade da imagem das mulheres veiculadas nos grande meios, que por vezes, alimenta e reproduz estereótipos fez com que o grupo, colocasse na roda o pluralismo e a luta contra o fim desse padrão de mercantilização. Em 2009, contribuiu para o processo com uma agenda ativa online e presencial a fim de esclarecer os princípios para políticas públicas e a definição de um marco regulatório, construindo propostas dentro dos eixos temáticos e qualificando mulheres nesse processo de compreensão das causas, não somente femininas mas também de caráter geral como assegurar o estado laico, banda larga para todos... dentre outros.

Na pauta da rede Mulher e Mídia a construção de propostas foi feita a partir da 6ª edição do seminário nacional A Mulher e a Mídia, que reuniu 260 mulheres de 24 estados

diferentes dos dias 6 a 8 de novembro no Rio de Janeiro. O seminário foi aberto pela ministra Nilcéa Freire, da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, por Junia Puglia, do Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher (Unifem) e por Jacira Melo, do Instituto Patrícia Galvão, instituições organizadoras do evento.

Composto por 4 mesas, as propostas giraram em torno de convergência nas comunicações, Tv Pública, Produção de conteúdo, O olhar das mulheres sobre a conferência de comunicação e Questão sobre concessões de rádio e TV para instituições religiosas (não consensual).

Desta conferência resultaram as seguintes propostas encaminhadas a CONFECOM, no que diz respeito a Produção de conteúdo:

1. Estimular a produção e difusão de conteúdos não discriminatórios e não estereotipados, valorizando as dimensões de gênero, raça, etnia, orientação sexual, idade geracional.
2. Garantir que a imagem da mulher seja veiculada sempre com pluralidade, diversidade e sem reprodução de estereótipos, também na promoção do combate ao racismo, à lesbofobia e à violência contra a mulher.
3. Garantir às mulheres o acesso à produção de conteúdo, com especial atenção para a produção em áudio e audiovisual para veiculação em larga escala.
4. Assegurar o direito de antena, considerando as diversidades e segmentos discriminados da sociedade.
5. Revisão dos critérios para distribuição da publicidade oficial, reservando no mínimo 10% para promoção de equidade de gênero, raça/etnia e orientação sexual. (REDE MULHER E MÍDIA, 2009).

No que diz respeito aos Meios de Distribuição:

1. Fim das concessões para instituições religiosas, garantindo a laicidade do Estado.
2. Regulamentação da transmissão de conteúdos religiosos no rádio e na TV, proibindo a sublocação de grade, evitando a ocupação indiscriminada do espectro por programas religiosos e considerando o que estabelece o artigo 221 da Constituição Federal.
3. Considerar o tratamento à imagem da mulher como critério de renovação de concessões.
4. Universalização da banda larga e ampliação de políticas de inclusão digital, com a criação de espaços equipados para a apropriação tecnológica por parte das mulheres. O acesso deve vir acompanhado de investimentos para uma apropriação crítica e autônoma dos cidadãos/ãs.
5. Construção de políticas para garantir a participação das mulheres e a perspectiva de gênero, raça, etnia, orientação sexual e idade nos espaços sobre decisão e regulação da internet, incluindo aí o debate sobre o marco civil da internet no Brasil.
6. Atuar junto aos meios de comunicação públicos, privados e estatais para a ampliação dos espaços de expressão das mulheres e de todos os

segmentos discriminados.

7. Desenvolvimento de políticas de promoção da equidade de gênero nas TVs públicas e educativas, incluindo a participação das mulheres nos conselhos das emissoras públicas. (REDE MULHER E MÍDIA, 2009).

No que diz respeito à Cidadania: Direitos e Deveres:

1. Garantir a inclusão das questões de gênero, raça e etnia, geração e orientação sexual nos currículos escolares, buscando formas de alterar as práticas educativas, a produção de conhecimento, a educação formal e não formal, a cultura e a comunicação discriminatórias.

2. Incluir a educação crítica para a mídia nos currículos escolares em todos os níveis.

3. Desenvolvimento de conteúdo programático nos cursos de Comunicação e de políticas para sensibilização e capacitação de profissionais de comunicação para a questão de gênero, raça, etnia, orientação sexual e idade geracional.

4. Instituir mecanismos de controle social e regulamentação da publicidade, proibindo a publicidade infantil, de medicamentos e bebidas alcoólicas e estabelecendo critérios de representação de gênero de modo a garantir a não-reprodução de estereótipos e preconceitos.

5. Instituir mecanismos para garantir aos diferentes gêneros, raças e etnias, orientações sexuais e classes sociais que compõem a população espaço coerente com a dimensão de sua representação na sociedade. Garantir a produção e veiculação de programação de qualidade ao público infantil e infanto-juvenil, sem exploração da imagem de crianças e adolescentes.

6. Criar mecanismos de controle social e promoção da participação nas políticas e nos serviços de comunicação que: i) proibam a veiculação de programação que pratique a discriminação contra mulheres, negros e indígenas, LGBT, pessoas com deficiência e qualquer classe social ou religião ou que representem de maneira estereotipada esses grupos, assegurando instrumentos de sanção quando isso for desrespeitado; ii) assegurem o direito de resposta, previsto na Constituição; iii) definam mecanismos de defesa do público sobre programação que viole seus direitos, implantando uma procuradoria dos usuários dos serviços de comunicações ligada ao MPF, iv) instituir multas a serem pagas pela reincidência de violações.

7. Garantir a transversalidade da questão de gênero, raça/etnia e orientação sexual no desenvolvimento das políticas públicas de comunicação, assim como nos Conselhos existentes no setor, com indicação da representação feminista pelo movimento.

8. Garantir espaço para informação e conscientização da população sobre os problemas e impactos decorrentes do atual modelo de produção e consumo. Garantir, na publicidade de produtos de forte impacto ambiental, a divulgação das alternativas ambientalmente sustentáveis. (REDE MULHER E MÍDIA, 2009).

Além disso, com o intuito de qualificar a participação das mulheres em um processo

de conferência com temática inédita no país, 3 feministas: Jacira Melo, Nilza Iraci e Vera Vieira montaram uma publicação intitulada “Fazendo Lobby”, um guia para a participação de delegadas/os no processo de negociação e incidência na 1ª CONFECOM tendo subtítulo “Comunicação: meios para construção de direitos e de cidadania na era digital”. Essa publicação foi distribuída às participantes do processo de preparação da conferência, em diversas regiões do país.

Outros exemplos de publicações feitas a fim de guiar mulheres para a CONFECOM foi a Plataforma das Mulheres para a 1ª Conferência de Comunicação. Integrantes do movimento de mulheres e movimento feminista construíram o documento, onde enfatizaram que:

[...] por muito tempo, os movimentos de mulheres organizadas vêm discutindo o direito à comunicação, a necessidade de democratização da mídia e a imagens da mulher que são publicadas, que alimentam e reproduzem estereótipos e preconceitos. Temos questionado a seletiva invisibilidade de mulheres negras, indígenas e lésbicas, mas também nossas demandas sociais e políticas, assim como nossa pluralidade. Como resultado da ausência de democracia na mídia, há um monopólio da indústria de comunicação que cresce, cujo principal efeito é a disseminação de nossos corpos e vidas como produtos comerciais, e também a reprodução da violência contra a mulher (GALVÃO, 2009).

A contribuição da Conferência como mecanismo de cogestão hoje

Não há dúvidas que a CONFECOM teve efeitos que durante sua construção não foram imaginados. Quando pensada, a conferência era determinante como uma ferramenta de gestão dos meios de comunicação. Em meados dos anos de 2007/2008, existiu uma discussão se valia a pena realizar a conferência, os resultados foram discretizados em muitos avanços práticos. Mas seu processo conseguiu esclarecer e construir uma cogestão do pensar e do fazer coletivo, abraçando diversas lutas e mostrando a validade do evento.

Quando perguntado às pessoas que participaram do processo suas visões de cogestão da conferência, a resposta é de sucesso. Ainda que muitos projetos de lei, na época aprovados, até hoje não tenham sido efetivos. É defendido que a perspectiva de sucesso se dá pela quantidade de pessoas e setores mobilizados, o fato de ter conseguido levar essa discussão pro Brasil inteiro, ainda que com ressalvas, uma vez que não houve tempo hábil da construção de etapas locais formalizadas, as pré-conferências em todos os espaços indicam êxito. Não se trata do resultado final, o processo é entendido como mais importante que o resultado. Mas, muitos condicionaram o resultado a uma perspectiva de processos diferentes então o sucesso da CONFECOM se mostra em vários vieses.

Das propostas aprovadas, muitas foram primordiais a serem implementadas em outras áreas. O reconhecimento de necessidade da Conferência não foi visto como unanimidade, o empresariado por exemplo não reconheceu a importância, tanto que muitos saíram no meio

do processo. Isso ocorre porque a legislação atrasada, que ainda existe hoje, os favorece. De alguma forma a não regulamentação dos artigos da constituição, que poderia garantir a complementaridade dos sistemas público, privado e estatal ou a ausência completa de regulamentação do setor em questões estratégicas de leis de monopólio por exemplo, não é de interesse dessas empresas. Então, por motivos como esses, a CONFECOM se mostra essencial e urgente. Os setores que lutaram para que a Conferência viesse a acontecer fizeram dela um marco, e mais genuíno ainda, de maneira plural.

É importante ressaltar que, ainda que poucos empresários tenham feito parte do processo, esta foi uma escolha que coube ao setor. A conferência em toda sua trajetória tentou ser construída de maneira democrática e consensual. Aberta a todos a fim de legitimar o processo, principalmente visto que em 2009 a legislação já se encontrava defasada, e agora, 10 anos depois, com toda evolução tecnológica não existem mais normativas cabíveis. A regulamentação pública é uma necessidade primária que pode ser desdobrada com debates da Conferência.

Como já dito antes, muitas dos projetos de lei aprovados na época se direcionam a causa feminina, construindo um discernimento de independência e empoderamento, permitindo uma base de educação social sobre tópicos que antes não existiam. A sociedade evoluiu e a CONFECOM contribuiu para a construção e discernimento dos discursos.

Hoje as mulheres, principalmente mais jovens são mais conscientes de situações abusivas, a luta contra a objetificação da mulher é muito forte, principalmente nas redes sociais, onde diversos coletivos usam páginas e perfis para conscientizar as mulheres dos seus direitos, esclarecer quais casos podem ser definidos como assediadores ou abusadores; e esta vitória da liberdade de expressão tem um papel fundamental na CONFECOM.

Um exemplo que podemos dar de uma lei que foi criada depois da CONFECOM e que levanta tópicos debatidos na conferência é a Lei 12.737/2012 que ficou conhecida como Lei Carolina Dieckmann, sancionada em 30 de novembro de 2012 pela ex-presidente Dilma Rousseff. Esta lei assegura: pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa a invasão de dispositivo informático alheio, conectado ou não à rede de computadores, mediante violação indevida de mecanismo de segurança e com o fim de obter, adulterar ou destruir dados ou informações sem autorização expressa ou tácita do titular do dispositivo ou instalar vulnerabilidades para obter vantagem ilícita, Interrupção ou perturbação de serviço telegráfico, telefônico, informático, telemático ou de informação de utilidade pública, Falsificação de documento particular/cartão. Algo que se parece muito genérico aplicável a homens e mulheres, contudo, quando analisado, é evidente que os casos de homens que são vítimas deste tipo de situação, é muito melhor do que os casos de mulheres. Assim como ocorreu com a atriz, milhares de mulheres tem suas imagens íntimas vazadas todos os dias, e são julgadas de diversas formas pejorativas, mas quando um homem tem sua foto íntima vazada nenhum julgamento costuma ser feito. Cabe então aos coletivos feministas que sigam

neste trabalho que a CONFECOM abordou, na tentativa de tornar os meios de comunicação e as pessoas que os usufruem mais igualitários e menos machistas.

Conclusão

Após quase 11 anos de Conferência, podemos chegar a algumas conclusões. Os avanços proporcionados foram diversos, mas ainda há muito que se fazer que está estagnado.

Dentre os ganhos e atrasos da CON podemos retomar a primeira parte do nosso artigo, a comunicação vista como direito humano principalmente na batalha dos grupos minoritários. A regulamentação do Artigo 221 da Constituição - que dá ênfase a fins informativos, educativos, artísticos e culturais na programação do rádio e na TV, priorizando conteúdos regionais e independentes. A regulamentação do artigo 220, que proíbe as práticas de monopólio e sublocação de grades televisivas configurando nepotismo, ainda que esta seja uma dificuldade travada nos dias atuais. A transparência nas concessões de outorgas, priorizando a concessão a aqueles que ainda não são donos de nenhum meio. Internet caracterizada como direito e luta pela garantia da universalização, questão atrasada perante apontamentos de cidade não possuem nem mesmo sinal telefônico. Divisão do espectro de radiofrequências destinando 40% para canais do sistema privado, 40% para o sistema público e 20% para o sistema estatal. Criação do Operador Nacional de Rede Digital Pública, a ser gerido pela EBC, com a função de propiciar as plataformas comuns de operação para todas as emissoras públicas de televisão, e garantir na TV digital aberta os canais legislativos, comunitários, universitários e do Poder Executivo, com condições técnicas para que atinjam todos os municípios do País. Implantação de um fundo nacional e de fundos estaduais de comunicação pública, com receitas advindas do orçamento geral da União, taxaço da publicidade veiculada nos canais comerciais, pagamento pelo uso do espectro, recursos da taxa de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), taxaço de aparelhos de rádio e TV e doações. Obrigatoriedade da criação de conselhos curadores nos canais públicos, formados por maioria da sociedade civil e com acolhimento obrigatório de suas recomendações pelos gestores das emissoras.

Contudo, como já dito antes, há muitos projetos estagnados que poderiam representar essa evolução.

Se o balanço de sua realização é positivo, o da implementação de suas resoluções é desanimador. Entre as mais de 600 propostas aprovadas nos grupos de trabalho e na plenária final, praticamente nenhuma ganhou consequência por parte do governo federal. Talvez a mais importante delas, a atualização do marco regulatório das comunicações, teve um ensaio com o grupo de trabalho montado sob o comando do então ministro da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Franklin Martins. No entanto, com a entrada de Dilma Rousseff na Presidência da República e de Paulo Bernardo no Ministério das Comunicações, o resultado do GT foi engavetado (Intervozes, 2014).

Os governos Lula e Dilma foram muito importantes nos cenários da comunicação.

Não apenas pelo marco na história que foi a Conferência nacional, mas pelas mais de 30 mil pessoas envolvidas no processo em todo o Brasil, as 600 propostas aprovadas manifestaram o caráter de urgência e relevância desta pauta. Ainda que hoje as forças conservadoras estejam presentes e insistindo em bloquear a discussão, usando de artifícios como a censura - como no exemplo claro dos últimos acontecimentos com a EBC. Não podemos esquecer os feitos da CONFECOM para que seus efeitos surtam, ainda que tarde, antes que nunca.

Referências bibliográficas

- ASSOCIAÇÃO MULHERES PELA PAZ. 1ª Conferência Nacional de Comunicação no Brasil (Confecom). Disponível em: <http://www.mulherespaz.org.br/1a-conferencia-nacional-de-comunicacao-no-brasil-confecom/>. Acesso: 15/04/2020.
- GALVÃO, Patricia. Confecom: Movimento de mulheres debate participação popular e controle público da mídia. **Agência Patricia Galvão**, Disponível em: <https://agenciapatriciagalvao.org.br/mulheres-de-olho/mulher-e-midia/pautas-midia/confecom-movimento-de-mulheres-debate-participacao-popular-e-controle-publico-da-midia/>. Acesso em: 08/03/2020.
- _____. Mulheres vão à Conferência Nacional de Comunicação Social em busca de igualdade na mídia. **Agência Patricia Galvão**, 2009. Disponível em: <https://agenciapatriciagalvao.org.br/mulheres-de-olho/mulher-e-midia/pautas-midia/mulheres-va-a-conferencia-nacional-de-comunicacao-em-busca-de-igualdade-na-midia/>. Acesso: 08/03/2020.
- _____. Seminário nacional a mulher e a mídia. **Agência Patricia Galvão**. Disponível em: <https://agenciapatriciagalvao.org.br/mulheres-de-olho/mulher-e-midia/noticias-midia/seminario-nacional-a-mulher-e-a-midia-6/>. Acesso em: 08/03/2020.
- INTERVOZES COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Conferência Nacional de Comunicação: um marco para a democracia no Brasil**. 2010. Disponível em: <https://intervozes.org.br/conferencia-nacional-de-comunicacao-um-marco-para-a-democracia-no-brasil/>. Acesso em: 05/05/2020.
- MELLO, Maria de Góes. **Movimentos sociais em luta pela democratização da comunicação: da Confecom ao projeto de lei da mídia democrática**. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2009. Disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/18342/1/2015_MariaGoesdeMello.pdf. Acesso em: 15/04/2020.
- OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. **5 anos da Confecom: muito barulho por nada?**. [2014]. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=28836>. Acesso em: 05/05/2020.
- OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. **Direito à comunicação**. [2009]. Disponível em: http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?page_id=28545. Acesso em: 25/04/2020.
- PIERANTI, Octavio. **Políticas Públicas de Radiodifusão no Governo Dilma**. Brasília, FAC Livros/UnB, 2017.
- ROVAI, Renato. Uma parte da história da Confecom: Os bastidores e o processo que levou à efetivação da Conferência Nacional de Comunicação. **Revista Fórum**, 2012. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/digital/82/uma-parte-da-historia-da-confecom/>. Acesso em: 15/04/2020.
- VALENTE, Jonas. **Regulação Democrática dos meios de Comunicação**. São Paulo, 2010. Ministério das Comunicações. Caderno da 1ª Conferência Nacional de Comunicação. FGV, 2010.
- VELOSO, Ana Maria de Conceição. **Gênero, Poder e Resistência: As mulheres nas indústrias culturais em 11 países**. Dissertação (Doutorado em Comunicação) Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/10484/1/TESE%20ANA%20VELOSO.pdf>. Acesso: 15/04/2020.

“Ser” da e atuar na América Latina: Cinco inspirações e cinco lições¹

Andrea Medrado

Inicio este texto compartilhando um pouco do momento que estou vivendo em minha jornada pessoal e acadêmica. Não por uma manifestação de narcisismo, mas sim porque, como pesquisadora Latino Americana, tenho pensado muito no lugar que tradições comunicacionais Latino Americanas ocuparam, ocupam e ocuparão no mundo.

Pra começar, uma pequena história. Recentemente mudei do Rio de Janeiro para Londres com minha família. Quando chegamos, com a pandemia, tivemos que ficar isolados em casa 14 dias. Neste microcosmo doméstico, sabem qual foi a melhor coisa de Londres de acordo com a ótica de meu filho Oliver, de 6 anos? Não foi o Big Ben, nem o Buckingham Palace, nem a London Bridge. Foi o fato da gente ter uma banheira em casa. Aquilo pra ele era como uma piscina que fazia esquecer que o azul do céu agora era cinza. Buscando maneiras de entreter uma criança cheia de energia, fizemos barquinhos de papel pra brincar na banheira. Numa dessas brincadeiras, ao olhar aquele barquinho desmanchando na água, percebi que aquilo representava como eu me sentia como recém-chegada da América Latina no velho mundo. No passado, um projeto no papel. No futuro, muitas possibilidades de navegação. No presente, fragilidade. Talvez uma metáfora para muitas coisas que estamos vivendo e sentindo na América Latina, principalmente no Brasil. Mas como podemos nos fortalecer? Me perguntei olhando meu filho recolher pedaços desmanchados de papel. Tenho fascinação por origamis, objetos que são transformados pelas nossas mãos. Olhando para as linhas marcadas na palma da minha mão, vi o número 5. Cinco maneiras em que ser Latino Americana me inspira, me fortalece e me situa no mundo. Seriam como cinco marcas digitais que o continente me ajuda a imprimir ao tatear o mundo.

1. A primeira tem a ver com a força dos debates sobre “lugar de fala”, em português, conhecidos através do pensamento de Djamila Ribeiro, e “lugar de enunciacón”, em espanhol. Eles vêm sendo impulsionados de fora para dentro da e na academia. Através de uma perspectiva decolonial, surge a necessidade de prestar atenção aos espaços de onde emergem discursos, situando sujeitos e agentes do conhecimento em espaços epistemológicos de enunciação. Por uma perspectiva feminista interseccional, em especial das feministas negras, que são as que mais movem estruturas, somos impulsionados a um

¹ Apresentação durante o Fórum Internacional (12/11/2020)– Congresso ALAIC 2020 .

exercício cotidiano de reconhecimento de espaços de privilégios. Um exercício incômodo, doloroso. A interseccionalidade pede que nos deixemos incomodar. É preciso nos sentir mexidas, em um estado de arrebatamento, como diria Gloria Anzaldúa. Sem esse exercício, fica difícil desviar o olhar do nosso próprio umbigo, se colocar na pele, deixar falar, ouvir, abrir caminhos de empatia.

2. Da empatia vem o segundo ponto. Ser da e atuar na América Latina, especialmente na luta pela universidade pública, me fez enxergar a importância da ética do cuidado. Pode parecer clichê uma mulher falando de cuidado. Mas esse cuidado não é aquele cuidado estereotipado, da mãe abnegada que faz sacrifícios e anula a si mesma para cuidar dos filhos. É um cuidado visceral. E aqui cito Clemencia Rodriguez em uma apresentação chamada “Mis Feministas Favoritas”. De nossos povos originários vem a lição: da mesma maneira que cuidamos de nosso fígado, de nossos filhos, precisamos cuidar da água. Desse entrelace visceral vem a noção de que cuidar do outro é cuidar de si e vice-versa.

3. Para isso, precisamos aguçar todos os nossos sentidos, sintonizar todos os canais de percepção. No meu caso, ao fazer pesquisa de campo em minha cidade, Salvador, na Bahia, despertei a atenção para o que as paisagens sonoras nos dizem. Pesquisar comunicação na América Latina me ensinou a perceber como rádios as caixas de som nos postes das ruas das favelas. Os muros pichados das cidades, as feiras barulhentas e coloridas de bairro, com suas comidas e artesanatos. São todas formas de mídias. Ampliam nosso olhar, nosso perceber e o nosso pensar a comunicação. Precisamos estar atentas às marcas de criatividade nos territórios como linhas nas palmas de nossas mãos.

4. A quarta lição veio de uma fala de Jair Vega chamada “El Desencanto como Camino Hacia la Autonomia”, que assisti online. Jair fala de Orlando Fals Borda como uma pessoa desencantada. Desencantado com a igreja, com o método científico positivista, com as instituições, com a academia. Somos uma geração de encantados, Jair diz. Viemos de los pueblos a la ciudad buscando um futuro melhor. Eu cresci acreditando que o Brasil era o país do futuro. Agora, precisamos nos permitir o desencanto. Do ponto de vista ecológico, é difícil antever um futuro melhor. Por mais contraditório que isso pareça, essa perspectiva não precisa ser pessimista. Se preparar para um futuro que não necessariamente será melhor traz a urgência de estabelecer mais conexões presentes com o outro e com ambiente que nos cerca.

5. Minha quinta lição tem uma ligação mais direta com a ideia de associação, que é central para esta mesa. Já citei aqui algumas falas que ouvi durante o Seminário Latinoamericano sobre Comunicación desde el territorio, organizado pelo FES, por Omar Rincón e Daniela Bohórquez. Eu era a única brasileira, escutei muito, dentro das possibilidades que o fuso horário londrino me ofereceu e aprendi muitíssimo. O que mais me chamou a atenção foi uma dinâmica que eles adotaram. Cada pessoa que falava era cuidadosamente apresentada por uma amiga ou amigo. Então para cada fala de uns 30 ou 40 minutos, quase uns 10 minutos eram dedicados a contar um pouco da história daquela pessoa, mostrar fotos de infância,

registros de momentos narcantes. Para citar um exemplo, Claudia Magallanes Blanco foi apresentada por Clemencia Rodriguez não só como uma professora da Iberopuebla, mas sim, como mãe, como veracruzana. Jair Vega foi apresentado não só como docente, mas também como um “campesino mimetizado en las ciudades”. Por que estou citando esses exemplos? porque para mim o papel que as associações devem representar é justamente esse: facilitar e promover apresentações, sem pressa, de forma afetuosa, empática, e situada na pluralidade de cada contexto.

Dentro desse espírito, e agora falando de forma mais direta de associações como a ALAIC, a ECREA e IAMCR, queria citar exemplos de atividades que foram realizadas em conjunto.

No que diz respeito a publicações, alguns exemplos são:

- O livro *Nuevos Conceptos y Territorios de America Latina*, organizado por Adilson Cabral, Cesar Bolano, Fernando Paulino, Fernando Andacht e Denize Araujo. Foi uma colaboração da Ulepicc Brasil com a ALAIC, promovida também durante o congresso da IAMCR em Cartagena.

- O livro *ALAIC-ECREA Conectando Paradigmas na America Latina e na Europa*, editado por Miguel Vicente, Léo Custódio e Fernando Paulino. O livro está nos estágios finais de edição e será publicado em breve.

- Desde 2010, a IAMCR e a ALAIC vem intensificando diálogos e ações em comum – mesas conjuntas, encontros da ALAIC durante os congressos da IAMCR e vice-versa.

Temos colaborações significativas entre colegas das duas organizações e a presença de colegas e amigos que são atuantes nas duas associações – Fernando Paulino, Gabriel Kaplún, Adilson Cabral, Claudia Magallanes Blanco, Amparo Cadavid, Sandra Osses, só para citar alguns poucos nomes.

- Tivemos também eventos em conexão com a IAMCR organizados na América Latina. Um exemplo foi o seminário *Comunicação Participativa e a Luta pelos Direitos Humanos*, organizado por colegas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) em parceria com a seção de *Comunicação Participativa (PCR)* em julho de 2019. O evento se destacou pela ponte que fez com ativistas e comunicadores populares no Rio de Janeiro.

- Além disso, queria mencionar temas que têm forte influência do pensamento Latino Americano e que permeiam muitas discussões na IAMCR como: a luta pela democratização da comunicação; a concentração midiática; a comunicação popular, comunitária e alternativa; a “investigación-acción-participativa”; os estudos culturais latino americanos; estudos de jornalismo; estudos de migração; economia política da comunicação, em especial a tradição crítica; estudos de precariedade do trabalho; comunicação indígena e dos povos originários; o feminismo negro e interseccional; o pensamento decolonial e as epistemologias do sul.

- Isso também vem acompanhado pela circulação do legado do pensamento de autores como

Néstor García Canclini, Jesus Martin-Barbero, Mario Kaplun, Luiz Ramiro Beltrán, Paulo Freire, José Marques de Mello, só para citar alguns nomes. Aqui vale fazer a ressalva de que precisamos ecoar muito mais as vozes das pensadoras latino americanas, em especial, mulheres negras e indígenas.

Mas movendo-nos do presente para um futuro desencantado, quais seriam alguns caminhos para a atuação das associações?

▪ Seria possível criar mais possibilidades e refletir sobre os desafios dos diálogos e da comunicação Sul-a-Sul? São dinâmicas que possuem qualidades transformadoras.

De forma mais pragmática, em minha opinião, as associações devem trabalhar:

- 1). Pela constante transparência em seus processos democráticos, algo muito importante, especialmente neste momento quando estamos vivendo crises democráticas e governos autoritários conservadores em diversas partes do mundo;
- 2). Mais multi-linguismo não só nas seções e grupos de trabalho, mas em todos os espaços. Fazendo uma auto-crítica, neste ano, no congresso online da IAMCR, a maioria das sessões plenárias pré-gravadas estavam só em inglês;
- 3). Furar mais nossas bolhas acadêmicas com uma participação muito mais intensa das comunidades, ativistas e organizações de base com as quais trabalhamos. Falando por experiência própria, a América Latina tem uma tradição muito mais forte do que outras partes do mundo europeu ocidental. Embora esteja longe do ideal, há muito o que aprender conosco nesse sentido;
- 4). Buscar mais formas criativas de comunicar conhecimento, indo além do modelo da publicação de artigos científicos. Aqui, o ativismo, a música, a dança, a poesia, a oralidade, os mapas corporais de Pilar Riaño nos servem de inspiração e literalmente nos movem;
- 5). Criar mais oportunidades de mentoria entre colegas mais experientes e colegas que iniciam suas jornadas profissionais e estudantes de pós-graduação, em especial grupos que sofrem com mais opressões interseccionais como as mulheres negras, indígenas, LGBTQs. Estou participando de um projeto editorial com mulheres acadêmicas mais experientes que eu e estou vendo a diferença que a mentoria faz na vida de uma pessoa. Tem sido um processo de aprendizagem e crescimento maravilhoso.

▪ E finalmente queria deixar algumas perguntas: Será que o modelo de grandes congressos anuais é sustentável? Todos nós adoramos nos encontrar pelo mundo afora, claro. Mas será que vai dar pra continuar sendo assim? Na IAMCR estamos pensando que é importante complementar esses congressos com outras formas de engajamento e de encontro. Eventos menores, regionais, enfim, como podemos continuar compartilhando experiências de formas criativas e sustentáveis?

Estamos enfrentando mares revoltos e correntezas contraditórias, mas ao trabalharmos juntos, a gente faz com que nosso barquinho não seja de papel.

As mulheres no Iluminismo jurídico-político e os limites do pensamento revolucionário masculino

Gabriela Azevedo

Estes sonhos podem ser chamados de utópicos. Graças a esse Ser que os imprimiu em minha alma, e me deu força de espírito suficiente para ousar exercer minha própria razão, até ficar dependente apenas dele para o apoio de minha virtude. Eu vejo, com indignação, as noções erradas que escravizam meu sexo. (WOLLSTONECRAFT, 1996, p. 35)¹

A investigação das raízes patriarcais do ordenamento jurídico brasileiro deve observar a influência das transformações modernas no Direito ocidental. No Iluminismo, se abalam pilares que sustentavam as sociedades atravessando diferentes períodos históricos, como antiguidade e idade média. A servidão e a escravidão são combatidas no plano teórico, ao mesmo tempo em que se duvida da religião. O sujeito individual abstrato, capaz de pôr em curso todas as mudanças desejadas pelos espíritos racionais intelectualizados, é caracterizado como cidadão e humano. Essa é a figura titular de direitos e garantias respeitáveis por qualquer poder, encarnada nos homens brancos proprietários, que são a materialização da dignidade². O Direito como organizador social toma destaque no cenário das luzes. Racionalmente, é indicado que se desenvolva um sistema único de regras, com validade universal, capaz de

¹ Tradução livre de “These may be termed Utopian dreams. – Thanks to that Being who impressed them on my soul, and gave me sufficient strength of mind to dare to exert my own reason, till, becoming dependent only on him for the support of my virtue. I view, with indignation, the mistaken notions that enslave my sex” (WOLLSTONECRAFT, 1996, p. 35).

² Segundo Pietro Costa, “O sujeito-de-direito sobe à ribalta iluminista e revolucionária em conformidade com o mais puro universalismo. O sujeito ao qual reconduzir os direitos – aqueles direitos que o Estado, enquanto Estado submetido ao direito, é chamado a respeitar – não é um indivíduo particular: contra a fragmentação das situações subjetivas na sociedade de castas de antigo regime a ordem nova se estrutura em torno do protagonismo de um sujeito que se apresenta como essencialmente igual a qualquer outro. (...) O sujeito (...) é, na verdade, construído com base nas implícitas pressuposições que acabam por identificá-lo não mais com o indivíduo “genérico”, mas com uma classe específica de sujeito, munidos de algumas características que sancionam sua excelência. Em primeiro lugar, a excelência depende da pertença ao gênero. É ainda viva e vital na Europa moderna o antigo modelo aristotélico de família: uma família concebida como um microcosmo potestativo, composta por figuras “menores” (mulher, filhos, servos) convergentes no vértice – o *pater familias* – que se apresenta como o representante “objetivo” na *polis*, do universo familiar. O sujeito-de-direito (antes jusnaturalista e depois oitocentista) não é um ser humano abstraído de sua diferença de gênero: é o ser humano de gênero masculino, encarnado emblematicamente na figura do *pater familias*: e é este indivíduo a ser sub-repitiçionalmente admitido como o ser humano *par excellence*. Em segundo lugar, a excelência, a plenitude da subjetividade, está ligada à propriedade.”(COSTA, 2010, p. 72-73).

servir aos fins políticos e econômicos determinados por dada sociedade. Assim, o Iluminismo jurídico critica a falta de método do direito vigente em período anterior. É neste esforço que, por exemplo, Pombal vai empreender a reforma do direito do Império português no século XVIII (HESPANHA, 2010, p. 151).

No desenvolvimento do ideário iluminista, segundo os estudos da História do Direito, surge mesmo a ideia de uma “ciência exata do direito”, ainda sob a influência de um “jusnaturalismo retórico e acrítico” (HESPANHA, 2010, p. 151, 154), mas que, massificando o ordenamento, pretende organizar a sociedade segundo seus interesses econômico-políticos. Para Pietro Costa, o campo jurídico de defesa da igualdade formal poderia ser definido, quando do momento de ascensão do iluminismo jurídico, como um teatro e um laboratório: de avanço do progresso e de refinamento de técnicas de domínio e sujeição, de aplicação ou suspensão de categorias jurídicas (COSTA, 2010, p. 75). O Iluminismo jurídico como doutrina prática sustentou-se sobre o patriarcado e reproduziu a opressão sobre negros e outros atores. Não havia que se pensar em um resultado diferente, posto que as grandes tendências do movimento tinham a mesma cor, mesmo sexo³ e se identificavam com o mesmo extrato social. É assim, portanto, que se percebe como a lógica racionalista e abstrativista confere caráter autoritário e masculino ao direito, que se espalha por todos os ramos da legislação. O direito brasileiro, que ali buscou justificativas ao forjar regras, dividia até pouco tempo as mulheres em grupos (honestas e desonestas, por exemplo no direito penal), solapando direitos de forma diferente de sujeitos que, em tese, deveriam ser iguais (SABADELL, 2008, p. 258-260).

A metodologia empregada neste capítulo é aquela própria da história do direito: revisão bibliográfica referenciada nos contextos em que os textos e os conceitos analisados foram produzidos e/ou circularam, avaliação e crítica de fontes primárias (SABADELL, 2003, 36-37). Os autores que aparecem no texto foram escolhidos de acordo com sua relevância no campo histórico-jurídico. As seções buscam evidenciar como as mulheres eram vistas por alguns dos homens que ficaram conhecidos como os principais pensadores do Iluminismo, como Rousseau, Schopenhauer e Stuart Mill; em seguida, como mulheres criticavam o movimento, a partir de textos de Mary Wallstonecraft e Olympe de Gouges; por fim, são analisados aspectos do direito brasileiro influenciados pelas luzes.

A visão clássica do iluminismo jurídico-político sobre a mulher

O movimento iluminista tinha bases de lógica, empiria e cientificismo. As suas principais críticas à sociedade de Antigo Regime referiam-se à desigualdade legal (em razão da divisão estamental da sociedade), à servidão (inexistência de liberdade para um grupo de

³ Neste capítulo, se emprega o conceito *sexo* para falar das distinções político-sociais entre homens e mulheres não para desprestigiar a complexificação trazida com o conceito *gênero* ou com o conceito heteronormatividade, mas para respeitar o período em comento, no qual não haviam se desenvolvido os debates sobre o *gênero*. Trazê-lo para a análise seria anacrônico.

peças), à limitação à propriedade e ao exercício de atividade econômica em geral, ao autoritarismo dos reis e exclusão da participação política da sociedade, ao “absolutismo” e à intolerância da Igreja (de que é exemplo a inquisição), às condições de vida desumanas atreladas à estratificação social. Vê-se que há aí muitas repercussões jurídicas, por meio de cuja massificação se busca a regulação da sociedade, forjada no modo de produção capitalista, a partir da experiência racional humana. (SABADELL, 2008, p. 29-30).

Para o pensamento contratualista de Rousseau, a concepção de lei liga-se à tradução da vontade geral sobre o interesse coletivo, a partir da identificação direito como produto da vontade política. Debruçando-se sobre a questão da mulher, o autor se uniu à escola que sustenta sua desigualdade perante o homem, suas diferentes virtudes, capacidades e compreensão do mundo, explicáveis pela sua educação e pela sua natureza. Esta visão está minuciosamente descrita no *Emílio*, tratado pedagógico em que a personagem Sofia representa o papel da mulher submissa e hierarquicamente complementar ao homem, protagonista que dá nome ao livro.

Nos clássicos iluministas, como Rousseau, Locke e Diderot (sendo este último o autor do texto “Sobre as Mulheres” (1990), que se destaca na argumentação da diferenciação entre os sexos), a racionalidade é natural, inerente aos seres, que, iguais, pactuam enquanto sujeitos de direito para regras de convivência social harmônica. Contudo, “à semelhança das crianças, dos loucos, dos escravos, foi interdito às mulheres integrar a humanidade responsável e dotada de direitos universais” (MIRANDA, 2010, p. 36). Segundo tais clássicos, portanto, as desigualdades entre os sexos são obra da natureza referendada pela razão e pelo contrato social. É certo que para Rousseau e Diderot as mulheres são controladas pelo seu sexo, já os homens não. Nesse contexto, Sièyes, que escrevera sobre Estado e cidadania, dividindo esta em ativa e passiva, considerou que as mulheres caberia somente a cidadania passiva (SIEYES, APUD RIOT-SARCEY, 1994, p. 249). Para além da defesa racional da desigualdade, havia no movimento iluminista espaço para a misoginia. Arthur Schopenhauer, representante do jusnaturalismo racional, dedicou uma série de seus escritos a descrever a incredibilidade social e política da mulher. Suas críticas atingiam tanto a figura maternal, a começar pela sua própria, como as mulheres por quem (não) se poderia ter paixão. O autor combateu projetos e leis que reconheciam direitos a tal sexo⁴, apresentando argumentos retóricos da filosofia antiga, da equivocada biologia e, sobretudo, de sua própria experiência. Em comum entre tais autores tem-se a defesa de um Direito masculino, ancorado no patriarcado: o ordenamento não deixa de refletir a cultura social histórica de desprezo pela figura feminina. A delimitação dos direitos das mulheres, embasada filosoficamente por suas quase inexistentes virtudes, socialmente

⁴ Sustenta Schopenhauer que “As leis europeias relativas ao casamento tomam a mulher como igual ao homem; partem, portanto, de um pressuposto incorreto” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 52).

pelo espaço privado que lhe é relegado, politicamente pela sua não configuração como sujeito efetivo, traduz-se já nas primeiras constituições.

A porta aberta para a misoginia

A obra de Arthur Schopenhauer traz as angústias de um filósofo imbuído de preconceitos, muitas vezes revestidos de discurso das ciências naturais, fato próprio de seu tempo, sobretudo no que diz respeito às mulheres. O autor, que em uma de suas obras demonstra ter problemas de relacionamento com o “segundo” sexo, assim como o faz Rousseau, mostra-se um entusiasta da submissão feminina, por não reconhecer muitas qualidades nas mulheres. Para ambos, as mulheres não servem para música, poesia ou artes. Merece destaque aqui a comparação com o liberal John Stuart Mill, que defende que se os trabalhos intelectuais, em diversas áreas, produzidos pelas mulheres não são considerados como superiores é em razão mesmo da falta de igualdade de oportunidades frente aos homens, da diferença de educação que recebem. Destaca ainda o autor que poucas mulheres tinham tempo para cuidar de si mesmas (MILL, 2011, p. 105) e que até aquele momento alguns trabalhos divulgados em nome de homens foram, isto sim, escritos por mulheres que eram deles próximas (MILL, 2011, p. 101-102).

O filósofo alemão, em opinião quase idêntica à expressa no *Emílio*, entende que a mulher que demonstra interesse nessas áreas não faz mais do que “pura macaqueice voltada ao desejo de agradar” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 4). Tudo que ela faz, em verdade, em qualquer âmbito, volta-se para dominar um homem e isso só é possível em razão do “efeito teatral” que a natureza lhe empresta em poucos anos de beleza. A inferioridade feminina, para o autor, é total. As mulheres já estão de antemão sentenciadas e o público leitor do filósofo, letrado e masculino, deve se atentar às artimanhas delas. Na construção de seus argumentos é possível identificar as nuances predominantes na lógica modelo estabelecida pela ciência moderna⁵: predominância de elementos e comparações com a natureza e evolucionismo. Curioso é notar que para Schopenhauer, de acordo com os padrões científicos e filosóficos dos quais se utiliza, a mulher é “uma espécie de estágio intermediário entre a criança e o homem, que é, este sim, pessoa de verdade” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 4- 6).

A monogamia para Schopenhauer não pode ser positiva e a consequência lógica da satisfação (biológica, sexual) de um homem em relação a uma mulher só pode ser a decepção. Assim é que o homem, segundo esse pensamento, é propenso à inconstância no amor e à

⁵ É preciso destacar, conforme Anadir Miranda, que no século XIX, “Dentro do quadro do republicanismo revolucionário, o apelo por direitos só poderia ser controlado, interdito a certos grupos sociais, com a comprovação de desigualdades naturais. As comunidades científicas responderam a esse desafio com um intenso escrutínio de corpos humanos, gerando incontáveis exemplos de diferenças indeléveis entre eles, que fundamentaram e legitimaram as teorias racialistas e também as sexistas. Interessante comentar como tais movimentos eram análogos. Segundo Schiebinger, ambos os discursos consideravam mulheres e não europeus como desvios da norma masculina europeia, desenvolveram novos métodos para avaliar e discutir as diferenças, delimitaram justificativas naturais para legitimar desigualdades sociais entre as ‘raças’ e os ‘sexos’” (MIRANDA, 2010, p. 10).

variedade sexual, já que, depois da satisfação, “praticamente qualquer outra mulher o excita mais do que aquela que ele já possui” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 39). Em seu pensamento, essa é uma característica diametralmente oposta àquela da mulher, que é estável⁶, que busca apenas um provedor fixo, seguro para a sua prole. Assim, para certos misóginos, enquanto o casamento é comparável à guerra, onde há disputa e escassez, a solteirice é paz, e há abundância. Desse modo, ocorre casamento quando o homem, depois que escolhe uma mulher com as qualidades que considera compatíveis com as dele, se sacrifica, apesar da razão, em “aventura amorosa que lhe custa o patrimônio, a dignidade e a vida, e até mesmo por meio de delitos como o adultério ou o estupro.” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 39-42). Deste modo, a misoginia só pode conceder elogio a um atributo da mulher: a virgindade, que considera “bela, não porque constitui uma abstinência, mas porque é inteligência, visto que ela contorna a artimanha da natureza” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 47). No mais, o *segundo sexo* é inimigo, é traiçoeiro e deve ser combatido em todas as áreas da vida, seja na relação familiar, seja na arena do casamento (se for constituída), seja como ser social abstratamente considerado. No pensamento de Schopenhauer, a figura feminina é inferiorizada em relação a uma vasta gama de institutos e conceitos jurídicos, por exemplo, como herança e patrimônio. Conclui o filósofo que a mulher precisa sempre de um tutor, sendo irracional considera-la sujeito de direito autônomo: “Quando as leis concederam às mulheres os mesmos direitos dos homens, elas deveriam ter lhes dado também um intelecto masculino” (sic) (SCHOPENHAUER, 2010, p. 63).

Até postulados clássicos do patriarcado deveriam ser questionados se, de alguma forma, ainda que pela fragilidade, reconhecem algum destaque e atenção para as mulheres. Segundo o filósofo alemão, a mulher não merece, de forma alguma, ser objeto de respeito e veneração. (SCHOPENHAUER, 2010, p. 75). As peculiaridades de Schopenhauer, que em sua expressão sobre as mulheres é radical, dão indício da tranquilidade com a qual as ideias subalternizadoras das mulheres se espraiam pela sociedade moderna que vai se constituindo nos séculos XVIII e XIX. Se há espaço para romper grilhões, há também espaço para reforçar laços de dominação que permitem que a modificação das estruturas do Antigo Regime não se converta em ascensão de uma realidade completamente nova. Dentro das rupturas há continuidades cheias de elogio ao conservadorismo, forjando as contradições próprias das relações sociais capitalistas.

O pensamento humanista naturalista rousseauiano afastou-o da escola dos filósofos, mas em sua crítica ao iluminismo tradicional não coube a valorização da mulher. Ao contrário, sua Sophie, a educanda do sexo feminino que apresentou em “O Emílio”, tinha docilidade, fragilidade e não devia, como as demais do seu sexo, voltar-se às ciências ou artes, posto que

6 Diz ainda o filósofo que “A fidelidade conjugal é artificial para o homem e natural para a mulher” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 57). Já que “A honra masculina quer que não ocorra nenhum adultério, pois somente assim o inimigo [as mulheres] é obrigado a, pelo menos, manter a capitulação obtida (...)” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 58).

menos capaz de compreendê-las. Os aspectos biológicos e de direito natural permaneciam. Interessante verificar que a definição a partir do masculino também tem continuidade, já que o personagem Emílio é que é o protagonista, que é formado pela perfeita educação de homem pra homem. Rousseau é um autor que demonstra bastante bem o movimento, aparentemente contraditório aos olhares especialistas menos atentos, de seu tempo. Na visão não linear e não progressista da história, seus movimentos são, contudo, coerentes com um momento que traduz anseios por transformações e uma profunda angústia por se situar a meio caminho do velho passado e da construção da sociedade nova, constituída plenamente apenas no ápice da modernidade no século XIX.

A Sophie é a menina-mulher moderada, educada em boa família. Tem as típicas virtudes femininas e os típicos excessos. Sua dança é despreocupada e não contaminada pela moralidade urbana. Suas leituras são poucas e clássicas, na medida para lhe conferir respeito sem soberba. Não teve professores que não os próprios pais, através de cujos olhos enxerga a vida (ROUSSEAU, 1973, p. 462 a 482). Neste livro, que, como já descrito, é um ensaio sobre a completude do processo educativo, Rousseau fala da desnecessidade do uso da violência para a criação, formação das mulheres. Citando a história natural, o autor compara espécies animais diferentes para concluir que é da natureza humana que a mulher se subjuguie (ou seja subjugada). No casamento perfeito se daria, a seu ver, a união do chefe com a mulher obediente, tudo com harmonia e respeito, preservando sempre a desigualdade entre os sexos. O autor não escapa, portanto, dos dualismos que estruturam o pensamento sexista. Há muitas paixões nas mulheres, segundo Rousseau, que geram seus vícios, que as cegam. Cabe às mulheres serem agradáveis e não lhes convem o raciocínio científico, a técnica. Honestidade é a mais difícil das virtudes femininas em razão da corrupção social generalizada, daí o central papel da educação familiar da mulher. Há que evitar o coquetismo da cidade. Por isso, a Sophie é virtuosa e obediente, no que tem excesso, tem graça.

A concepção de Rousseau sobre as mulheres é a da submissão. Nesse sentido, vale destacar o parágrafo inteiro que o autor dedica a responder o pensamento defensor da igualdade da mulher, presente em alguns círculos do iluminismo radical:

As mulheres que, sua vez, não param de gritar que nós as educamos para serem fúteis e coquetes, que as divertimos amiudamente com puerilidades para permanecerem mais facilmente os senhores; acusam-nos de culpados dos defeitos que lhes censuramos. Que loucura! E depois, desde quando são os homens que tratam da educação dos jovens? Que impede as mães de as educarem como lhes agrada? Não têm colégios: grande desgraça! Oxalá não os houvesse para os rapazes! Seriam mais sensata e honestamente educados. Forçam vossas filhas a perderem vosso tempo em tolices? Fazem-nas, contra sua vontade, passarem metade da vida a se enfeitar, seguindo vosso exemplo? Impedem-vos de as instruir ou as mandar instruir segundo a vossa vontade? Temos culpa de nos agradarem quando são belas, de seus

trejeitos nos seduzirem, da arte que aprendem convosco nos trair e nos envaidecer, de gostarmos de as ver vestidas com gosto, de deixarmos que afiem tranquilamente as armas com que nos subjagam? Tomai o partido de as educar como homens; eles consentirão de bom grado. Quanto mais quiserem assemelhar-se a eles, menos os governarão e então é que eles serão realmente os senhores (ROUSSEAU, 1973, p. 422).

Nem mesmo a educação, redentora da corrupção científica, conseguiu salvar os jovens Sophie e Émile. A mulher que aparece na obra “Émile e Sophie ou Os solitários” é outra. O texto relata o casamento dos jovens depois de concluída sua educação. Não há um final feliz como no romance anterior, nem mesmo um final há para a história. Desta vez, amadurecida e corrompida por Paris, Sofia, mesmo depois de ser mãe, não é mais honesta e virtuosa. Sofia trai. A brilhante educação de Emílio permite que ele suporte “dignamente” até a escravidão, mas não viabiliza a convivência com Sofia, sua barriga e sua traição.

John Stuart Mill e uma isolada visão liberal da condição da mulher

O liberalismo não se dedicou, como escola de pensamento, à defesa da igualdade entre homens e mulheres. Alguns autores, contudo, se sensibilizaram, em alguma medida, com a questão. Stuart Mill escreveu durante o século XIX um tratado em que argumenta que a submissão das mulheres na ordem patriarcal é o único jugo de dominação sem fundamento racional que persiste à modernidade, deixando de se opor à escravidão colonial de pessoas negras. É de se ressaltar, portanto, a peculiaridade de seu ponto de vista frente às sustentações majoritárias dos filósofos, cientistas, economistas, juristas, doutrinadores de todas as escolas daquele período histórico. Defendendo o cristianismo e procurando explicar a sociedade por meio de leis naturais, o autor, na sua leitura, entende que a servidão da mulher perante o homem não conhece um fim juntamente à Revolução Francesa e às demais revoluções liberais burguesas em razão de essa dominação favorecer todos os homens, característica comum aos que estiveram e estão no poder. A análise que faz o autor do motivo da permanência dessa submissão é a intimidação sistemática exercida sobre as mulheres (MILL, 2011, p. 26-27).

Usando de terminologias da biologia, da psicologia, do progresso e do cientificismo (como faziam os autores que chegavam em conclusões opostas), mas sobretudo dos postulados liberais, o liberal utilitário Mill constrói a ideia de que faria bem ao sistema se as mulheres fossem educadas de forma a ter iguais oportunidades de disputa de espaços com os homens – em postos de emprego, em posições políticas de destaque, enfim. Aqui se percebe o quão moldável é o discurso político, quão maleáveis são os argumentos científicos, já que para Mill, “O que é atualmente conhecido como natureza feminina é uma coisa eminentemente artificial – resultado da repressão forçada em algumas direções e apresentada como não-natural em outras” (MILL, 2011, p. 39). O autor defende uma “capacidade natural de governar das mulheres” com base nos exemplos despóticos europeus (cita Joana D’Arc e as Rainhas Elizabeth e Vitória) (MILL, 2011, p. 81). E por esse raciocínio diz que se mulheres “podem

mais”, também “podem menos”, e, portanto, poderiam se adequar a outras tarefas da vida⁷.

Para Mill, o estado de coisas em que as diferenças entre os sexos os colocam em hierarquia carece de apoio lógico-racional e, assim, não traduz um consenso baseado nesses postulados. A deisugladade não é fruto da experimentação da igualdade e da opressão com opção por esta última. Também não é fruto de deliberação coletivamente pensada para o benefício da humanidade. Para ele, a submissão é apenas a reprodução de uma situação de escravidão. (MILL, 2011, p. 19-20). Buscando origens para a defesa da escravidão a que a sociedade historicamente submete as mulheres, Stuart Mill revisita Antiguidade e Idade Média para encontrar exemplos opostos dos costumeiramente usados: ele cita as Amazonas gregas e as guerreiras medievais para contar uma outra narrativa, a da mulher como sujeito com capacidades plenas, com qualidades. E também descreve a resistência – a não aceitação passiva de certos aspectos da dominação – mencionando as mulheres que começam a escrever sobre a situação subalterna em que se inserem e seus sentimentos para com o *status quo*. Nesta esteira põe em relevo a luta pelo direito de voto (do qual fora ele mesmo um defensor quando da ocupação de cargos no legislativo) . (MILL, 2011, p. 28-30) De certo, é bastante complexa a teia de dominação da mulher. Se sua submissão é a que subsiste às mudanças da construção da modernidade, é porque esta escravidão é muito peculiar, não envolvendo apenas elementos econômicos, mas também e, sobretudo, do próprio imaginário, da consciência dos sujeitos envolvidos. Tem-se aqui importante questão ideológica, melhor estudada posteriormente pelo campo marxista.

No que tange à investigação de Mill, é digna de nota a comparação entre os homens e os senhores de escravos: aqueles, ao contrário destes, “não querem unicamente a obediência das mulheres; eles querem seus sentimentos.” De modo que “Todas as moralidades e sentimentos afirmam que a obrigação da mulher é viver para os outros; abnegar-se completamente e viver somente para aqueles a quem está afeiçoada” (MILL, 2011, p. 31-32). É assim que a subjetividade e a individualidade feminina são paulatinamente destruídas socialmente. E, se a mulher não se conhece, também não se mostra ao mundo, tão somente porque não lhe são fornecidos subsídios para elaborar sobre essa possibilidade. É de se ressaltar a conclusão do autor sobre esse refinado processo de dominação, iniciado na educação (responsável pela não existência de igualdade moral e psicológica entre mulheres e homens no século XIX) e transposto para as demais áreas da vida: a mulher não se casaria se não fosse socialmente obrigada a fazê-lo.

⁷ É de se visitar, neste ponto, o pensamento diametralmente oposto de Schopenhauer, que defendia, por exemplo, que “As mulheres, na maioria das vezes, contribuíram para contaminar o mundo moderno com a lepra que o consome (...), sua supremacia e influência corrompem a sociedade moderna” (SCHOPENHAUER, 2010, p. 73). Na visão de Schopenhauer, em que as mulheres são inimigas do progresso, tanto do homem quanto da humanidade, sua existência “contamina” o mundo moderno, já para o liberal Mill, sua entrada na economia e na política só otimiza a competição meritocrática, servindo aos fins do capital: “A simples competição entre homens e mulheres será suficiente para excluí-las das coisas que elas podem fazer, mas não tão bem quanto os homens que são seus concorrentes; uma vez que ninguém pode pedir direitos de proteção e benefícios em favor das mulheres, pede-se somente que os atuais benefícios e direitos de proteção em favor dos homens sejam lembrados” (MILL, 2011, p. 46).

As mulheres são escravas de seus maridos pelas obrigações instituídas pelas leis e pela Igreja. Na visão de Mill, o casamento tal qual disciplinado pelas leis de seu tempo é algo de nefasto, sem sequer contar com a livre escolha das partes e livre disposição sobre o contrato. Para tomar parte nesta instituição, não se cobra do homem nenhuma prova de confiabilidade para o exercício do poder absoluto (o homem pode cometer quase qualquer arbitrariedade com a esposa na constância do casamento, a posição da mulher é de total falta de poder. Até os filhos, pela lei, são considerados do marido, que toma formalmente as decisões sobre suas vidas) que lhe é confiado a partir da cerimônia. Assim, a família acaba por transformar-se em “escola de despotismo”, embora devesse ser “escola ideal”, de virtudes (MILL, 2011, p. 32-33; 37; 50-57; 66-68; 85). O pensamento de Mill é limitado, contudo, por sua classe e reserva às mulheres casadas o lar. O casamento, para ele, interdita assuntos que não sejam as tarefas domésticas e a educação da prole. O exercício de trabalho pago pela mulher casada abriria possibilidades para a intensificação da sua exploração pelo marido-senhor. (MILL, 2011, p. 72-73). Contudo, contraditoriamente, a realização do trabalho não pago no casamento integra e forja a sujeição das mulheres, que, de modo amplo, o próprio Stuart Mill critica. O autor detecta, em seu tempo, que as mulheres se envolvem em atividades como a filantropia e a caridade, que pouco contribuem para sua emancipação social e política. Ou seja, a sociedade condena as mulheres a uma “vida apática”, o que na visão de Schopenhauer e Rousseau é desejável, mas na preocupação de um economista liberal moderno, cujas raízes não podem ter muito da Antiguidade Clássica, não faz sentido para o progresso. Utilitariamente, há que aproveitar a mulher, nem que seja para o mero estímulo à inteligência dos homens com o aumento da competição, pilar mais importante que a liberdade e a igualdade formal para o capitalismo (MILL, 2011, p. 118-139).

O iluminismo jurídico-político a partir da mulher

Por ocasião do ano 2000, foi editada uma obra que revisitava a *Encyclopédie* em vinte e seis vocábulos, procurando identificar rupturas e continuidades daqueles conceitos definidos no descortinar da Modernidade em relação ao seu desenvolvimento mais de um século depois, em plena crise⁸. Ao vocábulo “mulher”, no francês *femme*, opõe-se o verbete “homem”, no francês “*homme*”. A *Encyclopédie* define, a seu tempo, a mulher como fêmea do homem, elencando, a partir dele, as diferenças entre esses sexos da mesma espécie. No esforço de retomar aquele texto confrontando com enciclopédias atuais, no trabalho

⁸ No mesmo sentido, é de se pôr em relevo o esforço da Universidade de Chicago, que digitalizou e disponibilizou *onLine* todos os volumes da *Encyclopédie* de Diderot e D’Alembert através do “ARTFL Encyclopédie Project” sob a coordenação de Robert Morrissey e Glenn Roe. O material pode ser visualizado no endereço:

<http://artflx.uchicago.edu/cgi-bin/philologic/search3t?dbname=encyclopedia0311&word=&dgdivhead=%5E-f&dgdivocauthor=&dgdivocplacename=&dgdivocsalutation=&dgdivocclassification=&dgdivocpartofspeech=&dgdivotype=&CONJUNCT=PHRASE&DISTANCE=3&PROXY=or+fewer&OUTPUT=conc&POLESPAN=5&KWSS=1&KWSSPRLIM=500>. Acesso em: 10 nov 2020.

organizado por Domenico de Massi e Dunia Pepe, alguns pontos do primeiro texto são postos em relevo, como as diversas “tipificações” da mulher ali apresentadas, e a primazia do aspecto biológico e do direito natural. (MASSI e PEPE, 2000, p. 159-160). Na análise da visão contemporânea das enciclopédias sobre a mulher, se chega à conclusão de que mitos acerca das mulheres (e do gênero feminino, conceito trabalhado no século XX) continuam aprisionando as mulheres, apesar das conquistas dos movimentos feministas, e estampados na sua definição catalogada (FRACESCATO, 2000, p. 163). Nesse sentido, as mulheres estão definidas em fontes, conforme infere a Einaudi, como “‘pertences de machos adultos’, de modo que sua humanidade ‘parece concebida (inclusive em sociedades atuais como as atuais do mundo ocidental e industrializado) como uma espécie de humanidade derivada, não direta’ (*Enciclopédia Einaudi*, p. 745-746).” (FRACESCATO, 2000, p. 164). É de se destacar, nessa construção, a metodologia binária, arraigada no racionalismo iluminista, que sempre apresenta conceitos em oposição, e contribuiu para a apresentação preconceituosa do termo “mulher”, visto socialmente, nos textos acadêmicos e nas definições enciclopédicas, como dependente e subordinado ao “homem”.

Olympe de Gouges e a Declaração dos direitos da mulher e da cidadã

[...] enfim, tudo que caracteriza a parvoíce dos homens, profana e sagrada, tudo foi submetido à cupidez e à ambição deste sexo outrora desprezível e respeitado, e depois da revolução respeitável e desprezado. (GOUGES, 2007).

Em meio à erupção da Revolução Francesa e do desenvolvimento do Iluminismo jurídico-político, as vozes femininas não foram ouvidas em suas demandas por liberdade e igualdade com a mesma intensidade das masculinas. Viu-se neste texto, através da análise do pensamento de dois iluministas distintos, a inviabilização da realização social plena das mulheres. Embora não raras tenham sido as participações de estudiosas e voluntárias no desenrolar da Revolução, seus nomes e sua produção não ficaram conhecidas como fontes da História da Revolução Francesa ao lado dos “grandes homens”. Nesse sentido, os maiores avanços característicos do período, em matéria de liberdade, igualdade, e desenvolvimento do discurso de direitos universais, não incluíam as mulheres e muitas vezes, isto sim, explicitamente as deixavam de fora da sua “área de proteção”. A “Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão”, se não significasse expressamente a exclusão das mulheres, conforme se depreende das ideias majoritárias do próprio movimento, não teria ensejado por parte de Olympe de Gouges, a redação de uma “Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã”.

O texto de Olympe de Gouges⁹, que na verdade chamava-se Marie Gouze e foi

⁹ Assim como a *Encyclopédie* foi inteiramente digitalizada e disponibilizada pela Universidade de Chicago em razão de sua importância histórica, o documento de autoria de Olympe de Gouges também mereceu atenção da academia e em 2007 foi traduzido no Brasil pela Universidade Federal de Santa Catarina, que a disponibilizou *onLine* no v.4, n.1 da “Revista Internacional Interdisciplinar Interthesis”. A tradução é de Sevino José Assmann e pode ser acessada em: www.periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/.../911/10852. Consultada em 12

guilhotinada dois anos depois, contém o mesmo número de artigos da declaração masculina e demonstra a importância da mulher e a imperiosidade do reconhecimento de sua condição de sujeito de direitos na sociedade moderna. A exemplo da outra Declaração, o texto também foi enviado para a Assembleia Nacional, sem receber interesse (ASSMAN, 2007). É de destacar que em 1792, um ano após a escrita do texto, tomou força o reacionarismo na revolução, com oposição à participação política das mulheres. Do plenário se falava que as mulheres revolucionárias não eram verdadeiramente mulheres, pois fugiam aos fins naturais do seu sexo. Sociedades de mulheres foram fechadas quando os homens se sentiram ameaçados ao perceber que as mulheres se “infiltraram” nas posições masculinas, tomando parte na guerra e reivindicando direitos, por exemplo. A permissibilidade de participação das mulheres na Revolução estava limitada, politicamente, pelas considerações presentes no *Emílio*, de Rousseau, “cartilha” que embasava filosoficamente as escolhas da Revolução para com essa metade da espécie humana (MIRANDA, 2010).

O documento de Olympe de Gouges, próprio de seu tempo, usa a retórica progressista e não descarta a propriedade, reafirma o direito penal formal, a religiosidade e o funcionalismo na sociedade, exigindo *apenas* que as mulheres sejam submetidas em pé de igualdade com o homem a todos esses postulados, com base na utilidade pública, como se pode observar dos artigos primeiro, segundo e sétimo da Declaração¹⁰. A grande ressignificação do documento, quase simétrico ao masculino, é o direito de resistência à opressão, aqui inerente à própria condição de sexo. No artigo terceiro resta explicitada uma ideia de nação formada por sujeitos homens e mulheres. A parte de maior relevância para o propósito deste capítulo é o pós-âmbulo do documento, que, convocando as mulheres, deixa de declarar direitos para defender a necessidade de real participação política, que deve se efetivar na janela política aberta com a Revolução. O texto expressa a ideia de que as conquistas, a liberdade, a nova educação para as mulheres não virão de papéis e de leis elaborados por homens, de modo que se torna premente construir as oportunidades e construir-se como ser político, ao mesmo tempo¹¹.

A epígrafe deste item, encerramento do pós-âmbulo do documento, afirma que antes da Revolução o sexo feminino era “desprezível e respeitado”, tendo se tornado após tal período, ou no seu curso, o sexo “respeitável e desprezado” (GOUGES, 2007). Os limites do Iluminismo serão, portanto, quanto às mulheres, a sua não inclusão nos marcos da aclamada

nov 2020.

10 Conforme texto integral dos trechos citados: “Artigo 1: A mulher nasce livre e permanece igual ao homem em direitos. As distinções sociais só podem ser baseadas no bem comum. Artigo 2: O objetivo de qualquer associação política é a conservação dos direitos naturais e imprescritíveis da Mulher e do Homem. Esses direitos são liberdade, propriedade, segurança e, especialmente, a resistência à opressão. (...) Artigo 7: Nenhuma mulher pode ser exceção; ela é acusada, presa e detida nos casos estabelecidos pela lei: as mulheres obedecem, assim como os homens, a esta lei rigorosa.” (GOUGES, 2007).

11 Mulher, acorda! A força da razão faz-se ouvir em todo o universo: reconhece teus direitos. O poderoso império da natureza já não está limitado por preconceitos, superstições e mentiras. A bandeira da verdade dissipou todas as nuvens da parvoíce e da usurpação. O homem escravo multiplicou suas forças, precisou recorrer às tuas (forças) para romper seus grilhões. Tornado livre, ele fez-se injusto em relação à sua companheira” (IDEM).

liberdade universalizada. O chamamento das mulheres à conscientização de seu papel político é um panfleto de defesa de seu auto-conhecimento, da negação da manutenção dos idênticos padrões sexistas de submissão, fragilidade, objetificação. A Revolução pretendia impor divisão sexual do trabalho em um ordenamento jurídico-político forjado em postulados opostos aos do regime anterior, um ordenamento estabelecido da igualdade, formando, assim, uma contradição irresolúvel da modernidade capitalista.

Mary Wollstonecraft e a reivindicação dos direitos das mulheres

Precursora do pensamento feminista, Mary Wollstonecraft analisa a condição das mulheres, sobretudo a partir da distinta educação que lhes é dada durante sucessivos períodos históricos. Seu texto de 1792 reivindica os direitos das mulheres no bojo das ideias do Iluminismo radical. Assim como Olympe de Gouges, Mary frequentou ambientes de discussão filosófica, não os salões franceses, mas os círculos radicais e dissidentes de classe média inglesa, em que o debate e a convivência entre os sexos eram mais amenos (MIRANDA, 2010, p. 14). Em seu texto, Wollstonecraft traz episódios de Adão e Eva, obras de destacados filósofos e critica diretamente autores como Rousseau, afirmando que os princípios que buscam justificar a submissão da mulher em romances e em toda a construção social são um verdadeiro insulto ao senso comum. Por essa razão, a autora chama “o seu sexo” à luta contra a falsa consciência imputada às mulheres de sensibilidade e fraqueza, tratando-as como “criaturas racionais”, tais quais os homens (WOLLSTONECRAFT, 1996, p. 8-14). Wollstonecraft educa-se sozinha e dedica-se a demonstrar, em sua obra, a prisão do casamento para uma mulher, que não pode ter aspirações senão pela sombra de seu marido; o mito da fraqueza física que se espalharia pela moral, reservando ao homem dotado de força também o domínio intelectual; e a já mencionada educação reservada às mulheres, que cumpre fielmente com o objetivo de formá-las para o papel na reprodução social que lhes é relegado na sociedade moderna em construção. As suas ideias, portanto, se opõem às dos clássicos com veemência. Conforme Anadir Miranda, seu pensamento “foi o ponto culminante de um processo de desvelamento e de crítica em relação a um modelo social e cultural de feminilidade” (MIRANDA, 2010, p. 14). Nesse sentido, não se espanta a autora de encontrar em sua sociedade mulheres que, no desejo de serem livres, ou um pouco menos desiguais, revistam-se de características tidas como dos homens. Essas mulheres são ditas masculinizadas, mas também a liberdade o é. Portanto, em momento em que se espera que as mulheres se empoderem, se superem, que se encontrem mulheres com mais virtudes e se assim elas são associadas com o masculino, continuarão a ser, até que se perceba que as virtudes não tem sexo (WOLLSTONECRAFT, 1996, p. 7-9).

Segundo o iluminismo radical de Wollstonecraft, a educação das meninas, que se dá em relação aos homens, não pode gerar outra consequência senão um estado de degradação a que se reduz as mulheres e a própria sociedade. Junto ao ordenamento jurídico, a educação

consagra a modéstia feminina como virtude sexual e a defesa da boa reputação (conceito cujo conteúdo se preenche pela moral sexual), assegurando e reproduzindo as distinções não naturais criadas na sociedade. Por isso, ela defende que a educação seja nacional e pública, voltada à igualdade entre os sexos. Para esse pensamento, a contribuição de autores que escreveram antes sobre educação, é apenas negativa, pois eles fomentaram uma construção social da mulher como ser frágil, apesar da aparente contradição de lhe relegarem a educação de novos homens e de lhe confiarem o propósito de se juntar ao protótipo da perfeição: o homem adulto, formando um só ser (WOLLSTONECRAFT, 1996, p. 20-21). A monogamia perfaz, isto sim, o pacto de propriedade sobre a mulher. Desde criança, ela é orientada a dedicar-se à sua beleza, à suavidade, a cultivar certas “virtudes” que a tornam um ser frágil que somente poderá se realizar se puder ser “complementada” por um marido. Em verdade, contudo, toda a comiseração introjetada na mulher faz dela não mais que um brinquedo nas mãos do homem a que vai se conectar numa relação de dependência. E nesta relação, a mulher recomeça o ciclo: ao gerar os filhos, o seu papel será o de criá-los para ter respeito pela figura materna e reproduzir as virtudes do pai (WOLLSTONECRAFT, 1996, p. 50).

A racionalidade cultuada pelas luzes cega autores masculinos iluministas de ver o óbvio: desgraçar metade da espécie em condição análoga à escravidão não pode trazer benefícios comuns, bem como o modelo de educação adotado fragiliza também os meninos, posto que dependentes de cuidados “escravos”. Nesse sentido, perde a coletividade, pois os homens que vão organizar a sociedade não são criados com autossuficiência e independência tal como seria desejável. Na contramão dos parâmetros estabelecidos pelo patriarcado, a autora defende que o papel da mulher na sociedade seja o de estudar, ter profissões, ser política, não casar por um suporte (WOLLSTONECRAFT, 1996, pp. 35;44 152). Assim como a Declaração de Olympe de Gouges, o texto de Mary Wollstonecraft, embora também seja um tratado, é um chamamento às mulheres a romper as relações sociais de submissão, a partir de argumentos que muito tocam os utilizados pelo liberal Stuart Mill.

Ecossistemas iluministas no Brasil

A formação do ordenamento jurídico brasileiro sofreu influência da experiência europeia da sistemática iluminista. Como já se viu, o iluminismo jurídico expandiu-se a partir da França por toda a Europa, em maior ou menor grau, a partir do século XVIII. A relação do Brasil com esse novo paradigma conceitual e sistêmico deu-se tardiamente em razão das mediações da colonialização. Assim, se pode afirmar que a influência daquelas ideias chegou por via transversa, muitas vezes já imbuída de adaptações portuguesas. Os primeiros ventos iluministas fizeram-se sentir ainda no Brasil colônia, com a defesa da abolição da escravatura, por exemplo. No entanto, uma verdadeira conformação brasileira a tais princípios jurídicos somente se deu a partir da independência, sendo ainda perceptível no direito do Brasil República, construído a partir de 1891.

Ao escrever sobre a cultura jurídica na América Latina, Wolkmer aborda brevemente a colonização e o pós independência para chegar à “cultura jurídica na modernidade tardia” e seus “cenários inacabados”, verificando, de início, que “(...) a conquista lusitana trazia para suas colônias (particularmente o Brasil), a par da legislação tradicional vigente, o peso e a autoridade das *Ordenações Reais* (Afonsinas, Manuelinas e Filipinas)” (WOLKMER, 2010, p. 205). Não se pode chegar a outra conclusão senão a de que a cultura jurídica latina é caracterizada pela colonização. Mesmo quando há avanços ditos progressistas, está presente aparato da dependência econômica e política e de uma elite politicamente posicionada. Menos dialético não foi o processo de mudança na Europa, onde a modernidade se conforma a partir de retroinfluências do mundo social no pensamento político (MIRANDA, 2010, p. 30). A marca dos traços colonizadores na cultura jurídica do Brasil, portanto, exclui, na conformação do tecido social, diversos segmentos, o que se aplica às mulheres e seus direitos. Isto se dá, segundo Wolkmer, por uma “historicidade marcada pela imposição de privilégios” (2010, p. 211). É neste ambiente que se formam os letrados e o ordenamento pátrio.

Autores iluministas e a defesa do pensamento ilustrado no Brasil

O contexto jurídico brasileiro ainda colonial é o cenário em que, no século XVIII, Bocage satirizava a cultura jurídica do Império luso, ressaltando sua constituição de miscelânea e juristas incultos. É só a partir da Lei pombalina, segundo Samuel Rodrigues Barbosa, que podemos falar de uma complexificação do direito civil por terras brasileiras (BARBOSA, 2010, p. 363-364). Para Alvarez, não é nesse momento, contudo, que o iluminismo jurídico predomina no ordenamento aplicado no Brasil. Isto ocorre somente séculos depois, com a eliminação da colonização, o que permite empregar a abstração da constituição do indivíduo moderno. É de se ter em mente que, na colônia, a formação de quadros intelectuais brasileiros era feita em Coimbra e “Mesmo com a criação de cursos jurídicos nacionais, permaneceu, no entanto, a influência da cultura jurídica portuguesa ao longo da primeira metade do século XIX” (ALVAREZ, 2010, p. 22; 289-290).

Para discutir a sistematização do ordenamento brasileiro, é preciso analisar a compilação das leis civis de Teixeira de Freitas, que embora não fosse tecnicamente uma nova codificação, tinha por escopo racionalizar a legislação (BARBOSA, 2010, p. 369). O *compilador*, tinha posições nos debates jurídicos, como, por exemplo, quanto à sistemática do Direito, e por sua grande “Introdução” à consolidação se percebe sua intenção de interpretação de temas menores como o crédito agrícola, a exemplo do que podia ser visto de forma geral no *Code* francês (HESPANHA, 2010, p. 182). As Ordenações Filipinas regeram a vida civil brasileira até 1916, apesar de seu flagrante descompasso com a realidade sócio-histórica do país, e durante o século XIX mereceram uma edição de Cândido Mendes. Não se deve esquecer que dela fazem parte traços

característicos do Antigo Regime, como o reconhecimento de enorme poder do homem sobre a mulher (SILVA, s/d).

O Iluminismo serve a uma conformação de Estado. No Brasil, essa conformação é bastante peculiar, primeiro em razão da legalidade da escravatura e, depois, quando de sua abolição, pelas marcas que deixa numa sociedade cindida e de matriz econômica de exploração monocultora. Mesmo na Europa, há que se ressaltar que o Estado de Direito, figura de que não se pode propriamente falar no Brasil, é um mosaico complexo, de difícil acomodação de interesses nas esferas jurídica, política e administrativa. Os homens iluministas no Brasil são herdeiros, isto sim, do cientificismo e da valorização do progresso próprios do Iluminismo. Pela razão, discutem a igualdade e justificam a sua supressão e também a da liberdade, sempre que a propriedade parecer ameaçada. Os juristas brasileiros estão preocupados em assegurar a grande propriedade, cuja detentora é uma pequena elite letrada, que se ergue sobre a desigualdade material¹² (COSTA, 2010, p. 65).

Os exemplos de juristas de relevância do período que aparecer na historiografia são de homens. Às mulheres não cabia no Brasil colônia ou no Brasil Império, a tribuna jurídica. Nesse sentido, a exceção confirma a regra, como é o caso de Viveiros de Castro, importante jurista brasileiro da segunda metade do século XIX, que atuou na capital “tendo sido o primeiro juiz a admitir, em 1899, a atuação de mulheres como advogadas perante o júri” (ALVAREZ, 2010, p. 297). Não há que se falar de doutrinadoras, mas de causídicas, a mera atuação da mulher como advogada perante o júri não era comumente admitida

A mulher e o Código Civil de 1916

Encontra-se nos dispositivos do ordenamento jurídico brasileiro a partir de 1824, passando por 1891, chegando até ao Código Civil de 1916, que substituiu a aplicação das Ordenações Filipinas no regramento civil, uma inspiração bastante parecida com a dos escritos misóginos de Schopenhauer. A mulher não era cidadã e não tinha direito a voto nas primeiras constituições brasileiras. Quando o silêncio quanto à condição das mulheres era questionado no parlamento, rapidamente a resposta se revestia de todos os limites da ilustração já demonstrados de Rousseau a Schopenhauer. Assim sendo, mais importante que considerar a não situação das mulheres na Constituição de 1824 ou na de 1891, é analisar as previsões do Código Civil de 1916. Às mulheres não se permitia a condição de sujeito de direito, apenas a de dependente. Em parte isto se deve ao papel que teve a Igreja na regulação da vida civil até certo período, controlando os registros de nascimento, casamento e morte, por exemplo, sendo certo que uniões entre dois não católicos não tinham qualquer valor

12 Cabe aqui a observação de Costa: “A igualdade deve levar em conta as persistentes discriminações sociais e culturais que incidem sobre a vida global do ordenamento. Pense-se na administração oitocentista da justiça: a “justiça dos cavalheiros”, como foi eficazmente chamada: uma justiça que oferecia legalidade e garantias aos “cavalheiros” (aos sujeitos racionais, autônomos, proprietários), enquanto confiava às classes subalternas a disciplina brutal e as medidas arbitrárias da polícia” (COSTA, 2010, p. 74).

religioso e legal. O fim do padroado, coerente com os postulados do iluminismo jurídico, veio somente com a proclamação da República, restando pendentes regulações sobre o casamento, como, por exemplo, das propriedades advindas deste contrato (GRINBERG, 2002, p. 37-44). Apesar de construído na República, o Código Civil de 1916 não apresentou profundas rupturas na condição jurídica de dependência formal das mulheres. Na nova lei, a família continuava a ser instituição primordial para a regulação da vida e, em razão dela, as mulheres não tinham capacidade civil plena (GRINBERG, 2002, p. 44). Os revisores do código conseguiram torná-lo legislação com menor teor liberal que o regramento anterior (as incongruentes Ordenações Filipinas), como, por exemplo, no que se refere à regulação de filhos legítimos e ilegítimos. A defesa da família tão arraigada no texto era a tradução do forte ideal de defesa da propriedade.

Bevilaqua, autor do projeto do Código Civil de 1916, reconhecia que ao direito cabiam medidas para ‘harmonizar relações da vida conjugal’. No seu entendimento, mulher e homem tinham distintas funções na sociedade, decorrendo daí a necessidade de estabelecimento de direitos e obrigações diferentes. Desse modo, acreditava que aos cônjuges homens caberia, obrigatoriamente, o sustento da esposa e dos filhos. Por outro lado, defendia a capacidade civil das mulheres. Mas essa e outras propostas do autor do projeto não foram amparadas pela comissão de avaliação do texto em seus debates. Muito menos fora elidida a dúvida quanto ao conceito de pessoa que pairava no texto. As mulheres, que para o código podiam ser *honestas* e *desonestas*, não lograram ter reconhecida na lei sua condição de sujeito de direito pleno. Keila Grinberg identifica que por fim se positivou a ideia do marido como chefe da casa e do casamento. As mulheres casadas e outros excluídos permaneciam incapazes em algum grau. Nesse sentido, o artigo 240 merece relevo, ao passo que delega à mulher a posição de consorte do homem, devendo lhe “auxiliar nos encargos da família”. O referido dispositivo foi ainda modificado em 1962 para definir que competia à mulher “velar pela direção material e moral” da família. Toda a passividade identificada com as mulheres é perceptível inclusive pelas terminologias escolhidas – “auxiliar”, “velar”: nenhum protagonismo, nenhuma subjetividade autônoma é vista nas mulheres. Não restam dúvidas quanto à submissão das mulheres pelo ordenamento civil¹³ se são observados, por exemplo, o texto do artigo 186 (que prevê a prevalência da vontade paterna diante de discordância entre os genitores) e do artigo 380, que só permite às mulheres o exercício do *pátrio poder* em caso de falta do esposo. Não é possível, portanto, se falar de um desmonte do patriarcado com a elaboração do regramento civil republicano brasileiro. O Código de 1916 mostrava-se embebido dos

13 Vide artigo 242: “A mulher não pode, sem o consentimento do marido: I. Praticar atos que este não poderia sem o consentimento da mulher. II. Alienar, ou gravar de ônus real, os imóveis do seu domínio particular, qualquer que seja o regime dos bens. III. Alienar os seus direitos reais sobre imóveis de outrem. IV. Aceitar ou repudiar herança ou legado. V. Aceitar tutela, curatela ou outro múnus públicos. VI. Litigar em juízo civil ou comercial, a não ser nos casos indicados nos arts. 248 e 251. VII. Exercer profissão. VIII. Contrair obrigações, que possam importar em alheação de bens do casal. IX. Aceitar mandato”.

limites do iluminismo jurídico e de restritíssimos exemplos de seu avanço. A forma de codificação do direito e o estabelecimento de regras universais, pretensamente formadas a partir de um racionalismo crítico, consagraram valores vigentes desde a colonização, com a coloração própria de cada período político (GRINBERG, 2002, p. 45,70).

Conclusão

Há sujeitos ocultos na lógica individualista do Iluminismo. Nesse processo histórico, a abstração do indivíduo moderno guarda estreita relação com o desenvolvimento do capitalismo (GROSSI, 2010, p. 22). Nesse sentido, é de se perceber que para o iluminismo jurídico cabe a defesa dos direitos e protagonismo político segundo a divisão de classes sociais e a reprodução social capitalista. O Iluminismo propagou o racionalismo e a centralidade da ciência para afirmar quais seriam os sujeitos capazes de acumular riqueza e quais estariam naturalmente legitimados a se submeter. É assim que se pode entender as defesas de um Schopenhauer e também as de um John Stuart Mill. Se, para o primeiro, apenas os homens eram capazes de produzir riqueza, as mulheres deveriam produzir-se em satisfação dos desejos do homem, para o bem da engrenagem. Sua crítica à dama europeia parte da percepção de que a manutenção dessa figura era dispendiosa demais à sociedade moderna. Por outro lado, para John Stuart Mill, no liberalismo é necessário conferir liberdade à economia, esta sim soberana. Na sua visão, o melhor funcionamento da máquina moderna se dá com mais braços a trabalhar, razão pela qual as mulheres não devem, *a priori*, ser impedidas de ocupar postos de trabalho, sobretudo se não estiverem casadas.

Ao fim trata-se de definir funções. E quem tem esse poder de definição do ponto de vista formal é o Estado, responsável, nessa conformação social, por regular a sociedade através do direito, para “construir as liberdades individuais de modo que concordassem com o monopólio jurídico” (CAPPELLINI, 2010, p. 40). É nesse contexto que surge o esforço de construção sistemática que o sujeito deve reencontrar as suas raízes naturais para poder definir um papel no novo arranjo social e jurídico que se apresentava. A construção da subjetividade é um ponto nodal no estudo do iluminismo jurídico, já que se fala de um novo mecanismo de formação da sujeição (CAPPELLINI, 2010, p. 39). Para Paolo Grossi acontece um reducionismo do jogo jurídico à relação entre o macro-sujeito político e o micro-sujeito privado (GROSSI, 2010, p. 24). Assim, até que ponto significou o Iluminismo uma ruptura? O que nele podemos perceber de continuidade? Alerta Paolo Grossi que o movimento não é constituído de pura novidade, não é a destruição de um modo de pensar e viver para a construção de outro, radicalmente diferente, que se tenha apreendido a partir de uma repentina reflexão lógica e racional que apontasse para um inesperado interesse pela ciência. Ele irrompe de velhas tendências, pretendendo se afastar da imagem medieval e da forma medieval de fazer direito e justiça (GROSSI, 2010, p. 23). Para Capellini, “houve continuidade mesmo quando de fato as liberdades políticas foram anuladas” (CAPPELLINI,

2010, p .41). Nesse sentido, há que se destacar os limites desse pensamento revolucionário de continuidade. Poderia-se falar, por exemplo, do direito de voto, recusado em princípio o sufrágio universal. Os esclarecidos não confiavam na massa, que poderia destruir o sistema construído para defender liberdade e propriedade, civilização e progresso, como por exemplo afirmou depois Benjamin Constant em terras brasileiras.

A modernidade construiu suas bases na tentativa de, por meio do Estado de direito, resolver os conflitos políticos, a luta de classes, com garantias aos indivíduos e proteção do Estado ao cidadão. Mas quem é o cidadão e quem é o Estado? A essas perguntas foram oferecidas respostas ao longo do texto, pela percepção de que o Estado se insere em projeto político-econômico e a definição de quem é o cidadão só vem a partir dessa conformação. Se o Iluminismo e o Estado de Direito projetaram o discurso da liberdade, abriram a possibilidade de reivindicação por cada um dos grupos não participantes ativos do modelo. É assim que se pode entender Olympe de Gouges, Mary Wollstonecraft e muitas que vieram com elas e depois. O Direito, no Estado de Direito, é terreno arenoso em que grupos de diferentes interesses disputam batalhas de significados e significantes, com árbitro parcial. Ainda assim, cada pequeno ganho significa um avanço prático daquela possibilidade discursiva, que não poderá ser plenamente realizada no direito.

A racionalidade, o cientificismo, a abstração e a individualização do iluminismo jurídico foram apropriados historicamente para distintos fins, muitos diversos e opostos do seu objetivo discursivo: destruir as amarras de um Antigo Regime escravizador. Para a superação da própria modernidade, de acordo com Paolo Grossi, é necessária a retomada da subjetivização por ela reduzida (GROSSI, 2010, p. 28). Nesse sentido, para que as mulheres, e não apenas as mulheres brancas, não sejam coadjuvantes de sua história— tarefa deixada na fresta dos limites do iluminismo jurídico (caminho que trilharam Olympe, Mary, Alexandra Kollontai, Pagu e outras), elas devem se reencontrar, a partir de lutas em que se determinem e produzam formas para o inexperimentado conteúdo da igualdade material, com todos os sujeitos que ficaram de fora da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão: negros, não proprietários, pessoas sem nacionalidade, indígenas e variados grupos e indivíduos que não se equivalem socialmente ao homem heterossexual branco proprietário.

Referências bibliográficas

- ALVAREZ, Marcos César. A Formação da Modernidade Penal no Brasil: Bacharéis, Juristas e a Criminologia. In: FONSECA, Ricardo Marcelo; SEELAENDER, Airton Cerqueira Leite (orgs.). **História do Direito em Perspectiva**. Curitiba: Juruá, 2010. Pp. 287-304
- BARBOSA, Samuel Rodrigues. Complexidade e meios textuais de difusão e seleção do Direito Civil brasileiro pré-codificação. In: FONSECA, Ricardo Marcelo; SEELAENDER, Airton Cerqueira Leite (orgs.). **História do Direito em Perspectiva**. Curitiba: Juruá, 2010. Pp. 361-374
- CAPELLINI, Paolo. Pessoa humana, codificação ou como *toute histoire véritable est une histoire du subjectif*. In: FONSECA, Ricardo Marcelo; SEELAENDER, Airton Cerqueira Leite (orgs.). **História do Direito em Perspectiva**. Curitiba: Juruá, 2010. Pp. 31-56
- COSTA, Pietro. Estado de Direito e direitos do sujeito: o problema dessa relação na Europa moderna. In: FONSECA, Ricardo Marcelo; SEELAENDER, Airton Cerqueira Leite (orgs.). **História do Direito em Perspectiva**. Curitiba: Juruá, 2010. 57-78
- CRUZ, Paula Loureiro da. Alexandra Kolontai: **Feminismo e socialismo**: uma abordagem crítica do Direito. São Paulo: Editora Alfa-Omega, 2012.
- DE MASI, Domenico e PEPE, Dunia (org.) **As palavras no tempo**: vinte e seis vocábulos da *Encyclopédie* reescritos para o ano 2000. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2003.
- FRACESCATO, D. *Mulher*. In: DE MASI, Domenico e PEPE, Dunia (org.) **As palavras no tempo**: vinte e seis vocábulos da *Encyclopédie* reescritos para o ano 2000. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2003. Pp. 163-168.
- GOUGES, Olympe de. **Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne**. In: Biblioteque Jeanne Hersch. Textes fondateurs. Disponível em: www.aidh.org/Biblio/Text_fondat/FR_03.htm Acesso em: 05 nov 2020.
- _____. Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã. Tradução de ASSMAN, José Sevino. In: **Revista Internacional Interdisciplinar Interthesis**, v.4, n.1. Disponível em: www.periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/.../911/10852 Acesso em: 14 nov 2020.
- GRINBERG, Keila. **Código Civil e cidadania**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- GROSSI, Paolo. Para além do subjetivismo jurídico moderno. In: FONSECA, Ricardo Marcelo; SEELAENDER, Airton Cerqueira Leite (orgs.). **História do Direito em Perspectiva**. Curitiba: Juruá, 2010. Pp. 19-30
- HESPANHA, Antonio Manuel. **Imbecillitas**: as bem-aventuranças da inferioridade nas sociedades de Antigo Regime. São Paulo: Annablume, 2010.
- _____. Um poder um pouco mais que simbólico: juristas e legisladores em luta pelo poder de dizer o Direito. In: FONSECA, Ricardo Marcelo; SEELAENDER, Airton Cerqueira Leite (orgs.). **História do Direito em Perspectiva**. Curitiba: Juruá, 2010. Pp. 149-199
- MILL, Stuart. **A Sujeição das Mulheres**. Trad.: Débora Ginza. São Paulo: Editora Escala, 2006.
- MIRANDA, Anadir dos Reis. **Mary Wollstonecraft e a reflexão sobre os limites do pensamento liberal e democrático a respeito dos direitos femininos (1759-1797)**. Dissertação de mestrado apresentada à Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2010.
- RIOT-SARCEY, Michèle. A democracia representativa na ausência de mulheres, “In”: Estudos feministas. Florianópolis: UFSC, 1994, p. 247-255.
- ROUSSEAU, Jean Jacques. **Emílio ou Da educação**. Trad. Sergio Milliet. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1973.
- _____. **Emile e Sophie ou Os solitários**. Trad.: Fraçoise Galler. Intr.: Walter Carlos Costa. São Paulo: Hedra, 2010.
- SABADELL, Ana Lucia. **Manual de Sociologia Jurídica**: introdução a uma leitura externa do direito. 4ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008.
- _____. Reflexões sobre a metodologia na história do direito. **Cadernos de Direito** (Unimep),

Piracicaba, v. 2, n. 4, p. 25-39, 2003.

SCHOPENHAUER, Arthur. **A arte de lidar com as mulheres**. 2ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

SILVA, Raquel Marques da. **Evolução histórica da mulher na legislação civil**. Disponível em: <http://ditizio.ecn.br/adv/txt/ehlc.pdf> Acesso : 20 nov 2020.

WOLKMER, Antonio Carlos. Cenários da cultura jurídica moderna na América Latina. In: FONSECA, Ricardo Marcelo; SEELAENDER, Airton Cerqueira Leite (orgs.). **História do Direito em Perspectiva**. Curitiba: Juruá, 2010. Pp. 203-214

A imagem da mulher no contexto midiático

Juliana Meneses

A imagem da mulher na sociedade contemporânea e o modo como ela é vista irá refletir diretamente em como ela será tratada, e mais do que isso, determinará uma série de complicadores para que se possa desempenhar determinadas funções sociais. O machismo estrutural ditado pela sociedade patriarcal tem influência, por exemplo, nas profissões que uma mulher pode ou não desempenhar, atribuindo valores que impedem este grupo de realizar o que desejam, ou ter mais dificuldade para tal do que os homens.

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.

Os brinquedos e programas infantis destinados para meninas em seus primeiros anos de vida mostram que o ideal para a mulher que ela se tornará no futuro é regido por beleza, docilidade, paciência e devoção aos homens. Desenhos como as princesas por exemplo, que são assistidos por gerações e a tradição é passada de mãe para filha, mostram que para uma mulher ser realizada ela deve necessariamente encontrar o príncipe encantado, essa deve ser sua meta de vida. É totalmente desestimulado que mulheres pensem em desempenhar atividades ligadas ao poder, como cargos políticos.

Enquanto os meninos têm como alternativa os heróis, que salvam a humanidade dos vilões, as meninas devem aprender que necessitam aguardar pacientemente que um homem apareça em suas vidas e as salve; a construção social ensinada para as meninas não as ensina a serem fortes. A televisão e a publicidade têm grande influência em como esse tipo de comportamento é difundido e 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).

As descobertas de que a identidade, a sexualidade e a estrutura do desejo são formadas por meio de processos da psique do inconsciente, posteriormente

abordada por Jacques Lacan, trouxeram consigo teorias sobre o aprendizado cultural e não apenas biológico, que acontecia já na primeira infância. “A formação do eu no ‘olhar’ do Outro, de acordo com Lacan, inicia a relação da criança com os sistemas simbólicos da sua entrada nos vários sistemas de representação simbólica, incluindo a língua, a cultura e a diferença sexual.” (HALL, 1992, p.38). Com isso, é possível perceber que as construções culturais sobre o sujeito, ditadas desde a primeira infância, refletem diretamente no comportamento, no decorrer da vida adulta, o que evidencia como estas referências nos primeiros anos de vidas das crianças influenciarão na formação de suas identidades e em como elas se comportarão posteriormente.

Michel Foucault (1979) teoriza sobre as relações de poder que se estabelecem na sociedade. A disputa de poder que acontece é a verdadeira mantenedora, aquela capaz de perpetuar as desigualdades; não se pretende chegar à igualdade, nesta disputa um dos lados tem que ser o perdedor.

As relações de poder nas sociedades atuais têm essencialmente por base uma relação de força estabelecida, em um momento historicamente determinável [...] é verdade que o poder político acaba a guerra, tenta impor a paz na sociedade civil, não é para suspender os efeitos da guerra e neutralizar os desequilíbrios que se manifestaram na batalha final, mas para reinscrever perpetuamente essas relações de força, através de uma espécie de guerra silenciosa, nas instituições e nas desigualdades econômicas, na linguagem e até no corpo dos indivíduos. A política é a sanção e a reprodução do desequilíbrio das forças manifestadas na guerra. (FOUCAULT, 1979, p. 99).

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.

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.

Princesas de contos de fadas

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 vida. Historicamente, as principais princesas da Disney têm seu enredo construído sob a ótica da mulher que almeja um casamento, porque isso seria o único motivo de sua existência. Construir uma família e conquistar um bom casamento 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).

A donzela deve ser uma moça bela, doce, meiga, indefesa, que precisa de ajuda. Um fator semelhante em todas as histórias de princesa é o fato delas serem sempre apresentadas como a moça mais bonita. Dessa maneira, sua imagem é determinante para que esta mulher possa merecer um futuro ao lado do príncipe, que é o máximo que ela pode desejar na vida. “A docilidade, a beleza e a submissão da personagem a fazem merecedora de encontrar um príncipe, que resgatará e elevará a condição social da ‘gata borralheira’” (RAMALHO, 1999, p.5).

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).

É introduzido no imaginário das meninas que a beleza é fundamental, que sem ela não se tornará uma “princesa”. A lógica patriarcal é reafirmada constantemente, pois a submissão feminina, o incentivo da imagem da mulher bondosa e prestativa nas tarefas domésticas, caridosa e amável, que não emite nenhum tipo de opinião sobre tema algum e que tem por objetivo casar-se e “ser feliz para sempre” com o príncipe.

A mulher é um objeto conduzido pelo espaço mágico, enquanto este realiza, dentro do espaço da realidade, um destino de felicidade para ela, onde está embutida a submissão da mulher à lógica do homem e onde a questão do merecimento está vinculada à beleza estética/bondade, que caracterizam a protagonista dos contos de fadas tradicionais (RAMALHO, 1999, p.5).

Para Diana Lichtenstein (2006), as histórias das princesas arrastam uma carga edipiana nas relações problemáticas entre as madrastas que sentem inveja das princesas e o desejo eminente de vê-las mortas.

A menina desvincula-se da mãe acusando-a de tê-la abandonado, descuidado e preterido. Tem também queixas de que a mãe não a dotou dos atributos (fálcos, dirão os psicanalistas) de que ela precisava para ser valiosa e escolhida na sua preferência, por fim ainda acusa a mãe de ser ela própria castrada e desvalida, incapaz de dar-lhe o que ela necessita[...] Situações como a rivalidade mortífera entre a madrasta e a enteada desse conto nos obrigam a concordar. Parece que há algo de raivoso nas relações entre a mãe e a filha, senão na prática, pelo menos nas fantasias de que essas histórias se incumbem de representar (LICHTENSTEIN, 2006, P.99).

Outro fator interessante na construção das histórias dos contos de fadas é o estímulo numa disputa de poder entre mulheres. Geralmente, o papel de antagonista também é atribuído para outra mulher, que por inveja da mocinha, lhe deseja o mal. “Ao tipificar a perversidade da mulher madura, que traz às costas a experiência e, seguramente, muitas tristezas não resolvidas, os moralistas impingiram a elas o maior preconceito antifeminino de nossa civilização” (ROBLES, 2019, p.229). Muitas vezes, essas vilãs são personagens mais desenvoltas e livres, que fazem o que desejam e não seguem a um homem, mas isso é exemplificado como um aspecto detestável, algo que não se deve desejar.

O mito da beleza e a manipulação das mulheres na mídia

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 elas não têm o direito sobre eles e devem seguir a moda, mesmo que isso não seja uma escolha pessoal. Padrões são ditados e as mulheres são induzidas a tentar segui-los, para assim tentar 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, p.117).

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 promiscua 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 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.

Pós-guerra e o papel da televisão na retomada da mulher para o lar

Com a Segunda Guerra Mundial houve um déficit de trabalhadores nos países envolvidos, e esse problema foi solucionado com a ida das mulheres em massa para as mais variadas funções. Elas ocuparam também o cargo de chefes de família no período em que seus pais e maridos estavam no *front* de batalha. Assim, as mulheres que antes tinham espaços, comumente em vagas como secretárias ou datilógrafas, os ditos “empregos femininos”, passaram a ocupar vagas nos chamados “trabalhos de guerra”, com as indústrias de bombas, de armas, aviamentos e até mesmo no governo, que era algo até então impensável. Segundo Mendonça (2015), os salários eram 40% maiores, o que motivou um grande quantitativo de mulheres a trocarem seus empregos formais pelas novas vagas ligadas à indústria da guerra.

Entretanto, como afirma Rodrigues (2013), em 1944, quando os aliados estavam perto da vitória, a propaganda começou a reverter o discurso de mobilização, feito anteriormente, para que as mulheres ocupassem os postos de trabalho. Começaram a utilizar a publicidade e a propaganda para incentivar as mulheres ao retorno à casa, ao lar, e às tradições de antes. Foi usado o argumento artificial da família como principal instituição do país, que deveria ser protegida para que pudesse haver prosperidade.

Decerto que inúmeras mulheres queriam continuar nos cargos que conquistaram durante o período da guerra. Todavia, com o retorno dos homens, esse espaço foi sendo tirado, e a sociedade patriarcal apropriou-se do que acreditava ser dela por direito. Um

quantitativo grande de mulheres de fato retornou à função exclusiva de donas de casa e mães, agindo de acordo com o que tinha sido programado para elas, indo contra os próprios interesses. “Quando as próprias mulheres que deveriam ser tratadas por todos, e por elas mesmas, como sujeitos de direito, caem no discurso da dominação masculina, ajudando a reproduzi-lo, então temos o que se chama de ‘ideologia espontânea’” (TIBURI, 2015, p.117).

Assim, fica claro que a televisão teve um grande papel nessa retomada das mulheres aos lares, pois em seus intervalos comerciais eram anunciados eletrodomésticos, enaltecidos como algo que as ajudaria a cuidar do lar e ter tempo para se dedicar à família. A produção dos bens de consumo era outra forma de estimular a economia e criar postos de trabalho para esses homens que voltavam da guerra. “Após a guerra [...] com incentivos do governo, as indústrias norte-americanas puderam oferecer postos de trabalho na produção de bens de consumo, destacando-se a fabricação de automóveis e também de eletrodomésticos.” (NUNES, ARAÚJO, 2016, p.11). Além de gerar empregos, era uma forma de dominação para manter as mulheres em casa.

Apesar de todo o prejuízo que o retorno das mulheres aos lares causou, o movimento feminista prosseguiu, dando-se início à chamada segunda onda do feminismo, que lutava por igualdade entre os gêneros. “A mulher da metade do século XX buscou, tão somente, recuperar seu papel passivo e doméstico trazendo um retrocesso para a emancipação feminina. No entanto, esse passo atrás não duraria muito tempo, visto que nos anos 60 o movimento feminista tomou voz ativa e revolucionou a sociedade” (BATISTA, s/d, p. 5).

De acordo com o que afirma a pesquisadora Naomi Wolf (1992), o mito da beleza foi então uma das formas de controle cultural feminino, ditando um modelo a ser seguido para que as mulheres fossem de fato parte daquele grupo. Além dele, foram criados outros mitos sociais, que disfarçavam como componentes de natureza feminina, reforçando a crença na fragilidade das mulheres, e tentando apagar tudo que havia sido feito por elas no período da guerra.

Com o término da guerra, a sociedade patriarcal julgava que aquele papel que as mulheres haviam exercido para satisfazer os desejos sociais que lhe eram necessários havia chegado ao final. Acreditavam que, por meio da dominação cultural, teriam o direito de fazer com que as mulheres voltassem aos seus postos de submissão de antes, reforçando sua suposta fragilidade, como sujeitos apenas internos. “A tendência estilística conhecida como ‘Novo Look’, foi proposta na moda por Christian Dior, estilizando a figura feminina com roupas de cintura marcada que sugeriram fragilidade à sua silhueta” (NUNES, ARAÚJO, 2016, p.11).

Para Alves e Pitanguy (1985), houve um período de valorização da diferenciação dos papéis por sexo, para fazer então o retorno ao papel social da mulher ao lar, por conta da disputa do mercado de trabalho. Esse papel era fortemente reafirmado pelos veículos de

comunicação, sendo a mulher sempre representada como a “rainha do lar”. Foi utilizada novamente a teoria de que as mulheres seriam naturalmente frágeis, e com isso seu papel na sociedade seria sempre interno, considerando que o reducionismo biológico camufla a opressão à mulher.

As mulheres nas telenovelas e a subserviência feminina representada na mídia hegemônica

A mídia hegemônica controla as comunicações no Brasil apesar da ilegalidade da concentração midiática. “A Concentração da mídia nas mãos de poucos conglomerados no Brasil é considerada ilegal. É possibilitada porque não há cumprimento das normas legais”. (CABRAL, 2020, p.6). As emissoras detentoras de poder e maior fatia do espaço televisivo exibem então telenovelas que trazem representações de como seria a sociedade.

Em canais que reprisam novelas enlatadas de outros países, as tramas são geralmente em torno de disputas entre uma mocinha e uma vilã, já as que produzem suas próprias novelas deveriam aproveitar o espaço que lhe é concedido por meio das outorgas para exibir um conteúdo agregador e que fosse benéfico a imagem das mulheres, contudo não é isso que acontece.

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 podem ser ignorada, uma vez que o alcance das telenovelas no país tem um papel social profundo e ainda não explorado de forma profunda e 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).

Como se sabe, o poder da programação veiculada pela mídia hegemônica sobre os consumidores é um agente de propagação de um modo de vida que é ditado por estes veículos. Mesmo quando não corresponde com a realidade, criam-se padrões que fazem com que a sociedade tenda a validá-los, muitas vezes sem questionar seus objetivos.

Os aparatos midiáticos realizam, constantemente, o controle seletivo de

informações e opiniões a serem divulgadas[...] Procura-se reduzir ao mínimo o espaço de circulação de visões alternativas e contestadoras – mesmo que estas continuem se manifestando, se reelaborando e resistindo, notadamente no âmbito disperso e descentralizado da comunicação em rede. A meta é deter análises dos acontecimentos de dissenso, evitando atritos entre as interpretações dos acontecimentos e sua aceitação por parte de indivíduos, grupos e classes.” (MORAES, 2016, p. 113-114).

A hegemonia se dá, então, de modo que controle o que o grupo social ao qual está submetido a ela pense, haja e se comporte.

O conceito de *hegemonia* elaborado por Gramsci, possibilitando pensar o processo de dominação social já não como imposição a partir de um *exterior* e sem *sujeitos*, mas como um processo no qual uma classe hegemoniza, na medida em que representa interesses que também reconhecem de alguma maneira como seus as classes subalternas. E “na medida” significa aqui que não *há* hegemonia, mas sim que ela se faz e desfaz, se refaz permanentemente num “processo vivido”, feito não só de força mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade (MARTÍN-BARBERO, 1987, p.52).

O Brasil, por conta da concentração de mídia, tem poucos grupos controlando a mídia. “Dentre os grupos nacionais, destacam-se: Rede Globo, SBT, Bandeirantes, Record e Rede TV! [...] Os cinco maiores conglomerados nacionais brasileiros privados de radiodifusão estão em mais de 97% dos 5.570 municípios” (CABRAL, 2020, p.6).

O controle da mídia hegemônica é benéfico apenas para esses grupos. “Concentração pode ser boa para os grupos midiáticos, mas é ruim para a sociedade” (CABRAL, 2020, p.6), pois restringem que a sociedade civil tenha um acesso diverso de informação, o que poderia ampliar, neste caso, a forma com as mulheres seriam retratadas. As emissoras que detêm o maior espaço televisivo, sabendo que terão influência e impacto cultural e social direto sobre uma parcela grande da população deveriam ter cuidado para que a representação da mulher fosse realista e favorável, de modo que pudesse auxiliar a quebrar estereótipos, ao invés de perpetuá-los.

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 mais representados nas novelas não são um modelo do que de fato tem-se no país. São, em sua maioria, personagens brancas, jovens, heterossexuais e de classe média alta, o que em nenhum dos quesitos seria o que de fato são as mulheres brasileiras. “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. 4). 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 para este grupo, 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).

A questão da maternidade também é amplamente abordada nas telenovelas, porque é comum observar muitas personagens mulheres que 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).

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.

Considerações finais

A mídia, a televisão e a publicidade têm um papel enorme quando se pensa na influência do papel cultural que é atribuído para as mulheres na sociedade. A grande mídia hegemônica tem o poder de levar para os lares referências que são enraizadas de como as mulheres devem se portar, ou quais os limites que serão impostos para este grupo social, fazendo-as crer que não teriam a mesma liberdade que os homens para executar o que quer que seja. Desde a primeira infância estes padrões comportamentais lhes são instruídos e a carga que isso pode ter no futuro é muito grande, de modo que muitas mulheres adultas se vêem incapazes e não enxergam o potencial realizador que tem para desenvolver atividades que a sociedade patriarcal denomina como masculinas.

Se no passado, durante o período da guerra, as mulheres mostraram ao mundo que estavam tão aptas como qualquer homem para realizar qualquer função, o que incluía indústrias armamentistas e cargos de poder, após este período a televisão e a publicidade realizaram um desserviço para fazer com que elas voltassem para o lar e para o papel de submissão que lhes era atribuído anteriormente. Nos tempos atuais, em pleno século XXI é no mínimo estranho de se pensar que ainda há uma deturpação em como as mulheres são retratadas nas telenovelas, com personagens estereotipadas, que diminui o que de fato é ser uma mulher, e não representa a realidade.

Era de se imaginar que os veículos da grande mídia hegemônica, detentores de tanto poder midiático, colaborassem com a quebra destes estereótipos e paradigmas, auxiliando este grupo social a se desvencilhar desta imagem cultural que ainda prejudica diretamente o crescimento intelectual, profissional e pessoal das mulheres no âmbito social, todavia não é a realidade, o que é retratado é uma imagem irreal, padronizada e não representativa.

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.
- BATISTA, Cristina Peixoto. **Mulheres em tempos de guerra: análise do comportamento e da moda feminina nos anos 20 e 50**. Disponível em: <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auuspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A077.pdf>. Acesso em 14 de abril de 2020.
- 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. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- 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. **Complexo de Cinderela**. Melhoramento: 2002.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LICHTENSTEIN, DIANA. **Fadas no divã. Psicanálise nas histórias infantis**. Porto Alegre : Artmed, 2006.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- MENDONÇA, Maria Zilka Faria de. **O trabalho da mulher americana durante a segunda guerra mundial e sua contribuição para o feminismo**. Recife, 2015.
- MORAES, Dênis de. **Crítica da mídia & hegemonia cultural**. RJ: Mauad X, Faperj, 2016.
- MORATO, Luiza. **As novas filhas das lutas: uma análise dos ciberfeminismo nos movimentos #cehgedefiufiu, #primeiroassedio e #elenaio**. Rio de Janeiro, 2018.
- NUNES, Cristina Colombo. ARAÚJO, Sharlene Melanie Martins de. **O retorno ao lar: uma análise da representação feminina no material gráfico publicitário das marcas de eletrodomésticos nos anos 1950 e 1960**. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2016.
- RAMALHO, Christina. **Mulheres, princesas e fadas: a hora da desconstrução**. 1999.
- ROBLES, Martha. **Mulheres, mitos e deusas**. Rio de Janeiro: Goya, 2018.
- RODRIGUES, Pauline Bitzer. **“Rosie, the Riveter” volta ao lar o papel social da mulher estadunidense no pós-segunda mundial através da publicidades em revistas de grande circulação**. 2013.
- SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, Patriarcado e Violência**. 2011.
- SODRÉ, Muniz e outros. **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.

Análise do padrão de beleza de mulheres jornalistas em telejornais dos conglomerados midiáticos

Karen B. Santarem Rodrigues

A partir da pesquisa “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados” (2020), do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura da Fundação Casa de Rui Barbosa, sob a coordenação da Dra. Eula Dantas Taveira Cabral, busca-se entender o padrão de beleza das mulheres jornalistas presentes nos telejornais dos conglomerados de mídia do Brasil.

As jornalistas apresentam, através de suas imagens, um modelo de corpo, cabelo e posição que lhes são impostos como os ideais. Ao acompanhar diversos telejornais da televisão, aberta e paga por assinatura, verifica-se que a maioria delas são brancas, magras, cabelos com cortes tradicionais, tanto os longos quanto os curtos, e estão na faixa de idade dos 30-50 anos. Além do mais, quando elas estão na bancada dos programas, costumam estar acompanhadas de outro âncora, que tende a ser um homem, branco e na faixa etária dos 40-60 anos.

O livro “O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres”, de Naomi Wolf, retrata este cenário.

A situação das mulheres na televisão simboliza e ao mesmo tempo reforça a qualificação de beleza profissional no âmbito geral. A antiguidade não traz o prestígio mas a eliminação. Dos apresentadores de telejornais com mais de 40 anos, 97% são homens, segundo a afirmação da apresentadora Christine Craft, e “os 3% restantes são mulheres na casa dos quarenta que não aparentam a idade que têm”. (WOLF, 1991, p. 59).

Neste artigo é proposta uma análise que leva em consideração o padrão de beleza dessas mulheres e o cenário midiático brasileiro diante dos conglomerados de mídia, onde elas trabalham, abordando, também, a questão da legislação midiática e sua regulamentação. Além disso, a função do jornalismo na sociedade brasileira, a forte presença do agendamento, a noticiabilidade da legislação midiática e dos movimentos sociais, como o feminismo e o racismo, e a presença da cultura do espetáculo.

A partir de um panorama histórico da construção de um padrão de beleza feminino, da

ascensão do movimento feminista e como, até hoje, esta imagem ideal da mulher é uma das lutas do feminismo, são mostrados casos de jornalistas que foram julgadas por sua aparência e desmerecidas pela sua imagem. Como a Michelle Sampaio, ex-âncora do Jornal Vanguarda da Rede Vanguarda, afiliada da Rede Globo, que sofreu gordofobia, e a Maria Júlia Coutinho, âncora do Jornal Hoje da Rede Globo, vítima de racismo e machismo.

O cenário midiático atual brasileiro

No Brasil, segundo o Mídia Dados 2019, a televisão aberta chega a 96,8% das residências, sendo considerado um dos maiores meios de comunicação do país, como afirma a pesquisadora Eula Cabral (2019, p.65),

A televisão foi apontada como o meio de comunicação mais utilizado para as pessoas se informarem no Brasil. Na PBM 2016 verificou-se que nove de cada dez entrevistados mencionam a TV em primeiro ou segundo lugar como veículo preferido para obter informações.

O cenário midiático brasileiro é marcado por burlar a legislação, uma vez que é caracterizado pela concentração da mídia por cinco conglomerados: Rede Globo, SBT, Rede Record, Bandeirante e RedeTV!, afetando o direito à comunicação e, conseqüentemente, o direito à diversidade cultural e à democracia.

Os conglomerados midiáticos são caracterizados pelo controle de um único grupo empresarial sob jornais, revistas, rádios e de televisão em um mesmo mercado. Nas palavras de Dênis de Moraes (1997, p. 25), a oligopolização está enquadrada no “painel geral de forte concentração de comandos estratégicos de megamercados e de mundialização de conteúdos, bens e serviços”. Este cenário midiático foi determinado pela dependência financeira dos meios de comunicação para obter a infraestrutura necessária à sua expansão.

Além disso, as mídias nacionais e regionais estão concentradas nas mãos de políticos e empresários. Segundo o Sistema de Acompanhamento de Controle Societário – Siacco, da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), 32 deputados e oito senadores são proprietários, sócios ou associados de canais de rádio e TV (INTERVOZES, 2016). A posse de canais de rádio e TV por políticos fere a liberdade de expressão e o princípio de isonomia, segundo o qual os candidatos e partidos devem ter igualdade de chances na corrida eleitoral.

O fenômeno de políticos radiodifusores, intitula-se, segundo Suzy dos Santos, de “coronelismo eletrônico”. Desde o processo de redemocratização, os governos eleitos mostraram-se não apenas tolerantes, mas protagonistas da prática de distribuição de canais de rádio e TV entre aliados políticos.

De acordo com Venício Lima e Cristiano Lopes (2007), o coronelismo eletrônico é um fenômeno do Brasil urbano da segunda metade do século 20, que sofre uma inflexão importante com a Constituição de 1988, mas persiste e se reinventa depois dela. É também resultado da adoção do modelo

de curadoria (trusteeship model), isto é, da outorga pela União a empresas privadas da exploração dos serviços públicos de rádio e televisão e, sobretudo, das profundas alterações que ocorreram com a progressiva centralidade da mídia na política brasileira, a partir do regime militar (1964-1985). (FARIA, RODRIGUES, ORMAY, 2016).

Venício Lima define mais ainda este sistema de controle midiático.

O coronelismo eletrônico é uma prática antidemocrática com profundas raízes históricas na política brasileira que perpassa diferentes governos e partidos políticos. Através dela se reforçam os vínculos históricos que sempre existiram entre as emissoras de rádio e televisão e as oligarquias políticas locais e regionais, e aumentam as possibilidades de que um número cada vez maior de concessionários de radiodifusão e/ou seus representantes diretos se elejam para cargos políticos, especialmente como deputados e/ou senadores. (LIMA, 2008, p. 27).

No artigo “Mídia e Política no Brasil: Grande Imprensa X Coronelismo Eletrônico”, de Pâmela Pinto, explica-se que este “estreito vínculo entre a imprensa e a política é evidenciado desde a embrionária imprensa instalada com a chegada da Família Real no Brasil e a autorização portuguesa para impressão de textos gráficos na Colônia, a partir de 1808” (PINTO, 2009, p. 3-4)

Assim como o coronelismo eletrônico, a falta de diversidade e a pluralidade de conteúdo exibido no país são outras questões do cenário midiático brasileiro atual. As programações tendem a serem feitas nas capitais Rio de Janeiro e São Paulo e distribuídas aos outros estados, a partir da filiação das mídias nacionais às mídias regionais, não abarcando a heterogeneidade brasileira, sendo um direito estabelecido pela Constituição Federal Brasileira de 1988, vigente até hoje. De acordo com Eula Cabral (2020, p.10),

a Concentração da mídia nas mãos de poucos conglomerados no Brasil é considerada ilegal. É possibilitada por que não há cumprimento das normas legais, não se cumpre o período para a troca legal de proprietários e não existem restrições para a formação de redes nacionais e regionais. Esses descumprimentos podem ser constatados na legislação brasileira, principalmente no Capítulo V, Art. 220, da atual Constituição.

Diante deste cenário de posse da televisão por políticos, grupos de famílias e igrejas, e, assim, da falta da democratização da comunicação, é irrefutável a necessidade de regulamentar e regular a mídia brasileira. Como afirma Othon Jambeiro (2000, p. 23-24), “regulação é, pois, um assunto de economia e de política, mas também, no que se refere ao Setor de Informação e Comunicações, uma questão de cultura, de liberdade de expressão e de direito à informação”.

O ator principal da regulamentação midiática no país, como explica Venício Lima (2011), é o Estado, isto é, o Poder Executivo, sendo que a Constituição de 1988 estabelece

que a outorga e a renovação das emissoras deve ser compartilhada com o Poder Legislativo. Enquanto o segundo ator do processo é o grupo de conglomerados empresariais privados que são representados por entidades que agem como atores políticos, como por exemplo, a Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), controlada pela Rede Globo; Associação Brasileira de Radiodifusão (ABRA) liderada pela Rede Bandeirantes e que representa, também, a Rede TV!, e a Associação Brasileira de Radiodifusão, Tecnologia e Telecomunicações (Abratel) sob o comando da TV Record. Venício Lima (2011, p.33) destaca, ainda, a sociedade civil, que, segundo o autor, é um “não-ator” que trabalha suas posições, “mas não são capazes de exercer influência significativa”.

O Governo Federal precisa regulamentar e regular a mídia brasileira, para evitar a concentração e os oligopólios midiáticos. Conforme indica o Artigo 220, Capítulo V, da Constituição Federal de 1988:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

[...] § 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

Ao analisar o cenário da comunicação do país, os artigos do Capítulo V – da Comunicação Social - da Constituição Federal parecem até utópicos, já que é notório o não cumprimento deles, mas que deveriam ser levados em consideração, seguindo a legislação. Diante deste cenário midiático, o jornalismo e, principalmente, o telejornalismo se fazem presentes. Criados em um meio extremamente comercial e dependentes economicamente destes grupos empresariais, este setor comunicacional encontra-se preso aos oligopólios midiáticos, o que intervêm no modo de se fazer jornalismo.

O papel do jornalismo no cenário midiático brasileiro

Fazer jornalismo no Brasil, atualmente, tem sido um desafio diante do cenário político, econômico e midiático em que o país se encontra. O jornalismo tornou-se uma área da comunicação essencial para o desenvolvimento de uma sociedade, principalmente a brasileira. De acordo com Angélica Peixoto e Marcela D’Alessandro (2017), “jornalismo é ferramenta fundamental para garantir o direito humano de acesso à informação”, direito este garantido na Constituição Federal, Art. 220, caput e § 1º. e, citando Franklin Martins, “tem como missão primordial ‘informar a sociedade para que ela, bem informada, possa tomar suas próprias decisões da melhor maneira possível’ (MARTINS, 2005, p. 34)”. (PEIXOTO; D’ALESSANDRO, 2017, p. 217).

Dentro do jornalismo, há diversos setores que fazem notícias, como jornal impresso, reportagem, documentarismo, jornalismo digital, e, principalmente, o telejornalismo, que é a área com maior influência dos oligopólios midiáticos. Segundo Rafael Henriques e Juliana

Leite (2018, p. 153), o telejornalismo “trata-se, como o próprio nome já diz, da confluência entre a televisão, com seu amplo poder de difusão, e o jornalismo, com sua tarefa de informar sobre os acontecimentos da atualidade.”

Conforme afirma Itânia Gomes (2012, p. 54), o telejornal “adota um leque de estratégias comunicativas que se movem em maior ou menor grau ao longo do tempo, acompanhando e também determinando o fluxo de mudanças no contexto onde está inserido”. Com isso, toda a categoria jornalística, destacando-se os telejornais, baseia-se na teoria do *agenda-setting*. Segundo Maxwell McCombs e Donald Shaw, pesquisadores pioneiros na apresentação da hipótese do agendamento, a mídia pode influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública, estabelecendo um pseudo-ambiente fabricado e montado pelos meios de comunicação.

Em um estudo realizado em 1979, Shaw relata que a hipótese do agenda setting, em consequência da ação dos meios de informação, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, E. apud WOLF, 2001, p. 144 apud BRUM, 2003).

Como expresso na citação anterior, a mídia realça ou negligencia certos conteúdos. Sendo assim, verifica-se que o jornalismo, especificamente, os telejornais, devido às questões políticas e econômicas relacionadas aos oligopólios midiáticos, não tem interesse em reportar sobre as mudanças na legislação midiática e comunicacional brasileira, o que não garante a diversidade e a pluralidade de informações na comunicação brasileira. Este tipo de conteúdo caracteriza-se como uma informação pública de interesse público e não deve deixar de ser apresentado.

O acesso a informações públicas de interesse público em qualquer órgão público no Brasil é respaldado pela Lei nº 12.527/11, a Lei de Acesso à Informação (LAI). Ela reforça a cultura da transparência ativa e exige que dados públicos sejam divulgados independentemente de requerimentos. (PEIXOTO; D’ALESSANDRO, 2017, p. 218)

Outra questão, não negligenciada, porém pouco abordada, pelo telejornalismo são os movimentos sociais. Maria da Glória Gohn (2012a, p. 14) sintetiza que:

Um movimento social é sempre expressão de uma ação coletiva e decorre de uma luta sociopolítica, econômica ou cultural. Usualmente ele tem os seguintes elementos constituintes: demandas que configuram sua identidade; adversários e aliados; bases, lideranças e assessorias — que se organizam em articuladores e articulações e formam redes de mobilizações —; práticas comunicativas diversas que vão da oralidade direta aos modernos

recursos tecnológicos; projetos ou visões de mundo que dão suporte a suas demandas; e culturas próprias nas formas como sustentam e encaminham suas reivindicações.

As lutas sociais são de interesse público, pois permeiam o cotidiano de uma sociedade, principalmente, no Brasil, em que o machismo, racismo e homofobia são estruturais, e suas desconstruções são necessárias para que seja plena a democracia e a igualdade de direitos. No entanto, isso só será realizado a partir de uma iniciativa individual para mudar o coletivo e, para isso, é irrefutável a necessidade do telejornalismo, um dos principais veículos de notícias do país, reportar as ações e questões dos movimentos sociais, como o feminismo, o antirracismo e os LGBTQ+.

O chamado “ativismo de mídia” (media activism) implica a própria redefinição da ideia de democracia, para além de um entendimento restrito à realização de eleições e garantia de liberdades individuais, mas como um conceito que inclui participação popular, igualdade social e novos direitos, como o de comunicar (HACKETT; CARROLL, 2006 apud STEVANIM, 2017, p. 90)

Com a alta destes movimentos nas redes sociais, a mídia televisiva encontrou um modo de inseri-los no meio e ainda conquistar o público. Os movimentos sociais estão sendo mais representados no entretenimento, do que suas realidades apresentadas nos telejornais. “O entretenimento é o principal produto oferecido pela cultura da mídia, que espetaculariza o cotidiano de modo a seduzir suas audiências e levá-las a identificar-se com as representações sociais e ideológicas nela presentes” (ROCHA; CASTRO, 2009, p. 50).

O escritor francês Guy Debord debate a “sociedade do espetáculo”. De acordo com os estudos de Rocha e Castro (2009, p.50) sobre a teoria de Debord,

a crítica situacionista dirigia-se tanto ao chamado “capitalismo avançado” – gerador do “espetáculo difuso” da sociedade de consumo — quanto ao bolchevismo, denominado “capitalismo de Estado” e que daria origem ao “espetáculo concentrado” da burocracia centralizada. Em ambos os casos, a noção de espetáculo aparece como uma forma alienante de manipulação ideológica e econômica que nutre uma cultura de lazer e entretenimento fácil, visando à docilização das audiências. Nesse contexto, o espetáculo funcionaria como um duplo do mundo, operando com regras próprias e inexoráveis em prol da despolitização e pacificação do público.

Dessa forma, como se verifica nas pesquisas de Debord acerca da sociedade moderna, verifica-se que os movimentos sociais foram inseridos no entretenimento com o intuito de pacificar o público, tanto os ativistas, que se vêem representados na televisão, quanto a audiência mais passiva, que não possui conhecimento dessas causas. Contudo, não há grande comoção para noticiar a luta diária desses movimentos sociais nos telejornais, pois, por serem parte de conglomerados midiáticos, não interessa para

os donos de grandes canais televisivos politizar a sua audiência e tornar a mídia mais democrática e com pluralidade de conteúdo.

Análise do padrão de imagem de jornalistas em telejornais

A cultura do espetáculo na televisão brasileira vai muito além do entretenimento, ela abrange também os telejornais. Isto se dá por certas notícias com teor sensacionalista e pelos âncoras e repórteres que apresentam os programas jornalísticos. Quem está nas bancadas dos telejornais ou fazendo matérias de rua, precisa se encaixar em diversos aspectos definidos pela sociedade moderna e, principalmente, pela cultura do espetáculo que é a televisão, como os padrões estéticos. Mais precisamente, as mulheres se encaixam e devem se encaixar nos padrões de beleza feminino quando estão em frente às câmeras televisivas. No entanto, quando não se enquadram nesse papel de mulher magra, branca, jovem, cisgênero, hétero, cabelo liso com corte padrão, sofrem preconceitos e consequências em suas vidas pessoais e profissionais.

Como citado anteriormente, Naomi Wolf traz uma reflexão acerca da imagem que jornalista homem e a jornalista mulher têm na televisão.

A função política do mito da beleza fica evidente no ritmo de formação da jurisprudência. Foi somente depois que as mulheres invadiram o terreno público que proliferaram leis acerca da aparência no local de trabalho. Que aparência deve ter essa criatura, a mulher profissional séria? O telejornalismo propôs uma resposta vigorosa. Ao paternal apresentador reuniu-se uma locutora muito mais jovem com um nível de beleza profissional (WOLF, 1991, p. 58).

Assim são constituídos a maioria dos telejornais brasileiros. Um âncora mais velho, na faixa de 40 a 50 anos, branco, hétero, cisgênero, acompanhado de uma âncora mais jovem, entre 30 a 40 anos, ou até na mesma idade porém aparentando ser mais nova, branca, magra, com um corte e cor de cabelo padronizado. “Essa imagem dupla - a do homem mais velho, distinto e com rugas, sentado ao lado de uma companheira jovem e muito maquiada - veio a se tornar o paradigma para o relacionamento entre homens e mulheres no local de trabalho” (WOLF, 1991, p. 58).

Este cenário da mulher na televisão simboliza e representa a qualificação de beleza profissional na sociedade atual. Um exemplo visual disto é apresentado no filme “O Escândalo” (2019), sobre as funcionárias e jornalistas que fizeram denúncias de assédio sexual e de masculinidade tóxica no canal americano Fox News. Na obra, há uma cena em que o ex-presidente e ex-chefe da emissora Roger Ailes, analisa o corpo e a beleza das jornalistas que se candidatam ao cargo de âncoras dos telejornais. Além de ser um cenário de assédio, também representa o machismo instaurado no universo televisivo, uma vez que os homens não passam por este tipo de “inspeção corporal” para conferir se estão dentro dos padrões.

O machismo presente nas redações de telejornais são reflexo de uma sociedade machista e sexista, que tem a televisão como um reforço deste pensamento. Os homens que estão no poder dos oligopólios midiáticos, perpetuam esse poder masculino para os executivos, diretores de redação, chefe de edição e até redatores.

O poder corresponde a habilidade humana não apenas para agir, mas para agir em conjunto. O poder nunca é propriedade de um indivíduo; pertence a um grupo e permanece em existência apenas na medida em que o grupo conserva-se unido. Quando dizemos que está “no poder”, na realidade nos referimos ao fato de que ele foi empossado por um certo número de pessoas para agir em seu nome (BERTH, 2018, p. 12).

Assim, a presença das mulheres, que não se encaixam no padrão de beleza, na televisão, desde a âncora até a técnica de filmagem, é necessária para que haja maior representatividade feminina no meio e seja feito o processo de empoderamento, tanto das jornalistas, quanto as telespectadoras que as assistem. “O empoderamento refere-se a princípios, como a capacidade de indivíduos e grupos agirem para garantir seu próprio bem-estar ou seu direito de participar da tomada de decisões que lhes diz respeito” (BERTH, 2018, p. 25). Como explica Joice Berth (2018), este processo transformará a natureza e a direção de forças sistêmicas que marginalizam setores excluídos em diferentes contextos, neste caso, as mulheres.

O feminismo busca repensar e recriar a identidade de sexo sob uma ótica em que o indivíduo, seja ele homem ou mulher, não tenha que adaptar-se a modelos hierarquizados, e onde as qualidades “femininas” ou “masculinas” sejam atributos do ser humano em sua globalidade. [...] Que as diferenças entre os sexos não se traduzam em relações de poder que permeiam a vida de homens e mulheres em todas as suas dimensões: no trabalho, na participação política, na esfera familiar, etc. (ALVES; PITANGUY, 1991, p. 9-10).

O empoderamento feminino é uma das lutas do feminismo, assim como a desconstrução desse padrão de imagem da mulher. Esse ideal construído em torno da beleza da mulher é uma solução política. Wolf (1991) explica que a compulsão de imitar e querer ser uma mulher magra é algo sério que é imposto ao gênero feminino a fim de salvaguardar o poder político. “A ideologia de inanição acaba com o feminismo. O que acontece com nosso corpo afeta nossa mente” (WOLF, 1991, p. 286).

Por isso, que há um padrão de corpo das âncoras e mulheres repórteres na televisão. Elas representam uma mensagem de como as telespectadoras devem ser, isto é, um ato político do machismo. Estas jornalistas tornam-se tão vítimas do sexismo estrutural, quanto as mulheres que as assistem, uma vez que só estão em frente às câmeras exercendo a profissão delas, mas, inevitavelmente, acabam representando um modelo ideal de mulher instaurado pelos homens no poder e na sociedade atual.

O caso da jornalista e apresentadora Michelle Sampaio simboliza muito bem essa imposição do corpo magro na televisão. Michelle foi demitida da afiliada da Rede Globo no Vale do Paraíba, Rede Vanguarda, em 2019, por estar acima do peso. A jornalista publicou em seu perfil do Instagram o motivo pelo qual teria sido desligada da emissora.

Como muitos sabem e me acompanham, há 2 anos entrei numa briga com a balança depois de ter engordado muito na gravidez. Foram 14 anos priorizando o trabalho, mas desde a chegada da minha filhinha, ela virou minha prioridade número um de vida, de tempo e de dedicação. Nesses últimos dois anos, por estar acima do peso, fiquei um bom tempo trabalhando nos bastidores. Cheguei a emagrecer um pouco, voltar para a reportagem e apresentação do jornal, mas saí do ‘vídeo’ novamente porque nunca de fato voltei ao peso antes da gravidez, que foi o pedido da emissora”\ (SCARDOELI, 2019).

A mulher, além de sofrer com a pressão social de ser mãe e ser imposta a querer ter filhos no período reprodutivo ideal, exigem que ela ainda emagreça logo após gerar uma criança por 9 meses, não permitindo nem que o corpo dela, que tem seu próprio tempo, possa se recuperar adequadamente.

Após o relato, a Rede Vanguarda recebeu diversas críticas por ser gordofóbica e até outras funcionárias relataram sofrer com a ditadura da magreza na empresa. Segundo relatos de funcionários, Michelle não foi a única a sofrer tal preconceito, até um repórter homem precisou fazer uma cirurgia bariátrica para não perder o emprego no canal.

Outro caso infeliz de preconceito é o racismo sofrido pela jornalista e também apresentadora do Jornal Hoje, da Rede Globo, Maju Coutinho. Não há nenhum relato concreto de dentro da emissora de episódios racistas contra ela, apenas alguns boatos de outros funcionários que estariam incomodados com a ascensão dela no telejornal e estariam alegando incompetência, mas os casos de injúrias raciais são dos telespectadores, que não aceitam ver uma mulher negra em frente às câmeras representando milhares de outras mulheres negras.

A jornalista foi alvo de comentários racistas na página do Facebook do Jornal Nacional, em 2015. Os âncoras principais do telejornal, William Bonner e Renata Vasconcellos, gravaram um vídeo com a equipe JN e iniciaram a campanha #SomosTodosMaju, em apoio à apresentadora.

Já em 2020, Maju Coutinho foi vítima de racismo explícito pelo ex-diretor da Band, Rodrigo Branco. Em uma *live* no Instagram, o empresário falou que a jornalista é péssima e horrível. Ele declarou na rede social: “Eu assisti hoje e ela fala tudo errado. Ela só está lá por causa da cor. Ela não tem uma carreira, ela nunca foi repórter de campo, ela fala tudo errado e eu como diretor de TV, vou te falar, ela lê o TP errado.”

Desde que Maju começou a apresentar a previsão do tempo no Jornal Nacional, foi uma revolução ver uma mulher negra naquela posição, no principal telejornal do país e

com maior audiência em todo território nacional. Apenas a presença da jornalista indica uma vitória da luta feminista e, principalmente, da antiracista.

Estes casos simbolizam mais uma vez o quão preconceituosa, racista e machista é a indústria midiática, além de homofóbica, mas isto não entra em questão aqui. Assim como na afiliada da Rede Globo, a Rede Vanguarda, na Rede Bandeirantes, a emissora com, 64,1%, o quarto maior alcance nos domicílios brasileiros (CABRAL, 2019), também há este padrão estético imposto à mulher e que ainda duvida da sua competência a partir da sua imagem.

Considerações finais

Ao analisar o cenário midiático brasileiro atual e os principais telejornais do país, verifica-se que há um padrão de beleza de mulheres jornalistas que estão em frente às câmeras, sejam como âncoras ou como repórteres. Este padrão revela o machismo na sociedade brasileira, que se faz presente e é refletido na televisão, principalmente nos telejornais, que tem como função noticiar acontecimentos e ser um reflexo da realidade.

As emissoras de televisão brasileiras não promovem a diversidade cultural nem o pluralismo de conteúdo. Assim, é irrefutável a necessidade de garantir a diversidade e a pluralidade de informações na comunicação brasileira. No entanto, para isso, o governo federal precisa regulamentar, fiscalizar e regular a área e evitar a concentração dos conglomerados midiáticos. A sociedade civil também é uma peça fundamental para a regulamentação da mídia, ela deve pressionar o governo para que este dê um fim aos oligopólios no cenário midiático nacional, a fim de que a mídia brasileira seja democrática e em benefício da sociedade.

Nota-se que nestes oligopólios midiáticos há a presença do machismo, racismo, gordofobia e homofobia, devido à seleção minuciosa de seus funcionários, principalmente dos jornalistas. Estes preconceitos são tanto reflexo da sociedade atual quanto um reforço desse tipo de pensamento conservador para seus telespectadores, cidadãos estes que formam a sociedade. Então, é necessário que, com a regulamentação destes conglomerados, haja uma transformação de quem está em altos cargos e dos ideais deles.

Por serem preconceitos já enraizados na sociedade, há certa dificuldade de que a iniciativa seja livre e espontânea do indivíduo, porém, a mudança comportamental pode ser incentivada dentro das emissoras através de palestras e exposição das lutas dos movimentos sociais para serem melhor inseridos socialmente, além de introduzi-las nas pautas dos telejornais para que os cidadãos tenham acesso à informação das ações sociais destes grupos.

Analisando o padrão de beleza das jornalistas, deve-se ter em mente que este ideal de imagem perfeita da mulher precisa ser desconstruído, primeiramente, pelas próprias mulheres. Ao se depararem com uma situação em que se tornam símbolo deste ideal machista, muitas vezes, as próprias jornalistas não conseguem sair da posição passiva, por serem impostas desde crianças sobre a questão da feminilidade e a busca pelo “corpo perfeito”, além da

insegurança de perder o emprego, caso questionem esse comportamento.

Antes de serem jornalistas, âncoras ou repórteres, elas são mulheres e devem tentar ao máximo buscar ter consciência do que a imagem delas representa para a sociedade e, assim como Michelle Sampaio e Maju Coutinho, que expuseram os preconceitos sofridos, devem se manifestar contra qualquer ato que duvide de sua competência profissional só por não estarem dentro dos padrões estéticos ideais.

Referências bibliográficas

- ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jaqueline. **O que é feminismo?** São Paulo: Brasiliense, 1991.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Centro Gráfico, 1988
- BERTH, Joice. **O que é empoderamento?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.
- BRUM, Juliana de. A Hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas. **Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos**, nº 35. Rio Grande do Sul, 2003.
- CABRAL, Eula D.T. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- _____. Desafios para a democratização da mídia em tempos conturbados. In: GERALDES, Elen, RAMOS, Tânia R.O., SILVA, Juliano D. da Silva, OLIVEIRA, Gisele. **Resistências e Inovações: Políticas de Comunicação em tempos de crise**. Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. Brasília: UNB/FAC Livros, 2019. p. 62-84.
- GOHN, M. da G. **Novas teorias dos movimentos sociais**. São Paulo: Edições Loyola, 2012.
- GOMES, Itânia Maria Mota. Estabilidade em fluxo: uma análise cultural do Jornal Nacional, da Rede Globo. In: _____. (org.). **Análise de telejornalismo: desafios teórico-metodológicos**. Salvador: EDUFBA, 2012, p.39-58.
- HENRIQUES, Rafael Paes; LEITE, Juliana Benichio. Gêneros televisivos, referência e atualização: o Jornal Nacional e o Balanço Geral ES. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 17, n. 33, p. 152-172, 2018.
- JAMBEIRO, OTHON. **Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul**. Salvador: Edufba, 2000.
- LIMA, V. A. de. As concessões de radiodifusão como moeda de barganha política. **Revista Adusp**, 2008. Disponível em <<https://www.adusp.org.br/files/revistas/42/r42a02.pdf>>. Acesso em 8 mai.2020.
- _____. **Mídia: regulação das comunicações, história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.
- MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. São Paulo: Contexto, 2005.
- MORAES, Dênis. A dialética das mídias globais. In: _____. **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.
- McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media. In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.
- MÍDIA DADOS BRASIL 2019. Disponível em: <<http://159.89.80.182/midia-dados-sp/public/Midia%20Dados%202019.pdf>>. Acesso em: 03 de junho de 2019.
- PEIXOTO, Angélica; D’ALESSANDRO, Marcela. Jornalismo e Direitos Humanos: o papel do jornalista na concretização do acesso à informação. In: SOUSA JUNIOR, José Geraldo de; *et al.* **O Direito Achado na Rua, v. 8 – Introdução Crítica ao Direito à Comunicação e à Informação**. Brasília: UNB/FAC Livros, 2017.
- PINTO, Pâmela. **Mídia e Política no Brasil: Grande Imprensa x Coronelismo Eletrônico**. Intercom. 2009.
- REDAÇÃO. Após ser alvo de racismo, Maju Coutinho pensa em processar ex-diretor da Band. **IstoÉ**. 2020. Disponível em: <<https://istoe.com.br/apos-sofrer-caso-de-racismo-maju-coutinho-pensa-em-processar-ex-diretor-da-band/>> Acesso em 22 set. de 2020.
- ROCHA, Rose; CASTRO, Gisela. Cultura da mídia, cultura do consumo: imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. Logos: **Comunicação e Universidade**, v. 16, n.1, p. 48-59, jan./jun. 2009.

SCARDOELI, Anderson. Demissão por causa do peso? Público se revolta contra afiliada da Globo. **Portal Comunique-se**. 2019. Disponível em: <<https://portal.comunique-se.com.br/demissao-por-causa-do-peso-publico-se-revolta-contr-a-afiliada-da-globo/>> . Acesso em: 22 de setembro de 2020.

STEVANIM, Luiz Felipe Ferreira. Democratização da comunicação e sistema público de mídia: um olhar a partir dos movimentos sociais. **Eptic**, v. 19, n°3, p. 85-101, 2017.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. 9ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.

Cultura digital e mulher: o antifeminismo nas redes

Danielle Fernandes Rodrigues Furlani

Movimentos políticos que ganham força costumam gerar seus próprios antagonistas, movimentos contrários e *backlashes*. O mesmo pode ser dito sobre o feminismo, que encontrou oposição mesmo dentro das alas progressistas e dos partidos políticos de esquerda em diversos períodos históricos.

Após décadas de relativa invisibilidade no debate público, em anos recentes o feminismo passou a ocupar um lugar de destaque na cultura ocidental, sendo abordado em filmes, novelas e programas de TV, discutido em conversas informais “de bar” e em horário nobre da televisão, se fazendo presente em grupos e páginas de redes sociais e em redes de apoio à mulheres.

Junto com essa ascensão do feminismo, cresceram também os discursos que lhe fazem oposição, que se proliferaram também em novos espaços, com os grupos e páginas em redes sociais digitais, como o “Mulheres contra o feminismo”.

Em um texto recente, Eliane Gonçalves (2016, p.342) resume a tendência de um movimento gerar o seu próprio antagonismo:

Começo este artigo com uma constatação: o feminismo está na moda. No mercado editorial brasileiro as publicações na temática se avolumam e na blogosfera é impossível contabilizar suas expressões. Podemos “vê-lo” em diversas modalidades e ocasiões – nas ruas, nas redes sociais virtuais, nas universidades, nos discursos políticos, nas publicações, nas artes, o que inclui até mesmo manifestações de artistas famosas contra o sexismo da indústria cinematográfica, a “cultura do machismo” e assim por diante. O que para algumas de nós é sua aparente vitalidade e logenvidade, para outras pode ser apenas mais uma novidade ou uma moda. E, claro, a moda também contempla aqueles discursos que lhe são hostis.

A título preliminar, é interessante indagar se o momento atual apresenta peculiaridades com relação ao passado: se até recentemente os maiores protagonistas do antifeminismo pareciam ser majoritariamente do gênero masculino, hoje parece que o antifeminismo é protagonizado sobretudo por mulheres. Talvez isso se explique pelo fato de, nos anos 1960 a 1980, terem sido sobretudo homens aqueles que possuíam mais voz no debate público.

Hoje, o fato de serem mulheres as antifeministas mais vocais no Brasil parece mostrar

– paradoxalmente – o quanto as mulheres progrediram no seu acesso ao espaço público. Simultaneamente, mulheres feministas contra-atacam, associando as mulheres opositoras ao feminismo à “ignorância” e “mediocridade”, como pode ser observado em uma coluna de março de 2019, da escritora e atriz Suzana Pires, para a Revista Marie Claire intitulada “Por que uma mulher decide ser antifeminista?”. Em sua reflexão, Pires enuncia: “elas parecem só querer a violência das palavras, agressões e ser do contra”.

A partir da pesquisa “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados”¹, que vêm sendo desenvolvida no grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da Fundação Casa de Rui Barbosa, buscou-se analisar e expor como o antifeminismo vem sendo construído na atualidade em um novo espaço, o das redes sociais digitais.

Partindo dessa perspectiva, a investigação desse artigo se concentra nas seguintes indagações: de que forma o antifeminismo tem se manifestado em redes sociais na internet? Existem possíveis implicações para além destes espaços? Para isso, o artigo fará um panorama que vai desde a criação de páginas de Facebook sobre antifeminismo até as figuras ativas no debate público – e que “influenciam” digitalmente por meio de suas redes sociais e canais do YouTube – que se autodenominam antifeministas.

O cenário midiático brasileiro

O Brasil, um país de proporções continentais e de grande penetração dos meios de comunicação, possui um cenário midiático marcado pela concentração dos meios de comunicação, pela ausência de democratização da comunicação, e pela falta de diversidade cultural. A concentração midiática, fenômeno em que as indústrias de comunicação são controladas por poucas corporações tanto no nível regional quanto no mundial, interfere no pluralismo e na diversidade de conteúdo (CABRAL, 2020). Na radiodifusão (rádio e televisão), há cinco grupos nacionais privados que dominam o mercado, atingindo grande parte do território nacional, sendo eles: Rede Globo, SBT, Record, Bandeirantes e Rede TV! Na área de Telecomunicações, de acordo com os estudos de Eula Cabral (2020),

Além da Concentração na área de Radiodifusão e feita por proprietários brasileiros, na de Telecomunicações o agravante é que todos os proprietários são estrangeiros e atingem quase 100% do território nacional. São eles: Vivo; Oi; Claro; Tim, Nextel e SKY. Atuam na área de telefonia fixa e celular, banda larga e TV por assinatura. (CABRAL, 2020, p. 6).

Segundo o Mídia Dados (2019), é consumido pela população brasileira o percentual de 88% em TV aberta, 87% em mídia *out-of-home*, 83% em mídia digital, 65% em rádio AM e FM, 41% em TV por assinatura, 31% em jornal impresso e digital, 21% em revista impressa e digital, e 16% em cinema. O país é o quarto no *ranking* de maiores usuários de

¹ Ver site EPCC: <https://pesquisaicferb.wixsite.com/epcc>.

internet no mundo, com participação de 3,6%. Dentre as atividades realizadas na internet, em terceira posição fica checar as redes sociais. Sobre o uso da internet, 76,1% a considera como primeiro lugar para obter informações. Quanto ao consumo de sites, a rede social *Facebook* fica em terceira posição no *ranking* geral nacional, e em primeiro lugar na categoria redes sociais com alcance de 55,7%.

A internet e os sites de redes sociais

Curtir um post no *Facebook*, postar uma foto no *Instagram*, seguir canais no *YouTube*, “tuitar” sobre algo no *Twitter* são ações que, cada vez mais, ocupam uma centralidade no cotidiano e que constituem a forma como a internet é apropriada. As novas gerações já iniciam vivenciando um mundo rápido e instantâneo, pautado em uma grande densidade de informações. Castells (2003, p.8) sintetiza a proporção que a internet ganha nas sociedades contemporâneas como “o tecido de nossas vidas”, sendo a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação:

No final do século XX, três processos independentes se uniram, inaugurando uma nova estrutura social predominantemente baseada em redes: as exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio; as demandas da sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e os avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações, possibilitados pela revolução microeletrônica. Sob essas condições, a Internet, uma tecnologia obscura sem muita aplicação além dos mundos isolados dos cientistas computacionais, dos hackers e das comunidades contraculturais, tornou-se a alavanca na transição para uma nova forma de sociedade – a sociedade de rede -, e com ela para uma nova economia.

Marcos Urupá (2018) vê essa nova era como a de uma “Cultura de Convergência”, na qual o *online* passa a ser cada vez mais presente, mesclando-se com o mundo *offline*. A convergência ocorre por meio de dois processos: o das múltiplas plataformas, composta em sua maioria pelas redes sociais, onde se integram de alguma forma; e de equipamento, pois a partir de um único aparelho, como o *smartphone*, pode-se simultaneamente telefonar, acessar as redes sociais, visualizar filmes e produzir conteúdo. É nesse contexto que surge indivíduos extremamente “populares” no mundo *online* e pouco conhecidos no mundo *offline*.

Para além das curtidas e dos números de seguidores, as atividades econômicas, sociais, políticas, e culturais essenciais mundialmente estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela. A Internet como “um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global” (CASTELLS, 2003, p. 8), nasce no final dos anos 1960, durante a Guerra Fria, como uma iniciativa do Departamento de Defesa norte-americano que tinha por objetivo dispor de uma rede de comunicação que fosse capaz de resistir a uma destruição parcial, como por

exemplo, provocada por um ataque nuclear. Nas décadas posteriores, para além do uso militar, a Internet passa a ser utilizada no meio académico. Foi a partir dos anos 1990 que esse meio de comunicação começa a alcançar a população em geral, expandindo-se.

Segundo dados da Statista (2020), atualmente os números de usuários da Internet sugerem que há mais de 2,5 bilhões de usuários em todo o mundo, com uma taxa de penetração global de 35%, com a América do Norte sendo responsável por 14% dos usuários globais da Internet. Desde o final da década de 1990, a Internet não forneceu apenas aos usuários recursos como email, pesquisa online e navegação geral, mas também permitiu a interação humana e remodelou os meios de comunicação tradicionais. Começa a ganhar força outro tipo de serviço de comunicação e entretenimento: as redes sociais. Esse novo meio de comunicação alavanca uma imensa massa de usuários e surge uma infinidade de serviços, como: Fotolog, LinkedIn, MySpace, Orkut, etc. E mais tarde, os que estão consagrados nos dias atuais: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Whatsapp, etc.

A disseminação de recursos da Internet fez com que o consumo de mídia tradicional sofresse mudanças significativas. O surgimento de novas tecnologias digitais e sites acelerou e modificou as formas de interação humana por meio de fóruns online, mensagens instantâneas e redes sociais. Também, segundo pesquisa realizada pela Statista (2020), o líder de mercado Facebook, tem mais de 1,2 bilhão de usuários ativos por mês, apresentando um alcance global de quase 50% dos usuários da Internet em todo o mundo. O YouTube, serviço criado em fevereiro de 2005, possui 2 bilhões de usuários. Já o Instagram, lançado em 6 de outubro de 2010, possui 1.082 bilhões de usuários. E ainda, o WhatsApp, aplicativo de mensagens instantâneas, soma 2 bilhões de usuários.

O antifeminismo na história

O antifeminismo é amplamente definido como a oposição a algumas ou todas as formas de feminismo. Esta oposição tomou várias formas através dos tempos e das culturas, como, por exemplo, a reação a luta pelo voto feminino no final dos anos 1800 e início dos anos 1900. Um dos momentos mais conhecidos e estudados em que boa parte da opinião pública se voltou contra o feminismo foram os anos 1980 nos Estados Unidos.

Em “Backlash – O contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres”, a jornalista Susan Faludi (1991, p.10) mostra como após a efervescência dos anos 1960 e 1970 se seguiu um período de virada cultural antifeminista:

Na última década, publicações, do New York Times a Vanity Fair e Nation, fizeram recorrentes acusações contra o movimento feminista. Para elas a campanha pela igualdade da mulher é responsável por quase todas as tristezas que nos afligem, desde depressão até insatisfatórias contas bancárias, desde suicídios de adolescentes até má alimentação e má aparência. Para o programa “Today” o movimento feminista deve ser considerado responsável pelo crescente número de velhinhas carregando sacos ou empurrando

carrinhos de supermercado à cata de quinquilharias que ainda possam ter alguma utilidade. Um colaborador do Baltimore Sun chega a sugerir que as feministas provocaram o aumento de filmes de violência explícita. Ao tornarem a “violência” do aborto mais aceitável, ele raciocina, as ativistas dos direitos da mulher tornaram possível a explosão dos homicídios nas telas.

Faludi exemplifica como os governos e as mais diversas instituições podem também adotar uma retórica antifeminista. Durante o governo de Ronald Reagan nos Estados Unidos, o único discurso oficial sobre a condição da mulher norte-americana definiu o feminismo como uma “camisa-de-força” para as mulheres. Da mesma maneira, Faludi registrou como juízes, procuradores e oficiais de justiça patologizaram a independência feminina, conectando-a à contravenção e ao crime praticado por mulheres ou ainda sugerindo que o seu sucesso profissional era causa do aumento dos índices estupro.

Entre o final dos anos 1960 e os anos 1980, o feminismo não tinha a mesma visibilidade no Brasil e Estados Unidos. Ainda assim, há registros de reações ao movimento até mesmo no interior das fileiras progressistas e de esquerda. 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. Como sintetiza Raquel Soihet, os articulistas do Pasquim “voltavam igualmente suas baterias para mulheres que se decidiram pela luta a fim de atingirem direitos e/ou que no seu cotidiano assumiam atitudes consideradas como inadequadas à feminilidade e às relações estabelecidas entre os gêneros” (SOIHET, 2008, p. 192).

O antifeminismo nas redes

Em 2012 foi lançada a campanha de fotos de mídia social Who needs feminism? (Quem precisa do feminismo?) por alunos da Duke University. A campanha tentou lançar luz sobre conceitos errôneos sobre o feminismo e explorar a contínua necessidade e relevância do feminismo na sociedade de hoje, tendo maior sucesso de alcance no Tumblr, e recebendo, também, atenção no Facebook e no Twitter. Da mesma forma, surgiu a campanha Women Against Feminism (Mulheres contra o feminismo), que gerou uma *hashtag* do Twitter, um blog do Tumblr e uma campanha de mídia social no Facebook, YouTube e outras mídias de internet. A campanha consistia em mulheres postarem fotos de si mesmas, algumas em estilo “selfie”, levantando cartazes artesanais indicando os motivos por que elas desaprovavam o feminismo.

No Brasil, em 2015, um coletivo feminista iniciou na rede social Twitter a campanha #meuamigosecreto, com o propósito de utilizar o ambiente virtual como meio de divulgação de práticas machistas. No ano de 2018, as redes sociais tornaram-se campo de conflito ao irromper duas manifestações a respeito do tema: a #meubolsominionsecreto e

#minhafeministasecreta². Assim como, também ganharam destaque, páginas antifeministas no Facebook, tais como: “Mulheres contra o Feminismo”, “Moça, eu não sou obrigada a ser feminista”, “Hipocrisia Feminista” e “Não ao Feminismo”.

A página de Facebook “Mulheres contra o Feminismo”, uma das mais expressivas, foi criada em 30/05/2012, possui 48.500 seguidores e 48.576 curtidas. Como imagem de capa, traz uma montagem fotográfica de diversas mulheres antifeministas famosas, tais como Suzanne Venker e Michelle Elliot. Dentre as publicações, estão recomendações de cursos e grupos de estudos sobre antifeminismo, *memes* usando símbolos e/ou discursos feministas e textos apontando possíveis contradições no discurso de mulheres feministas. Além da página, também foi criado um blog.

Outro marco importante e inédito de uma articulação antifeminista para além das redes sociais, foi a realização do 1º Congresso Antifeminista do Brasil, em agosto de 2018. Realizado no auditório da Igreja de Sant’Ana, no Centro do Rio de Janeiro. Segundo descrição do evento no Facebook, o encontro teve por objetivo reunir especialistas brasileiros na temática, com intuito de “fomentar o debate sobre os prejuízos causados pelo movimento feminista ao progresso de uma sociedade livre e segura para mulheres”.

O congresso tinha por foco o combate à ADPF 442^o, proposta pelo PSOL, que visa a descriminalização da interrupção voluntária de gravidez até a 12ª semana de gestação no Brasil (STF, 2017). O evento gratuito, fornecia certificados de horas extracurriculares aos participantes e anunciava que os palestrantes trariam para o evento sua *expertise* nas áreas de História, Direito, Teologia e Relações Internacionais.

O grupo de palestrantes foi composto por: Alexandre Varela, criador do portal “O Catequista”; Ana Caroline Campagnolo, atual Deputada Estadual de Santa Catarina e com enorme presença nas redes sociais, possuindo só na rede social Instagram 524 mil seguidores; Dóris Hipolito, uma das principais lideranças do movimento Pró-vida do Rio de Janeiro; Felipe Chaves, criador das páginas “Fúria e Tradição” e “Literatura Viril”; Thais Azevedo, editora da página “Moça, não sou obrigada a ser feminista”; e a organizadora do evento Sara Giromini, vulgo Winter, que se autodeclara ex-feminista e ativista pró-vida.

O congresso ecoava discursos já presentes em grupos e páginas antifeministas das redes sociais digitais, e reuniu nomes com volumoso número de produções sobre a temática, com publicação de livros, documentários, palestras e cursos, e até mesmo lançamento de livrarias autônomas. Como é o caso de Ana Caroline Campagnolo e de Sara Giromini, vulgo Winter. Giromini lançou em 2015 o livro “Vadia Não! Sete Vezes que Fui Traída pelo Feminismo”, e segundo seu próprio site vai lançar em breve o seu segundo livro “Como tirar sua filha do Feminismo: um guia para pais desesperados”, e no início deste ano lançou

² Ver “Relações de gênero e embates ideológicos no espaço heterotópico da web” de Ângela Paula Nunes Ferreira e Joseeldo Pereira da Silva Júnior.

o documentário “A Vida de Sara” pela Lumine TV³. Em 2019, Campagnolo lançou o livro “Feminismo: perversão e subversão”, em que revê a trajetória do feminismo, confrontando as alegadas motivações e supostas conquistas do movimento com suas reais consequências na história cultural do Ocidente e, em especial, do Brasil.

Em uma matéria⁴ para o The Intercept Brasil baseada em uma etnografia digital conduzida em grupos de WhatsApp de mulheres de direita, a antropóloga Rosana Pinheiro-Machado afirmou que hoje “há um permanente terror de que a ditadura do proletariado se torne a ditadura da baranga”. Com isso, ela mostra que há um número crescente de mulheres que vêem sua feminilidade e seus papéis sociais ameaçados pelo discurso feminista.

Uma breve incursão pela página “Mulheres contra o feminismo” revela tendências parecidas: as referências à mulher feminista como “piranha”, “prostituta da esquerda”, “baranga”, assim como a associação do feminismo a um “*apartheid* de gênero” estão presentes em inúmeras publicações. Machado sustenta que essas mulheres tendem a exaltar a família como lugar privilegiado de poder feminino, assim como o casamento como forma de autorrealização e vitória. Em outros termos, elas defendem um determinado modelo de feminilidade que estaria sendo ameaçado pelas feministas.

Outra forma de crítica e repulsa ao movimento feminista, no site de rede social Twitter, tem sido através da zombaria, com uso de memes e até de contas que criam personagens caricaturados para reproduzir discursos e termos associados ao feminismo. Como, por exemplo, a conta Jessicão (@JessicaoLacra), que é descrita como “militante progressiste, justiceire social e patrulheire do politicamente correte”, ironizando não apenas a militância feminista, mas também outros movimentos sociais.

Considerações finais

Analisando o cenário midiático brasileiro, os sites de redes sociais e suas apropriações, e a enorme presença do Facebook no Brasil, foi possível observar, em primeiro lugar, como o espaço das redes vem se tornando cada vez mais um campo de disputa de discursos. A presença de páginas de redes sociais ligadas aos movimentos sociais trouxe reação a esses movimentos nestes espaços, assim como ocorre fora da *web* e enunciado por Eliane Gonçalves (2016).

Em segundo, como esse ativismo antifeminista em rede resultou na reunião de figuras-chaves extremamente midiáticas que atuam na investida contra o movimento feminista na atualidade em um evento, o 1º Congresso Antifeminista do Brasil, algo inédito. Em contraponto, de 2019 em diante, páginas relacionadas ao antifeminismo e que obtinham grande alcance foram excluídas do Facebook, como “Não romantize o Feminazismo”. A

3 A Lumine tv é uma plataforma de streaming, dedicada a disponibilizar conteúdos cristãos.

4 Ver “Mulheres pró-Bolsonaro e o medo da ditadura da baranga”. Link: <https://theintercept.com/2018/10/02/mulheres-pro-bolsonaro-feminista-antifeminino/>

página do 1º Congresso Antifeminista do Brasil também teve o mesmo destino. Com isso, pode-se notar as relações entre a exclusão cada vez maior dessas páginas com a constituição de grupos fechados no Facebook, derivados das páginas, como o “Moça, não sou obrigada a ser feminista” que possui 5,4 mil membros atualmente.

Também, como já foi mencionado, as relações entre o 1º Congresso Antifeminista do Brasil e o antifeminismo nas redes, já que todos os palestrantes são ativos e engajados nas redes sociais, somando um número considerável de seguidores. E, por último, a proeminência de figuras vocais do antifeminismo no cenário atual brasileiro e o grande envolvimento destas com produção de conteúdo para sites e redes sociais, de livros e documentários e de cursos e palestras, como a deputada estadual de Santa Catarina, Ana Caroline Campagnolo, e Sara Giromini, vulgo Sara Winter.

O que pode ser extraído com a pesquisa é a necessidade de se analisar cada vez mais as apropriações que vêm sendo feitas das redes sociais e do espaço da *web*. Assim como compreender o que é feminismo e como vem sendo colocado nas redes sociais.

Referências bibliográficas

CABRAL, Eula D.T. Mídia brasileira: entre a Concentração e a democratização midiática. In: LOPES, Ivonete da S., SANTOS, Anderson. (Org.). **Mídia, poder e a (nova) agenda do capital**. São Cristóvão: ULEPICC - Brasil, 2018, p. 7-19. Disponível em: <https://ulepicc.org.br/ebook-midiapoder-e-a-nova-agenda-do-capital/>. Acesso em 8 mai.2020

_____. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.

CALCAGNO, Victor. ‘Feche as pernas’: o que pregam os participantes do 1º Congresso Antifeminista do Brasil. Notícias. **Epoca**. Disponível em: <https://epoca.globo.com/feche-as-pernas-que-pregam-os-participantes-do-1-congresso-antifeminista-do-brasil-22964525/>. Acesso em: 20/09/2019.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003.

FALUDI, Susan. **Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

GONÇALVES, Eliane. Renovar, inovar, rejuvenescer: processos de transmissão, formação e permanência no feminismo brasileiro entre 1980-2010. **Revista Brasileira de Sociologia**, v. 4, n. 7, 2016.

MÍDIA DADOS 2019: Grupo de Mídia. 2019. **Dados**. Disponível em: <http://159.89.80.182/midia-dados-sp/public/Midia%20Dados%202019.pdf>. Acesso em: 02/08/2020.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Mulheres pró-Bolsonaro: grupo no Facebook revela medo da ditadura da baranga. **The Intercept**. Disponível em: <https://theintercept.com/2018/10/02/mulheres-pro-bolsonaro-feminista-antifeminino/>. Acesso em: 14/09/2019.

PIRES, Suzana. Por que uma mulher decide ser antifeminista?. **Marie Claire**. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Blogs/Dona-de-Si/noticia/2019/03/por-que-uma-mulher-decide-ser-antifeminista.html/>. Acesso em: 10/12/2019.

SOIHET, Rachel. 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.

STATISTA: Portal de estudos e estatísticas. 2020. Dados. Disponível em: <https://www.statista.com/markets/424/internet/>. Acesso em: 20/10/2020.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. Partido apresenta novo pedido de afastamento de artigos do Código Penal que criminalizam aborto. **STF**. 23/11/2017. Disponível em: <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=362690&caixaBusca=N> Acesso em: 09/09/2020.

COMUNICAÇÃO, CULTURA E INTERNET

Novos modelos de participação pública no enriquecimento de acervos culturais

Aquiles Brayner

O número exponencial de dados e objetos digitais produzidos e disponibilizados por centros de pesquisa, órgãos governamentais e instituições culturais vem abrindo espaço à curadoria digital enquanto campo proposto a definir novas políticas de acesso e práticas para a disseminação e reutilização de acervos eletrônicos. Com a criação do Digital Curation Centre (DCC), em 2004, o campo da Curadoria Digital ganha uma nova dimensão onde os profissionais envolvidos com a criação e gestão de objetos e dados digitais começam a trabalhar conjuntamente para, a partir de suas experiências, estabelecer recomendações, normas e políticas de gestão para acervos digitais. É a partir deste marco que se fortalecem ações mais sistematizadas em nível internacional para garantir o “gerenciamento, preservação e agregação de valor a dados científicos digitais durante o seu ciclo de vida” (DIGITAL CURATION CENTRE, tradução e grifo nossos).

O DCC foi criado para atender de maneira mais específicas as necessidades de gestão de dados científicos, o que não diminui a validade de suas postulações e modelos operacionais para outros órgãos que não somente aqueles voltados à ciência e pesquisa acadêmica. Uma das maiores contribuições do DCC na área de acervos eletrônicos foi a formulação de um esquema gráfico (Figura 1) indicando as ações necessárias para o gerenciamento e preservação a longo prazo de dados e objetos digitais. O gráfico, configurado por um caráter cíclico com ações interdependente e ininterruptas, apresenta as principais atividades a serem adotadas para o gerenciamento de recursos digitais.

Imagem 1 – Ciclo de vida do Objeto Digital



Fonte: <https://curadoriadigitalblog.wordpress.com/2015/11/13/ciclo-de-vida-da-curadoria-digital/>

O gráfico apresentado a partir de uma estrutura recursiva nos mostra que a gestão dos objetos e dados eletrônicos é um processo que demanda um acompanhamento constante do desenvolvimento tecnológico e revisão das políticas de gestão digital, de modo a garantir a acessibilidade e a utilização dos conteúdos eletrônicos no futuro.

No centro da estrutura estão os objetos e dados digitais, em torno dos quais gravitam as ações de curadoria. Quanto mais próximas ao núcleo do gráfico, mais importantes serão as medidas a serem tomadas para garantir uma gestão satisfatória dos acervos eletrônicos. Nesta perspectiva, as ações em curadoria digital se encontram divididas em três etapas, segundo a relevância de cada uma delas no ciclo proposto:

1. Ações completas ou essenciais:
 - a. Descrição e informação de representação
 - b. Planejamento da preservação
 - c. Acompanhamento e participação da comunidade
 - d. Curar e Preservar
2. Ações sequenciais:
 - a. Conceitualizar
 - b. Criar ou receber
 - c. Avaliar e selecionar
 - d. Admissão

- e. Ação de preservação
 - f. Armazenar
 - g. Acessar, usar e reusar
 - h. Transformar
3. Ações ocasionais:
- a. Descarte
 - b. Reavaliação

De maneira mais genérica, o que se observa na proposta curatorial sugerida pelo DCC é uma sequência de processos imprescindíveis para a gestão dos objetos e dados digitais que vão desde o planejamento inicial para a formação do acervo eletrônico (ações essenciais), passando, posteriormente, para a fase da implementação de sistemas e políticas de gestão do acervo (ações sequenciais), para determinar, conforme necessário, a reavaliação e possível descarte do objeto digital ou dados incluídos no repositório institucional (ações ocasionais).

O que nos chama a atenção na esquematização do ciclo de vida dos conteúdos digitais elaborado pelo DCC é a ausência de uma discussão mais centrada no papel dos usuários, especialmente nos processos de seleção, descrição e possibilidades de uso dos objetos eletrônicos e as informações a eles pertinentes. Isto se explica, em parte, pelo fato de o modelo ter sido inicialmente pensado para a gestão de dados científicos, deixando de considerar as peculiaridades informacionais e a heterogeneidade dos grupos de usuários que acessam e utilizam objetos eletrônicos em contextos que não o da pesquisa, como é o caso, por exemplo, dos consumidores de acervos culturais.

A única menção feita à participação pública que o modelo do ciclo de vida do objeto digital estabelece ao definir o “acompanhamento e participação da comunidade,” se resume aos processos de seleção, enriquecimento de dados e alternativas de reavaliação e reuso dos objetos digitais, descrito nas ações essenciais a serem desenvolvidas pela curadoria digital. Cabe aqui realçar que o termo “comunidade,” tal como empregado no gráfico do DCC, refere-se de modo mais específico a determinados grupos que desenvolvem “atividades comunitárias apropriadas” com participação ativa no “desenvolvimento de padrões compartilhados, ferramentas e software adequados” (HIGGINS, 2008, p. 137, tradução nossa), tais como os profissionais da Ciência da Informação que trabalham com a gestão e preservação de dados e objetos digitais, bem como as equipes técnicas mais diretamente voltadas ao campo da tecnologia da informação, responsáveis pelo desenvolvimento dos suportes de arquivamento de objetos eletrônicos e aprimoramento de plataformas de acesso a estes conteúdos.

Esta definição não contempla, portanto, comunidades de usuários que, demonstrando necessidades informacionais distintas e cada vez mais complexas, possam definir os objetos digitais de maneira a enriquecer os dados fornecidos por bibliotecas, arquivos e museus, contribuindo de forma efetiva na descrição de seus acervos. Alguns dos autores que discorrem mais especificamente sobre a atividade de observação e participação da comunidade no ciclo

de vida do objeto digital, destacam que o trabalho de curadoria digital envolve uma constante reavaliação e inclusão de dados informacionais através da “agregação de valor à base de dados e objetos digitais, tal como a inserção de novos metadados ou anotações adicionais de modo a favorecer a reutilização destes conteúdos” (OLIVER; HARVEY, 2016, p. 8, tradução nossa).

A agregação de valor aos objetos eletrônicos aparece enquanto tarefa delegada principalmente aos curadores digitais, que seriam responsáveis pela “criação de metadados e anotações para garantir que os objetos digitais possam ser reutilizados” (OLIVER; HARVEY, 2016, p. 58, tradução nossa). Em relação às anotações geradas por terceiros, considerando-se mais especificamente os usuários que acessam dados científicos, como acadêmicos e pesquisadores, os autores postulam que estes “possuam alguma familiaridade com a curadoria digital garantindo que as anotações que produzam sejam descritas e documentadas de modo a serem entendidas por outros usuários” (OLIVER; HARVEY, 2016, p. 61, tradução nossa).

Neste contexto, como podemos observar, a participação pública no processo de enriquecimento descritivo de dados sobre os objetos digitais estaria relegada aos profissionais qualificados que tenham, de alguma forma, um conhecimento prévio do processo de curadoria digital de modo a oferecer uma contribuição mais relevante à gestão de acervos eletrônicos. A seguir, discutiremos em maiores detalhes a adoção de ferramentas e técnicas para a participação pública no enriquecimento dos acervos institucionais.

Folksonomia em instituições de memória

Conforme discutido anteriormente, a conceitualização do termo “comunidade de usuários” mencionado no modelo oferecido pelo DCC, se problematiza quando o nosso foco de investigação passa a ser o usuário que acessa os catálogos e objetos digitais de bibliotecas, arquivos e museus. Este usuário, sem preencher necessariamente um perfil definido enquanto pesquisador ou acadêmico e, muito provavelmente, desprovido de uma compreensão mais abrangente do trabalho envolvido na prática de curadoria de dados e conteúdos eletrônicos, exerce uma função essencial no processo de descrição dos objetos digitais culturais.

Um número cada vez maior de instituições de memória cultural tem promovido a participação pública para o enriquecimento dos dados que figuram em seus catálogos online de modo a favorecer “a descoberta da informação para usuários, agora e no futuro, que possuam necessidades informacionais completamente distintas da maneira em que a informação foi originalmente criada e descrita, e quem a procura, portanto, de maneiras diferentes” (RAY, 2009, p. 361, tradução nossa). Tendo em vista as múltiplas possibilidades de recuperação de dados digitais provenientes de instituições de memória cultural e as várias formas de acesso a estes conteúdos que se encontram disseminados por meio da Internet, é evidente que o potencial das instituições culturais de servir a diferentes grupos de usuários que não se enquadram no perfil daqueles que conhecem ou fazem comumente uso dos seus acervos, se amplia de uma maneira nunca antes experienciada.

Isto faz com que equipamentos culturais e instituições de memória tenham que adequar a representação informacional de seus acervos de modo a se comunicar de maneira efetiva e direta com suas novas comunidades de usuários. Ao se referir à situação específica das bibliotecas, Reding (2005) afirma que

enfrentam desafios reais para lidar com a transição para a era digital. Para evitar se tornarem os dinossauros do futuro, elas precisam se adaptar, atrair jovens usuários e desenvolver novos modelos de negócios. Isso implica mudanças profundas nas organizações, nas habilidades e às vezes em atitudes. (REDING, 2005, p. 7, tradução nossa)

Via de regra, as informações oferecidas em catálogos eletrônicos de bibliotecas replicam os registros bibliográficos criados para as fichas catalográficas físicas. Devido às suas dimensões padronizadas de 12,5cm x 7,5 cm, estas fichas restringiam o espaço de descrição do dado bibliográfico, resultando, assim, na concisão das informações apresentadas. Com o advento dos catálogos eletrônicos, estas fichas caíram em desuso¹. Apesar disto, as regras de descrição e catalogação que nortearam os bibliotecários na elaboração das fichas catalográficas desde o século antepassado mantiveram-se praticamente inalteradas. A concisão generalizante antes exigida pelas normas catalográficas vem, conforme apontam alguns pesquisadores, perdendo relevância no contexto informacional da atualidade (ANTELMAN; LYNEMA; PACE, 2006).

De fato, os dados disponibilizados pelos catálogos de bibliotecas, normalmente apresentados de maneira uniformizada, resumida, pré-estabelecida e hierárquica, já não parecem responder adequadamente ao comportamento e necessidades informacionais do usuário contemporâneo, imerso numa cadeia incessante de produção e consumo de informação em meio eletrônico. Este modo secular e centralizador de tratar os registros catalográficos tem servido, na maioria das vezes, enquanto modelo de controle, ordenação e recuperação da informação que atende a um número restrito de profissionais iniciados em suas técnicas.

A Internet, e mais especificamente o espaço interativo proporcionado por ferramentas da Web 2.0, favorece e estimula um modelo participativo onde usuários estabelecem uma “organização cooperativa” da informação (LÉVY, 2014, p. 193), resultando em novas estruturas descritivas baseadas em elementos mais diversificados e, portanto, mais abrangentes já que estas descrições não se norteiam por um modelo único e específico firmado por uma regra classificatória. A hierarquização informacional que, por tanto tempo, definiu as práticas taxonômicas em bibliotecas, arquivos e museus vai cedendo espaço para a adoção de uma estrutura mais distribuída e democrática na identificação e ordenamento

¹ De acordo com a OCLC, a produção da última ficha catalográfica física, em 1 de outubro de 2015, se dá em decorrência da obsolescência deste formato pela adoção global de catálogos eletrônicos por bibliotecas a nível global (OCLC, 2015).

de documentos, de modo a facilitar a recuperação, acesso e utilização deste conteúdo por diferentes comunidades.

Levando-se em consideração que toda informação publicada na Web se encontra em um mesmo plano onde não há hierarquia absoluta de conteúdos já que cada site é um agente de seleção, de bifurcação ou de hierarquização parcial, observamos que, longe de ser uma massa amorfa, a Web articula uma multiplicidade aberta de pontos de vista. Esta articulação é feita transversalmente, em forma rizomática, sem uma ordenação ou unificação informacional sobrejacente. É inconteste que as novas formas de publicação de informações engendrem certo nível de confusão para os profissionais da informação habituados a estruturas hierárquicas para o tratamento técnico de seus acervos. O contexto da Internet exige que novos instrumentos de indexação e pesquisa sejam pensados, o que se reflete na profusão de pesquisas que discorrem sobre a cartografia dinâmica dos espaços informacionais, os “agentes” inteligentes ou a filtragem cooperativa das informações (LÉVY, 2014, p. 162).

Uma das maiores vantagens dos catálogos eletrônicos é que, contrariamente às fichas catalográficas em papel, eles não estabelecem limites para o número de termos ou entradas a serem incluídos nos registros bibliográficos². Essa flexibilidade faz com que hoje seja possível adicionarmos cada vez mais informações para as descrições dos objetos digitais facilitando, assim, a sua descoberta por um número maior de pessoas. É neste contexto que o emprego de técnicas folksonômicas ou modelos de “autoridades abertas” (PHILLIPS, 2014), como no caso dos tagueamentos ou etiquetagens, definidos enquanto “método colaborativo para organizar conteúdo pelas pessoas utilizando o idioma das pessoas” (ZAVERI; ATKEKAR, 2014, p. 149, tradução nossa), venha sendo cada vez mais adotado por instituições memoriais no intuito de promover alternativas de interação pública com seus acervos.

Ao favorecer novas interpretações aos objetos culturais por meio de atividades de etiquetagem, os usuários passam a ter uma participação mais ampla na inserção de dados em catálogos institucionais, auxiliando também outros usuários que compartilham seus vocabulários e terminologias a descobrirem os objetos possibilitando-lhes, da mesma forma, novas alternativas de uso. Estas descrições públicas oferecem uma oportunidade única para que instituições de memória cultural possam trabalhar de forma coletiva e participatória com os seus usuários de modo a enriquecer, atualizar e complementar as taxonomias, vocabulários controlados e sistemas classificatórios que foram inicialmente projetados e desenvolvidos pelas próprias bibliotecas para atender às suas necessidades no contexto de suas coleções físicas no século XIX.

A vantagem do etiquetamento parte do pressuposto de que “os usuários possam organizar a informação de modo que estas, adaptando-se às necessidades daqueles, possam ser recuperadas em um momento futuro” (ANFINNSE; GHINEA; DE CESARE, 2011,

² Para uma discussão mais detalhada sobre a gradual obsolescência dos sistemas de catalogação bibliográfica na era da informação eletrônica, consultar TENNANT (2002; 2004) e GONZALES (2014).

p. 64), promovendo, da mesma forma, maior visibilidade aos acervos culturais graças ao enriquecimento da classificação oferecida originalmente aos objetos que as instituições albergam. As classificações temáticas, indexações ou listas de cabeçalhos quando aplicadas a obras que abordam assuntos complexos e/ou profusos, acabam por restringir, em vez de facilitar, a descoberta do próprio conteúdo haja vista que a sua representação se encontra muitas vezes atrelada e restrita a uma categoria classificatória excludente, fundamentada sobre uma hierarquização que impossibilita novas variantes descritivas.

Analisando o caso específico de *Grande Sertão: Veredas* de João Guimarães Rosa, para citarmos aqui um exemplo concreto, observamos que a catalogação da obra tal qual a encontramos em bibliotecas, segue uma classificação pré-estabelecida enquanto parte de um gênero literário (romance), atribuída a uma produção dentro de uma espacialidade geográfica (literatura brasileira), periodicidade (Geração de 45) ou grupo de escritores (Modernistas) sem, no entanto, abarcar todos os outros temas que embora não considerados enquanto assuntos centrais na categorização do romance, possuem uma importância fundamental para o seu entendimento.

A complexidade dos elementos que fazem parte de *Grande Sertão Veredas*, sem adentrar aqui em uma consideração mais detalhada sobre os temas abordados no livro, sugere uma série de outras categorizações não expressas nos catálogos bibliográficos e que nem por isso deixam de ser relevantes para a descoberta da obra por outros usuários que não somente aqueles interessados em literatura. O romance de João Guimarães Rosa pode ser classificado enquanto estudo antropológico, já que relata a experiência do sertanejo, da mesma forma que também se enquadraria na categoria de romance homoafetivo, visto que narra a relação e os sentimentos do protagonista Riobaldo pelo seu companheiro Diadorim. A obra poderia ainda ser concebida como reflexão teológica, considerando que a narrativa aporta observações sobre as relações entre o homem, Deus e o diabo. Toda essa amplitude de referências informacionais sobre um mesmo objeto, das quais mencionamos apenas algumas, estão excluídas na grande maioria dos catálogos bibliográficos para a descrição do romance *Grande Sertão: Veredas*.

Para suprir estas deficiências presentes nos catálogos institucionais, muitas bibliotecas, arquivos e museus estão oferecendo opções em seus catálogos abertos para que os usuários cadastrados possam sugerir suas próprias considerações descritivas a partir do entendimento individual e/ou de grupo que se tenham sobre um determinado objeto. As técnicas de etiquetagem, apoiadas pelas ferramentas Web 2.0 que promovem a interação de usuários e acervos, oferecem múltiplos pontos de entradas para descrições da informação de maneira mais condizente com as suas inúmeras interpretações e possibilidades de uso.

Afinal de contas a questão enfrentada hoje pelas instituições de memória cultural não diz respeito somente à disponibilização de seus conteúdos na Internet mas levantam, principalmente, questionamentos sobre modo em que estas instituições passam a ter as suas

regras classificatórias e taxonomias

questionadas por aqueles que têm estado tradicionalmente à margem da sociedade, não tendo representatividade nos acervos institucionais, e pelos nativos digitais que possuem uma concepção totalmente diferente sobre autoridade e autoria da informação (YAKEL, 2011, p. 97, tradução nossa).

Outras instituições, principalmente aquelas que por falta de apoio técnico ou recursos financeiros não estejam ainda abrindo espaço em seus catálogos para que usuários possam cooperar de maneira efetiva no etiquetagem de dados catalográficos, estão optando pelo uso de plataformas abertas para favorecer novos modelos de participação pública.

A plataforma Flickr é um desses exemplos. Adotada por um número crescente de instituições memoriais, o objetivo da plataforma é disponibilizar os objetos eletrônicos para usuários que não estejam habituados a visitar páginas Web ou a utilizar os catálogos de bibliotecas, arquivos e museus. Os conteúdos disponibilizados na plataforma Flickr são mais facilmente descobertos por usuários tendo em vista que tanto os dados catalográficos oferecidos pelas instituições quanto as etiquetas geradas pelo público são rastreados e posteriormente indexados por robôs que dão suporte às máquinas de busca, facilitando assim a recuperação da informação na Internet.

O projeto Flickr Commons, lançado em parceria com a Library of Congress nos Estados Unidos, vem promovendo projetos colaborativos voltado a instituições de memória cultural, cujo objetivo é “catalogar os acervos públicos de imagens, aumentar o acesso a coleções de imagens destes acervos e fornecer um caminho para a contribuição pública com informações e conhecimentos sobre o material disponibilizado” (FLICKR COMMONS, 2017, tradução nossa).

Desde o seu surgimento em 2004, o Flickr se tornou uma das plataformas abertas mais usadas para o compartilhamento de imagens via Internet e aplicativos para dispositivos móveis. A plataforma conta hoje com mais de 36 milhões de usuários cadastrados que podem adicionar etiquetas (tags) e fornecer comentários aos conteúdos disponibilizados tais como links a outras plataformas e informações online referentes aos objetos acessados. Estas anotações públicas são repassadas às instituições detentoras dos acervos digitais de modo que elas possam adicionar os dados gerados por usuários aos seus catálogos.

Uma outra vantagem oferecida pela plataforma Flickr é o agrupamento dos conteúdos oriundos de diferentes instituições que tratem de um mesmo tema, agrupamento este feito pelos seus usuários. Esta prática oferece um inestimável auxílio na organização dos vastos e cada vez mais integrados acervos disponibilizados por bibliotecas, arquivos e museus na Internet.

Conclusão

De acordo com o que foi discutido neste trabalho, a participação colaborativa de usuários na descrição de informações disponibilizadas em catálogos de instituições memoriais

vem se tornando uma prática corrente adotada por bibliotecas, arquivos e museus. O advento da Internet, principalmente as possibilidades que emergiram a partir do desenvolvimento e implementação de ferramentas Web 2.0, ofereceu um novo ímpeto à disseminação e descrição da informação por parte do público que a utiliza, alterando de maneira significativa o modo com que as instituições memoriais apresentam os seus objetos.

Este processo de interação pública com os acervos institucionais responde de maneira mais adequada aos comportamentos informacionais da atualidade onde a profusão no fluxo de informações e a ausência de uma ordem hierárquica de classificação dos objetos e dados eletrônicos possibilitam às comunidades de usuários construir novas relações, seleções e estruturas para os recursos eletrônicos. Como afirma Pierre Lévy, nos novos comportamentos informacionais da era da Internet,

desapareceram definitivamente as seleções, hierarquias e estruturas de conhecimento pretensamente válidas para todos e a qualquer tempo, ou seja, o universal totalizante... A rede é, antes de tudo, um instrumento de comunicação entre pessoas, um laço virtual em que as comunidades auxiliam seus membros a aprender o que querem saber (LÉVY, 1998).

A etiquetagem realizada por meio da participação interativa do usuário na descrição da informação se apresenta, neste sentido, como uma alternativa viável para o enriquecimento informacional dos catálogos institucionais, estabelecendo novas relações entre objetos e áreas do conhecimento. Cabe à curadoria digital o papel de mediar a relação entre a informação, o objeto eletrônico e o usuário, objetivando abrir novos canais e possibilidades de interação entre estes três elementos.

No entanto tem-se observado uma tendência por parte de pesquisadores e instituições de fomento em discutir a sustentabilidade do objeto digital sem levar em consideração a participação dos usuários nos processos de seleção, descrição e uso destes objetos e centrando, em contrapartida, forte atenção na preservação dos mesmos. No caso específico do modelo oferecido pelo DCC, conforme brevemente discutido no início deste trabalho, surge ainda nas primeiras fases de planejamento das coleções digitais a necessidade de se trabalhar conjuntamente com a comunidade que faz uso deste acervo, de modo a enriquecer os seus metadados.

O conceito de comunidade utilizado pelo DCC parece, no entanto, restringir-se a usuários previamente identificados que demonstrem familiaridade com o trabalho de gestão de acervos eletrônicos. Esta conceituação, já que estabelecida no âmbito específico da curadoria de dados e objetos científicos, não responde satisfatoriamente às demandas informacionais com as quais se deparam as instituições memoriais na atualidade.

Para instituições que atendem a uma gama diversificada de público por meio da oferta dos seus acervos em rede, é impossível determinar a priori quais os usuários que estariam mais aptos a contribuir de maneira a enriquecer a descrição dos acervos culturais.

Assim sendo, se faz necessário reavaliar o esquema de curadoria digital elaborado pelo DCC, considerando-se de maneira mais detalhada a relevância dos diferentes grupos de usuários na descrição dos objetos e dados digitais.

Em última instância, o foco da curadoria digital, quando entendida como contribuição ao trabalho dos bibliotecários, arquivistas e museólogos, não deve ater-se ao objeto eletrônico como um componente isolado, mas sim entendê-lo numa relação interativa com os seus possíveis usuários, de modo a promover uma maior descoberta, acesso e utilização dos acervos disponibilizados em rede.

Referências bibliográficas

- ANFINSEN, S; GHINEA, G.; DE CESARE, S. Web 2.0 and folksonomies in a library context. **International journal of information management: the journal for information professionals**, Amsterdam, v. 31, n. 1, p. 63-70, February 2011. Disponível em: <<https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2297848>>. Acesso em: 15 set. 2017.
- ANTELMAN, K.; LYNEMA, E.; PACE, A. Towards a twenty-first century catalog. **Information technologies and libraries**, Ann Arbor (MI), v. 25, n. 3, p. 128-139, 2006. Disponível em: <<https://ejournals.bc.edu/ojs/index.php/ital/article/view/3342>>. Acesso em: 22 set. 2017.
- DIGITAL CURATION CENTRE. **What is digital curation?** Disponível em: <<http://www.dcc.ac.uk/digital-curation/what-digital-curation>>. Acesso em: 26 set. 2017.
- DIGITAL PRESERVATION COALITION. **Digital curation: digital archives, libraries and e-science**. London, 19th October 2001. Disponível em <http://www.dpconline.org/events/past-events/digital-curation>>. Acesso em: 11 set. 2017.
- FLICKR COMMONS. **Help us catalogue the world's public photo archives**. Disponível em <<https://www.flickr.com/commons>>. Acesso em: 6 out. 2017.
- GONZALES, B. M. Linking Libraries to the Web: Linked Data and the Future of the Bibliographic Record. **Information technology and libraries**, Ann Arbor (MI), v. 33, n. 4, p. 10-22, 2014. Disponível em: <<https://ejournals.bc.edu/ojs/index.php/ital/article/view/5631>>. Acesso em: 10 out. 2017.
- HIGGINS, S. The DCC curation lifecycle model. **The international journal of digital curation**, Edinburgh, v. 3, n. 1, p. 134-140, 2008. Disponível em: <<http://www.ijdc.net/index.php/ijdc/article/viewFile/69/48>> Acesso em 25 set. 2017.
- LÉVY, P. Um sistema autoregulador: a Internet tem sido capaz de criar mecanismos próprios de controle das informações. Folha de São Paulo, São Paulo, 12 abr. 1998. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs12049804.htm>>. Acesso em: 11 set. 2017..
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2014.
- ONLINE COMPUTER LIBRARY CENTER. **OCLC prints last library catalog cards**. Dublin (Ohio), 1 October 2015. OCLC. Disponível em: <<https://www.oclc.org/en/news/releases/2015/201529dublin.html>>. Acesso em: 22 set. 2017.
- OLIVER, G.; HARVEY, R. **Digital curation**. London: Facet Publishing, 2016.
- PHILLIPS, L. B. The role of open authority in a collaborative web. In: RIDGE, M. (Ed.). **Crowdsourcing our cultural heritage**. Surrey: Ashgate, 2014. p. 247-267.
- RAY, J. Sharks, digital curation, and the education of information professionals. **Museum management and curatorship**, London, v. 24, n. 4, p. 357-368, Dec. 2009. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09647770903314720>>. Acesso em: 20 set. 2017.
- REDING, V. The role of libraries in the information society. In: CONFERENCE OF EUROPEAN NATIONAL LIBRARIANS, Luxembourg, 29 Sept. 2005. Disponível em: <http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-05-566_en.pdf>. Acesso em: 20 set. 2017.
- ZAVERI, P.; ATKEKAR, M. Collaborative tagging in digital libraries. **International journal information dissemination and technology**, Ambala (Bahrat), v. 4, n. 2, p. 148-154, 2014. Disponível em: <<http://www.ijidt.com/index.php/ijidt/article/view/4.2.9>>. Acesso em: 1 out. 2017.
- TENNANT, R. MARC must die. **Library journal**, Nova Iorque, v. 127, n. 17, p. 26-28, Oct. 2002. Disponível em: <http://lj.libraryjournal.com/2002/10/ljarchives/marc-must-die/#_>. Acesso em: 27 set. 2017.
- TENNANT, R. A bibliographic metadata infrastructure for the twenty-first century. **Library Tech**, v. 22, n. 2, p.175-181, 2004. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/07378830410524602>>. Acesso em: 27 set. 2017.
- YAKEL, E. Balancing archival authority with encouraging authentic voices to engage with records. In: THEIMER, K. (Ed.). **A different kind of Web: new connections between archives and our users**. Chicago: Society of American Archivists, 2011. p. 75-101.

Curadoria digital em instituições de cultura e memória

Madalena Schmid Martins

O uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) pela sociedade e o estudo crescente da organização dos conteúdos digitais motivaram novos posicionamentos de bibliotecas, museus e arquivos, principalmente em relação aos usuários, possibilitando a ampliação do uso de mecanismos de pesquisa e de acesso aos acervos institucionais.

As bibliotecas digitais, as coleções digitais e os repositórios digitais assumem um papel de destaque no processo de construção e/ou resgate da identidade social, a partir da recuperação do acervo histórico-documental de uma coletividade (antes restritos às bibliotecas, arquivos e museus). Dessa maneira, eliminam-se várias barreiras sejam elas: financeiras, geográficas ou temporais. Consequentemente, facilitou aos cidadãos que querem ter acesso às informações e demais serviços prestados por instituições de memória cultural, de maneira ágil, acessível e descomplicada.

As bibliotecas digitais, se conectadas à internet, permitem a consulta de acervos independentemente de sua localização geográfica, possibilitando o acesso às coleções produzidas e pertencentes à humanidade. É importante ressaltar o valor dessas coleções para a preservação, a divulgação, as funções e os procedimentos técnicos que se encontram no processo das bibliotecas digitais. Essas ações refletem no período atual para as grandes modificações da sociedade.

Após observar cuidadosamente a gestão dos acervos de memória e de cultura, pode-se afirmar que esse procedimento necessita adaptar-se a uma nova realidade. Os métodos tradicionais precisam ser ampliados com novas possibilidades de técnicas de organização e de recuperação de informação, tendo como ponto principal atender as outras demandas dos usuários de internet.

Os caminhos atuais mostram-se cada vez mais complexos para as instituições de acervos de memória atenderem aos usuários, sempre exigindo novos conhecimentos que respondam a uma série de necessidades recém-surgidas com a criação dos objetos digitais. Mas, não só os nascidos digitais, como também aqueles que surgem por meio da conversão de seus documentos tradicionais em digitais, para atenderem aos usuários. As questões do crescente ativo informacional que vêm afetando as bibliotecas, os arquivos, os museus, os centros de pesquisas e as demais formas de depositários de manifestações histórico-culturais, que precisam ter seus acervos ordenados e disponibilizados digitalmente, necessitam de estudos por parte das instituições.

Com as novas tecnologias, verificam-se variadas maneiras de organização e busca em bibliotecas tradicionais, surgindo os repositórios digitais, com suas coleções digitais que ampliam a disseminação de serviços e de acervos para diferentes tipos de usuários de diversas mídias. Isso fez com que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) gerassem um momento de ruptura similar à instalação da imprensa de Gutenberg.

A curadoria digital é uma tendência de gestão da informação de acervos digitais de memória e de cultura, que envolve colaboradores de diversas áreas do conhecimento, constatando-se a necessidade da interdisciplinaridade e da multidisciplinaridade. Assim, quanto maior a interação entre os profissionais (como os da área de informática, pesquisadores, historiadores, bibliotecários, arquivistas, museólogos, dentre outros), maior será a riqueza no compartilhamento das informações entre eles.

Como ferramenta aliada às tecnologias para uma nova maneira de gerir informação estruturada que descreve, explica, localiza ou facilita a recuperação, como também qualquer outro recurso de gestão de objetos digitais, a curadoria digital se fortalece a cada dia, e observa-se que sua metodologia já é adotada em diversos países para organizar e preservar os acervos de memória e cultura, como também em sites de naturezas diversas.

A curadoria digital foi inicialmente empregada em 2000, no Reino Unido, pelo Digital Curation Centre (DCC), que é um consórcio formado pelas Universidades de Edimburgo e Glasgow (que, juntas, abrigaram o Centro Nacional de e-Science), pelo UKOLN, na Universidade de Bath, e pelo STFC (que gerenciou os Laboratórios Rutherford Appleton e Daresbury). Esse consórcio tem a responsabilidade de criar políticas de definição de critérios, direitos autorais, acesso e acessibilidade, competência em informação, formatos e padrões, organização, compartilhamento, arquivamento, divulgação e preservação dos conteúdos digitais e descarte dos objetos digitais.

O modelo de curadoria digital ganhou força a partir de 2004, com a produção de ativos informacionais contemporâneos aliada às técnicas computacionais recentes e ferramentas tecnológicas. Estas garantam o acesso e os resultados de buscas mais refinados, extraindo facilmente uma grande quantidade de dados relevantes para o usuário, de modo organizado, em poucos segundos, onde é agregado valor às informações solicitadas e coletadas.

Graças à essa metodologia criada, hoje, em várias partes do mundo, os museus, as bibliotecas, os arquivos e outras instituições de patrimônio cultural estão digitalizando seus acervos. E adquirindo e produzindo coleções digitais para disponibilizar na Web, com propostas de interoperabilidade e de reuso.

Conceitos e modelos

A importância da curadoria digital nas instituições de cultura e de memória surge a partir da década de 1990, com a grande massa de digitalização dos documentos. Com isso, houve a necessidade de organizar e de estruturar os dados dos objetos digitais com normas

padronizadas, para a preservação e o acesso de forma rápida aos conteúdos e para possibilitar o reuso e a disseminação das informações, gerando conhecimentos.

Com os conceitos e modelos de curadoria digital, iniciando com as bibliotecas digitais, Barry M. Leiner, (1988, p.1) evidencia a importância da biblioteca digital como [...] coleção de serviços e de objetos de informação, com organização [...].

Tim Berners-Lee criou a “World Wide Web”, em 1989, que é o “www”, conjunto de sistemas que há mais de três décadas faz parte do nosso cotidiano na internet.

Pierre Nora e Jacques Le Goff (1995, p. 3) enfatizam que [...] os instrumentos de suporte da modernização tecnológica digital deste século vêm alicerçar a disseminação e a garantia de acesso a acervos de memória, e resgata na prática, o conceito de biblioteca aberta e universal.

A palavra “curadoria” remete à ideia de curadores de artes, de exposição de galerias de arte ou de museus que organizam suas coleções de objetos para que os usuários possam visitar as exposições, conhecer e interpretar os objetos expostos (como quadros, esculturas, instalações, documentos audiovisuais), porém, na questão do tratamento dos acervos digitais de memória e cultura, o termo “curador digital” vai além.

Observam-se conceitos variados de profissionais de áreas diversas em publicações sobre curadoria digital: Curadoria Digital, do professor Rene F. Gabriel Junior (UFRGS NAPEAD, EAD, março, 2018), chama a atenção para a palavra “curar”, transcrita do Dicionário Houaiss: “Curar – Cuidar, Ocupar-se, Tratar”. Em seguida, enfatiza: “Curadoria – ato ou efeito de curar, função, atributo, cargo, poder de curador, curatela”. Ou seja, etimologicamente, a palavra “curadoria” tem origem no latim curator – aquele que administra, aquele que tem cuidado e apreço. Abrange as artes e a cultura até as transações comerciais.

Para Maria José Vicentini Jorente, Ricardo Medeiros Pimenta e Anahi Rocha Silva (2016, p. 9) “curadoria digital”, atualmente, é um termo guarda-chuva, com diversas nomenclaturas e níveis de atuação, como “curadoria da informação”, “curadoria de conteúdo”, “curadoria de conhecimento” e “curadoria de dados”.

Giselle Beiguelman (2011, apud Jorente, Pimenta e Silva 2016, p. 9) sugere para a curadoria on-line a combinação de elementos humanos e não humanos: “O curador como filtrador [...] (eu sou o que linko)”; “o curador como agenciador [...] (eu sou como linko e compartilho)” e “a plataforma como dispositivo curatorial que são algoritmos que categorizam e relacionam as informações acessadas identificando os perfis e interesses de consumo dos usuários nos ambientes digitais (as coisas são como você linka)”.

“É a associação semântica que determinará o tipo de curadoria: de conteúdos, curadoria educativa, curadoria do conhecimento, curadoria digital”, segundo Elizabeth Nicolau Saad Correa e Daniela Bertochi (2012, p. 29).

Como se pode observar Quadro 1 existem vários conceitos para explicar o que seria curadoria digital, o que reforça a ideia de multiplicidade de conceitos e palavras-chaves a partir do DCC, Digital Curation Centre.

Quadro 1 – Conceitos de Curadoria Digital

CONCEITOS DE CURADORIA DIGITAL		
Autor/Ano	Conceito	Palavras-Chave
Data Curation Centre (DCC), 2015	Curadoria digital mantém e agrega valor à informação digital, tanto no uso presente quanto no futuro e envolve ainda uma gestão ativa e preservação de recursos digitais ao ciclo de vida de dado digital, sendo a preservação uma etapa desse processo. A curadoria digital envolve a manutenção, preservação e agregação de valor aos documentos digitais em todo seu ciclo de vida.	Valor à informação Uso presente e futuro Gestão ativa Preservação Ciclo de vida digital Manutenção
Ramos, 2012	A origem do termo vem um pouco da história da cultura do povo romano, que usava para as bases da moderna lei de filência; relata ainda que há também o uso do termo no sentido de 'cura', isso para o católico, que cuidava espiritualmente da paróquia.	Povo romano Lei de filência Curador
Sales e Sryão, 2012	Curadoria digital envolve gestão de dados de pesquisa, sua preservação, seu reuso e os processos de agregação de valor, cujas metodologias são distribuídas coletivamente.	Gestão de dados Preservação Reuso Agregação de valor
Sieben et al, 2013	A curadoria digital é mais ampla do que a preservação digital, uma vez que engloba as atividades de gestão dos dados, incluindo o planejamento da sua criação, passando pelas práticas da digitalização, pela seleção dos formatos, pela documentação e pela garantia de estarem sempre disponíveis e adequados, podendo ser descobertos e reusados tanto no agora como no futuro.	Gestão de dados Manejação Digitalização Reuso agora e futuro
Pavani, 2013	A curadoria digital está totalmente relacionada a gestão da informação em formato digital, uma vez que a gestão engloba as necessidades da instituição, cumprindo seus objetivos para com o público alvo e garantindo a preservação e o acesso.	Gestão da informação Preservação Acesso
Abbott, 2008	A ideia de curadoria digital se amplia e ele a define como todas as atividades envolvidas na gestão dos dados, que inicia-se no planejamento da sua criação – quando os sistemas são projetados – passando pelas boas práticas na digitalização, na seleção dos formatos, na documentação e na garantia de estarem sempre disponíveis e adequadas para serem descobertos e reusados agora e no futuro.	Gestão de dados Planejamento na criação Digitalização Reuso agora e futuro
Yamoka, 2012	A curadoria digital permite: manter o documento íntegro e acessível, enquanto este possui valor jurídico; extrair novos conhecimentos; preservar a memória da sociedade; e evitar o retrabalho de recriar os dados já produzidos anteriormente. A curadoria envolve ainda o compartilhamento e interoperabilidade entre sistemas, o reuso da informação digital e a agregação de valor aos documentos digitais. O foco principal da curadoria digital é garantir o acesso à informação pelas gerações atuais e futuras de usuários.	Documento íntegro Acesso Valor jurídico Preservação Reuso Agregação de valor Acesso agora e futuro
Higgins, 2011	O foco da curadoria digital está na gestão por todo o ciclo de vida do material digital, de forma que ela permaneça continuamente acessível e possa ser recuperado por quem dele precise. Ampliando a capacidade dos dados serem recuperados e acessados estão os modelos de mineração, expressos por metadados; além do mais, os metadados são também ferramentas importantes para os procedimentos de controle de autenticação.	Gestão Ciclo de vida Acesso Recuperação Metadados Controle
Yakel, 2007	Curadoria Digital engloba todas as ações necessárias para manter os objetos e dados digitalizados e associados digitais ao longo de todo o seu ciclo de vida e ao longo do tempo para as gerações atuais e futuras dos usuários. Implícito nesta definição estão os processos de arquivamento digital e preservação digital, mas também inclui todos os processos necessários para uma boa criação e gestão de dados e capacidade de agregar valor aos dados para gerar novas fontes de informação e conhecimento.	Digitalização Ciclo de vida Acesso agora e futuro Arquivamento Preservação Gestão de dados Agregação de valor Fontes de informação Conhecimento

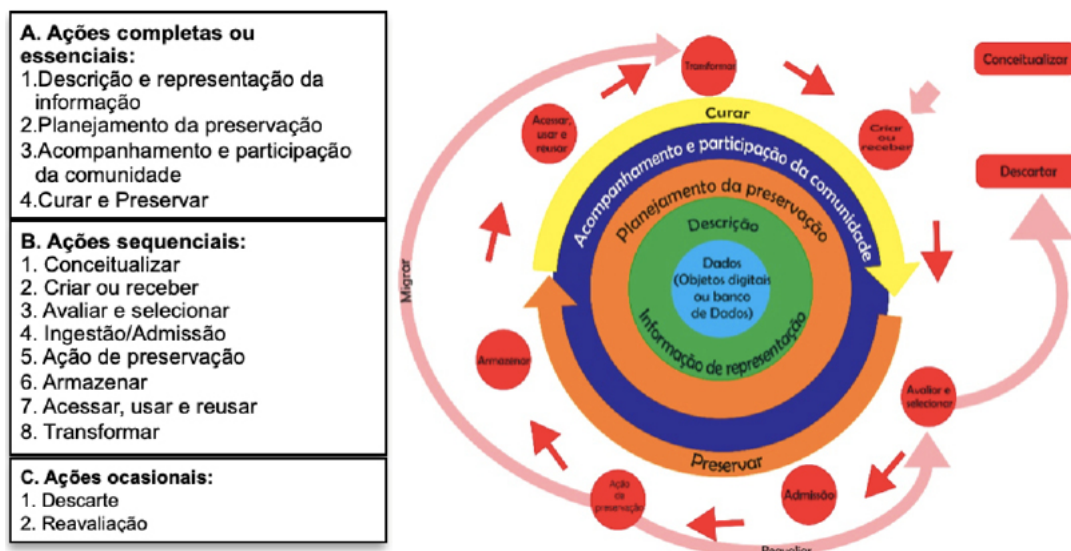
Fonte: Kettuly Costa e Vianna William Barbosa (2016, p. 11-13)

O DCC apresenta os estudos para os conceitos e modelos a partir das recomendações de 11 critérios para uma curadoria digital. Porém, cada instituição seleciona o que é mais adequado ao seu caso. Para a curadoria digital aplicada na Coleção Digital da Campanha Civilista, foram colocadas em prática Ações completas ou essenciais como a descrição e

representação da informação (O termo “descrição” são os metadados estruturados que descreve, explica, localiza ou possibilita de maneira mais fácil e eficiente a recuperação, o uso e o gerenciamento do recurso informacional, NISO, 2004 p. 1).

Verifica-se na Figura 1 que os dados precisam ser descritos, curados e preservados.

Imagem 1 – Ciclo de vida do Objeto Digital



Fonte: <https://curadoriadigitalblog.wordpress.com/2015/11/13/ciclo-de-vida-da-curadoria-digital/>

Mas como fazê-lo e evidenciar o que é ou não importante e essencial?

O DCC, ao criar as diretrizes que norteiam o ciclo de vida dos objetos digitais e o uso da curadoria digital e da preservação de dados, alerta, em seus registros descritos em seu site, que ambos são processos contínuos, exigindo uma reflexão considerável e o investimento de tempo e recursos adequados. A instituição ou grupo que se propõe a implantar e promover a curadoria digital e a gestão do ciclo de vida dos dados deve ter em mente o tempo que precisará investir e os recursos disponíveis para a gestão dos objetos digitais, o que demanda planejamento, pessoal especializado, software e hardware, todos em movimentos constantes e atuais de tarefas (Digital Curation Centre, 2006).

Como fazer um planejamento adequado e entender que ações devem ser consideradas no ciclo de vida dos objetos digitais proposto pelo DCC? A resposta para esta questão pode ser detectada na Figura 1.

De acordo com Aquiles Brayner (2017, p. 17),

[...] o que se observa na proposta curatorial sugerida pelo DCC é uma sequência de processos imprescindíveis que vão desde o planejamento inicial para a formação do acervo eletrônico (ações essenciais), passando, posteriormente, para a fase da implementação de sistemas e políticas de gestão do acervo (ações sequenciais), para, eventualmente, determinar, conforme necessário, a

reavaliação e possível descarte do objeto digital ou base de dado do repositório institucional (ações ocasionais).

Como destacou Brayner (2017), não restam dúvidas quanto à necessidade da implantação da metodologia da curadoria digital nas coleções digitais de memória e acervo cultural, contribuindo para uma maior rapidez e segurança ao acesso, preservação atual e em longo prazo, disseminação e reuso dos acervos culturais – tudo isso com a participação também ativa do Estado e dos gestores das instituições de memória e de acervo, do patrimônio cultural. Dessa forma, esses fatos não irão se diluir mais ainda no tempo e grande parte da história social, política e econômica do país poderá ser preservada.

Diante da nova realidade observada para a gestão dos acervos, o objetivo deste artigo é mostrar a importância da curadoria digital nas instituições de cultura e de memória e sua aplicabilidade na Coleção Digital Campanha Civilista da Fundação Casa de Rui Barbosa.

Leva-se em consideração as recomendações do DCC e as premissas apresentadas por Aquiles Alencar Brayner (FCRB, 2015) para o estudo e pesquisa da aplicação da curadoria digital na Coleção Digital Campanha Civilista, que chamam a atenção para a “[...] adoção de novas estratégias e modelos operacionais que facilitem a pesquisa digital; desenvolvimento de projetos inovadores que explorem conteúdos digitais das bibliotecas no contexto das novas tecnologias [...]”.

Para a realização deste trabalho são utilizadas as pesquisas bibliográfica e documental. Utilizam-se artigos de revistas científicas, livros e sites que trabalham a temática de estudo, tanto da área de Ciência da Informação, como de Informática, Comunicação e Cultura. Além do acervo da Campanha Civilista, disponibilizado na FCRB, ou seja, textos, livros, imagens e demais documentos.

Foram selecionados ainda os seguintes critérios do DCC para a Campanha Civilista: “conceituar”, ou seja, conceber e planejar a criação dos objetos digitais com a captura, digitalização e armazenamento, reuso e inserção desses objetos no repositório digital, nos acervos do CMI, Centro de Memória e Informação.

A etapa seguinte é criar e atribuir os metadados administrativos, descritivos, estruturais e técnicos de arquivamento dos objetos já digitalizados e capturados dos acervos da FCRB, com as ações completas ou essenciais do Ciclo de Vida dos Objetos Digitais. Nela, desenvolve-se o estudo teórico dos metadados (o que são, sua importância na curadoria digital e como atribuí-los a cada tipo de documento da Coleção Digital Campanha Civilista) e o significado do termo “metadados”; além das tipologias e funcionalidades de metadados e o conceito dessas tipologias por diversos autores.

Trabalha-se com o padrão de metadados de um repositório digital que, no Dublin Core, é simples e flexível, além de outros modelos adotados pela FCRB, e que constam no documento “Políticas e Diretrizes do RUBI” (2016, FCRB).

A Coleção Digital Campanha Civilista apresenta o resumo da história da Campanha

Civilista e o que ela representou e representa até o momento atual para a política e democracia do Brasil. Além disso, apresenta o estudo teórico e os três produtos decorrentes desse estudo. Trabalha-se com identificação, seleção e extração dos documentos já digitalizados; documentos eletrônicos que encontram-se no Portal da FCRB e as obras impressas, que já estão digitalizadas.

Cabe observar que os documentos sobre a Campanha Civilista foram pesquisados com a palavra-chave “Campanha Civilista” na base de dados da instituição.

Do total de cerca de 600 documentos identificados como Campanha Civilista foram capturados os que já estavam digitalizados por refinamento de pesquisa pelo DocReader nos acervos de cada setor, e em outros formatos eletrônicos que se encontram no portal da FCRB e no banco de imagens.

Os seguintes documentos sobre a Campanha Civilista foram selecionados, e seus conteúdos organizados da seguinte forma: no Arquivo Histórico e Institucional: 118 cartas de e para Rui Barbosa, no formato PDF/A, 6 panfletos e uma partitura, formatos jpg e PDF/A e 1 arquivo de áudio da música tocada por ocasião das viagens da campanha eleitoral, formato mp3,. No Banco de Iconografia, foram encontradas 113 fotos, catalogadas em site próprio. Na Biblioteca: 17 recortes de jornais. No DocReader: 3 livros digitalizados na OCRB (Obras Completas de Rui Barbosa), catalogados no formato Marc no catálogo da FCRB e no RUBI com os metadados Dublin Core. No site da revista O Malho, 55 charges. No total de documentos digitalizados com a palavra-chave “Campanha Civilista” e sem organização da estrutura dos metadados para disseminação, compartilhamento e preservação digital: total de 265 documentos. No portal da FCRB: 4 livros no formato PDF, 2 artigos no formato texto, 2 arquivos de textos (da cronologia da campanha de 1909 e da cronologia da campanha de 1910).

Além disso, é importante destacar que, em 2009, por ocasião do centenário da Campanha Civilista, realizou-se na FCRB a exposição “Viva Rui Barbosa, o candidato do povo” e o seminário “Repercussões da Campanha Civilista” (ocorrido nos dias 03 e 04 de novembro de 2009). A publicação do livro Campanha Civilista: correspondência e estudos, organizado por Rejane M. Moreira de A. Magalhães e Soraia Farias Reolon foi mais uma homenagem da Fundação Casa de Rui Barbosa ao seu patrono pela Campanha Civilista. Participaram da preparação da comemoração do centenário pesquisadores, arquivistas, bibliotecários e museólogos da FCRB.

Dentre os materiais do centenário, foram digitalizados três livros no aplicativo DocReader, que possibilita a busca simultânea nas três edições: Campanha Civilista: correspondência e estudos, com 363 páginas; O Civilista: Rui Barbosa no imaginário político dos chargistas brasileiros (livro de Charges sobre a Campanha Civilista), com 198 páginas; Bibliografia sobre a Campanha Civilista, com 121 páginas. Foi publicado também, por ocasião dos eventos, o folder do seminário com o título “Repercussões da Campanha

Civilista”, cujo conteúdo descreve um resumo da importância da Campanha Civilista na história da democracia brasileira.

Os painéis, vitrines, textos, seminários e palestras são apresentados neste trabalho em uma exposição virtual contando as etapas desse evento comemorativo.

É importante destacar o apoio do setor Ruiano, por meio da pesquisadora Soraia Reolon, que cedeu o seu material de pesquisa (quando foi uma das organizadoras das comemorações do centenário). Esse material foi digitalizado e divulgado no Repositório Digital da FCRB, RUBI, na forma de um site dos cem anos da Campanha Civilista, como um dos produtos deste trabalho para o Programa de Pós Graduação em Memória e Acervos, PGMA, da Fundação Casa de Rui Barbosa.

Na Curadoria Digital da Campanha Civilista, mostra-se o passo a passo de como foram desenvolvidos e disponibilizados ao usuário, dentro da comunidade do Repositório “Sites e Eventos do RUBI”, os seguintes produtos: 1) criação da estrutura da subcomunidade Coleção Digital Campanha Civilista no RUBI; 2) o site “Cem Anos da Campanha Civilista, com todos os documentos digitais que serviram para a montagem da exposição e para o seminário; 3) a digitalização e uso com o aplicativo DocReader para a busca simultânea de palavras nas três publicações das obras impressas pela FCRB, por ocasião das comemorações do centenário da Campanha Civilista e que foram digitalizadas para este produto, que são: 1 livro de Correspondências e estudos, com 363 páginas; o livro de charges O Civilista, com 196 páginas ilustradas e coloridas, e o livro de referências bibliográficas da Campanha Civilista, com 121 páginas, reeditado pela FCRB,

O primeiro produto, a Coleção Digital Campanha Civilista, está hospedado na seguinte comunidade/subcomunidade:Rubi/Sites e Eventos/Sites Temáticos/Coleção Digital Campanha Civilista¹.

O segundo produto, o site Cem Anos da Campanha Civilista, está localizado em: Rubi/Sites e Eventos/Sites Temáticos/Coleção Digital Campanha Civilista/Cem anos da Campanha Civilista²:

E o terceiro produto, os três livros publicados por ocasião do evento das comemorações dos cem anos da Campanha e que foram digitalizados com busca simultânea no aplicativo DocReader, está localizado em: Rubi/Sites e Eventos/Sites Temáticos/Coleção Digital Campanha Civilista/Civilista³.

Os procedimentos para o modelo metodológico seguidos em cada etapa do produto são os propostos pelo Manual de Referência de Curadoria Digital, publicado no site do DCC Digital Curation Centre, 2019, e pelas orientações de melhores práticas para publicações online apresentadas no site w3.org/Consortium/mission (2019).

1 <http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/handle/20.500.11997/16229>

2 <http://apresentacao.cdcampanhacivilistafcrb.com.br/>

3 <https://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=civilista>

Na parte teórica, neste trabalho, apresenta-se os produtos, aplicando as técnicas da organização e representação da informação eletrônica por meio da curadoria digital em acervos de memória e patrimônio culturais.

Observa-se nos sites de instituições de acervos culturais e acadêmicas não só no Brasil mas em outros países, a preocupação com a organização da informação digital e que se dedicam a pesquisar e publicar sobre a curadoria digital. É o caso da BL – British Library, BNF – Biblioteca Nacional da França, BNP – Biblioteca Nacional de Portugal, BN Digital de Portugal, Biblioteca Digital Europeia (países da União Européia), WDL – Biblioteca Digital Mundial, BDE – Digital de Espanha, dentre outras.

No Brasil, destacam-se: IBICT – Instituto Brasileiro de Ciência e Tecnologia, CNEN – Comissão Nacional de Energia Nuclear, Rede Cariniana (sob a coordenação do IBICT), ARCA, Repositório Institucional da Fiocruz, UFF – Universidade Federal Fluminense, USP – Universidade de São Paulo, UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina, UFRS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFSM – Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, BND – Biblioteca Nacional Digital do Brasil, Museu da Pessoa, Fundação Casa de Rui Barbosa, Brasileira da USP e Thesaurus Linguae Graecae.dentre outras.

Um projeto que pode ser destacado na Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB) é o Projeto da Escravidão, Abolição e Pós-Abolição, desenvolvido pelo Serviço de Arquivo Histórico e Institucional da FCRB em parceria com a PUC-Rio – LAMBDA, Laboratório de Museus, Bibliotecas e Arquivos Digitais, e está disponível no Portal da FCRB. É considerado o primeiro modelo que usa a metodologia de curadoria digital na instituição. [...] Recomendado para internautas de todas as idades, disponibiliza as seguintes áreas: documentos digitalizados, vocabulário controlado, indicação de links e jogos. (FCRB, 2019).

Considerando um dos itens sugeridos pelo DCC nas ações sequencias (usar e reusar), este sítio sobre a escravidão foi objeto de estudo da dissertação apresentada pelo aluno do Programa de Pós-Graduação em Memória e Acervos da FCRB Leandro de Abreu Souza Jaccoud, sob o título “A educação patrimonial com/nos arquivos e o uso de jogos cooperativos on-line: monitoramento e avaliação do módulo educativo do sítio Escravidão, abolição e pós-abolição”⁴.

Outra coleção digital de memória da FCRB que se beneficiou da metodologia de curadoria digital do DCC e que oferece os metadados estruturados é o sítio Memória das Olimpíadas⁵, com os eixos Cidade, Esporte e Cultura, com suas respectivas coleções digitais, sob a coordenação geral dos pesquisadores Lia Calabre, Eula Cabral e Maurício Siqueira.

Além da FCRB, outras instituições de acervo de memória cultural utilizaram a curadoria digital para divulgação e compartilhamento de suas coleções digitais.

4 <http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/handle/20.500.11997/7272>, acesso em 04/02/2019

5 <http://memoriadasolimpiadas.rb.gov.br/apresentacao.htm> Acesso em 04/02/2019

Em 2018 foi implementado o acervo da BN Digital “um projeto de Curadoria Digital voltado à ampliação de acesso a objetos digitais e enriquecimento dos dados catalográficos da instituição através da participação pública, baseado no uso de plataformas abertas como o Flickr”⁶.

O projeto “Coleção BNDigital Afro-Brasileira”, desenvolvido por Brayner (2018, p. 4, submetido à publicação) como parte do Programa de Pesquisa em Residência da FBN, propôs um trabalho de curadoria digital para os conteúdos iconográficos disponibilizados pela BNDigital e para as imagens armazenadas na plataforma proprietária DocReader que dão acesso ao conteúdo digitalizado da Hemeroteca Digital da FBN. Contempla a publicação, em dados abertos, da coleção digital na plataforma Flickr para interoperabilidade e reuso através da participação pública.

Em 2018, no Museu da Pessoa, Karen Kahn, sob a orientação de Maria José Vicentini Jorente, apresentou estudo que analisa a convergência de Designer da Informação (DI) e a curadoria digital e como se dá a organização da estrutura das interfaces da homepage com o portal Conte sua História e das Páginas Principais e Nova História, na base de dados.

Considerações finais

A urgência nas necessidades em acompanhar os desafios da evolução tecnológica e acesso à informação das bibliotecas, arquivos, museus, centros culturais e instituições de acervos patrimoniais de memória e cultura fez com que se iniciasse uma corrida desenfreada para a digitalização de acervos de memória.

A Fundação Casa de Rui Barbosa, como as demais instituições de memória no Brasil e em parte do mundo digitalizou grande quantidade de documentos.

Devido ao grande número de documentos digitalizados sobre a Campanha Civilista, teve início o estudo para aplicar a curadoria digital na organização dessa coleção com os documentos que já estavam digitalizados.

Entretanto, no decorrer da pesquisa observou-se a necessidade de se atentar para a aquisição de software de preservação dos objetos digitais, pois fazer backup e depositar os documentos digitais em repositórios de acesso auxilia, mas não é suficiente para preservar esses objetos digitais. Que as instituições de acervo patrimonial de memória aprofundem a aplicação da curadoria digital para a disseminação, conservação, preservação, democratização dos objetos digitais para não se perder a memória do país.

Segundo Abbot (2008), a curadoria digital envolve toda a gestão do ciclo de vida do objeto digital, e não apenas a preservação, mas também para serem descobertos e usados no presente e no futuro. A aplicação da curadoria digital conduz a um planejamento para estruturar o ciclo de vida dos objetos digitais das coleções de memória, o que assegura que todas as ações sejam identificadas, planejadas e implementadas.

⁶ <https://www.flickr.com/groups/4103190@N20/pool/acervoafrobrasileiro>

Cabe a instituição detentora do acervo assegurar o acesso e o uso dos objetos digitais e oferecer a possibilidade aos usuários de transformar (uma das importantes etapas da curadoria digital) e criar novos objetos digitais e reusar a partir do original, por exemplo, migrando para uma forma diferente, e, se desejável ou necessário, o material poder ser transferido para um formato digital diferente, produzindo outros objetos ou novas coleções a partir de um acervo já existente.

Referências bibliográficas

- ABBOTT, Daisy. **O que é curadoria digital?** (Documentos de Briefing do DCC: Introdução à Curadoria. Identificador: 1842/3362.). Edimburgo: Centro de Curadoria Digital, 2008. Disponível em: <http://www.dcc.ac.uk/resources/briefing-papers/introduction-curation>. Acesso em: 05 fev. 2019.
- BEIGUELMAN, Gisele. **Curadoria de informação**. São Paulo: ECA/USP, 2011. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/gbeiguelman/curadoria-informacao>. 2011. Acesso em: jul. 2019.
- BERNES-LEE, Tim. **WEB Semântica**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Web_semântica. Acesso em: abr. 2017.
- BRAYNER, Aquiles Alencar. **Coleção BNDigital Afro-Brasileira**. Rio de Janeiro: Programa de Pesquisa em Residência da FBN, 2018. p. 4. A ser publicado <https://www.flickr.com/groups/4103190@N20/pool/acervoafrobrasileiro>
- _____. **Curso Curadoria Digital: Expandindo acervos, inovando pesquisa e serviços em instituições de Memória Cultural**. Rio de Janeiro: FCRB, dez. 2015. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/Aquilesbrayner/curadoria-digital-fcrb-2015dia-1>. Acesso em: dez. 2018.
- COSTA, Kettuly. BARBOSA Vianna William. Curadoria digital e ciência da informação: correlações conceituais relevantes para apropriação da informação. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB), 17., 2016. **Anais [...]**. Salvador: [s.n.], 2016. p. 11-13.
- DCC DIGITAL CURATION CENTRE. Milena Dorbeva, Yunhyong Kim e Seamus Ross. **Manual de Referência de Curadoria Digital**. 2013.
- HIGGINS, Sara. **Curadoria Digital: O Surgimento de uma Nova Disciplina**. Revista Internacional de Curadoria Digital, v. 6, 2011.
- IBICT — Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia **Boas práticas para a construção de repositórios institucionais da produção Científica**. Brasília, DF: IBICT, 2012. 34 p. il. Cartilha.
- JORENTE, Maria José Vicentini; SILVA, Anahi Rocha; PIMENTA, Ricardo Medeiros. **Cultura, memória e curadoria digital na plataforma SNIIC**. Liinc em Revista, p. 9, 2016. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3637>. Acesso em: maio 2019.
- KAHN, Karen. **O papel do design da informação na curadoria digital de sistemas memoriais: um estudo do Museu da Pessoa**. 2009. Trabalho de conclusão de curso (Pós-graduação em Ciência da informação) — Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2018. p. 133-140. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/#!/pos-graduacao/mestrado-e-doutorado/ciencia-da-informacao/publicacoes-academicas/dissertacoes/>. Acesso em 3 jan.2020.
- LAGOZE, Carl et al. **What is a digital library anymore, anyway?** D-Lib Magazine, v. 11, n. 11, nov. 2005.
- MAGALHÃES, Rejane M. Moreira de A.; PEREIRA, Soraia Farias Reolon, (Org.). **Campanha Civilista: correspondência e estudos**. Rio de Janeiro, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012
- MARCONDES, Carlos Henrique. “Linked data” – dados interligados - e interoperabilidade entre arquivos, bibliotecas e museus na web. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 17, n. 34, p.171-192, maio./ago., 2012. ISSN 1518-2924. DOI: 10.5007/1518-2924.2012v17n34p171.
- NISO. **Understanding Metadata**. Bethesda. MD: Press, 2004. p.1. Disponível em: [https://www.scirp.org/\(S\(lz5mqp453edsnp55rrgjt55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1505515](https://www.scirp.org/(S(lz5mqp453edsnp55rrgjt55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1505515). Acesso em 15 dez 2019.
- NORA, Pierre; LE GOFF, Jacques. **História: novos problemas, novas abordagens, novos objetos**. Rio de Janeiro: F. Alves, 1995. 3 v.
- POLÍTICAS E DIRETRIZES DO RUBI. Rio de Janeiro, Fundação Casa de Rui Barbosa, 2017, Acesso em 05.fev/2020
- RIBEIRO, Cláudio José Silva; PELLEGRINO, Ana Lucia; OLIVEIRA, Andréia Carvalho de;

SCHMID, Martins Madalena; CARVALHO, Mariana; SILVA, Suellen Alves da; PINTO, Tiago Leite. **Bibliotecas e instituições de memória na web, dados ligados e web semântica: diálogos interdisciplinares**. Memória e Informação, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 53-72, jul./dez. 2017.

SAYÃO, Luis Fernando; SALES, Luana Farias. **Guia de Gestão de Dados de Pesquisa para Bibliotecários e Pesquisadores**. Rio de Janeiro : CNEN/IEN, 2015. 90 p.

SCHMID, Madalena Martins; FRANCO, Mariana Teixeira. **Estruturação Metadados: Álbum 50 fotos do Rio Antigo**, Coleção Iconografia Plínio Doyle, FCRB/CMI/AMLB. Coleção Armeilla. 2017. Disponível em: <https://portal.febab.org.br/anais/article/view/1984>. Acesso em: 20 jun. 2019.

Sites consultados:

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL (Brasil). BNDIGITAL

<http://bndigital.bn.br/acervo>

BIBLIOTECA NACIONAL DE PORTUGAL

<http://purl.pt/index/geral/PT/index.html>

BIBLIOTECA DIGITAL MUNDIAL

http://www.wdl.org/pt/search/?item_type=manuscript

BL - THE BRITISH LIBRARY – BIBLIOTECA BRITÂNICA

<http://www.bl.uk/>

DIGITAL CURATION CENTER. WHAT IS DIGITAL CURATION? <http://www.dcc.ac.uk/digital-curation/what-digital-curation>. Acesso 29/09/2015

BDLB – Biblioteca Digital Luso Brasileira

<http://bdlb.bn.br/acervo/>

DOCPRO TECNOLOGIA

<https://www.docpro.com.br/mainweb/quem-somos/>

EUROPEANA

<http://www.europeana.eu/portal/pt>

FLICKR

<https://www.flickr.com/> Museu Lisboa <https://www.flickr.com/search/?text=museus%20lisboa>

FUNDAÇÃO CASA DE RUI BARBOSA

<http://www.casaruibarbosa.gov.br/>

GREDOS – BIBLIOTECA DIGITAL

<http://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/1>

OCRB DIGITAL

<http://www.casaruibarbosa.gov.br/rbonline/>

WIKIPEDIA

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Brasil> (Acessado em Setembro/2018)

WIKIMEDIA COMMONS

<https://commons.wikimedia.org/wiki/Brasil> (acessado em setembro de 2017)

WORLD WIDE WEB CONSORTIUM (W3C)

<http://www.w3c.org>.

Antropologia digital e suas contribuições para a pesquisa de campo em ciências sociais na Pandemia do novo Coronavírus em 2020

Monica Machado

Rondon Marques Rosa

Juliana Bach

Débora de Castro Moreira Mesquita

O contexto da produção científica na emergência da pandemia do coronavírus em 2020 apresenta desafios expressivos desde março do corrente ano e ainda não há previsão até o momento, final do ano de 2020, de uma data para a vacina e imunização em massa. Experiências sociais como confinamento, lockdown ou isolamento nos afetam emocional e socialmente em nossas rotinas cotidianas, em vivências no mundo do trabalho e estudo. Para os cientistas sociais que precisam ir a campo para desenvolver suas pesquisas de pós-graduação o quadro é preocupante já que muitos recortes de estudo preveem metodologias qualitativas que requerem investidas no campo em diálogos com comunidades, grupos sociais e/ou indivíduos em relacionamento presencial.

Nesse sentido, o que propomos com esse artigo é compartilhar experiências de nosso grupo de pesquisa do CNPQ Mediatio – Mediações, Humanidades e Subjetividades – do Programa Eicos em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social do Instituto de Psicologia da UFRJ. Em especial, os estudos de nossa linha 01 que discute as relações entre mediações, humanidades e culturas digitais. Dialogando, portanto, com o conceito de antropologia digital de tradição inglesa objetivamos contribuir para ampliação dos olhares dos pesquisadores sociais para o campo digital como uma possibilidade para investimento de pesquisa. Obviamente aqui precisamos pontuar que nem todos os estudos no campo das ciências sociais permitem tal investida pois como sabemos o Brasil ainda é um país com forte desigualdade e, conseqüentemente, com expressiva exclusão digital e que, portanto, os mundos virtuais não estão a disposição de todos¹. Talvez nesse momento, estudos que

¹ De acordo com o relatório da Pesquisa Tic Domicílios 2019 do CETIC.Br publicado em maio de 2020, 20 milhões de domicílios brasileiros não tem acesso a internet, o que representa 28% da população nacional. Um a cada quatro brasileiros não usa internet. Dos 134 milhões de usuários de internet no país, 99% usam os telefones celulares e, destes, 58% usam exclusivamente os telefones celulares para conexão. Disponível em:

identificam que a exclusão digital é expressiva nos territórios onde sua pesquisa se situa e por isso não seria possível uma investida no campo dadas as dificuldades de mediação e sociabilidade com interlocutores online, um caminho interessante seria o de revisão do recorte de pesquisa: orientando o foco para a compreensão de quais seriam as políticas públicas necessárias para a ampliação do acesso às plataformas digitais, aos dispositivos e aprendizados sistemáticos sobre as linguagens digitais, com análises críticas sobre as suas oportunidades e riscos para as comunidades em questão.

As coordenadas do campo da antropologia digital

Os estudos do nosso grupo de pesquisa do CNPQ Mediatio – Mediações, Humanidades e subjetividades² se relacionam, desde 2015, com o conceito de antropologia digital de tradição inglesa. O olhar da antropologia para os modos de mediação sociocultural na contemporaneidade abre uma perspectiva de análise com foco nos usos sociais que os sujeitos fazem da cultura material. Nesse sentido, a tese de Douglas e Isherwood é referencial quando propõe pensar a cultura dos bens: “como a ponta do iceberg que revela toda a dinâmica sociocultural em curso” (2009, p.41). A leitura de Miller (2013) é paradigmática para essa visão ao, no espírito da tradição antropológica, sugerir que as práticas do consumo são sistemas comunicativos que falam de dinâmicas socioculturais mais amplas. Suas teses contribuem para afinar o olhar para os bens de consumo como categorias socioculturais, como espaços de produção de sentido, como ancoragens sociais.

O conceito de cultura digital na abordagem antropológica também se mostra como uma fértil contribuição teórica. No livro *Digital Anthropology* editado por Horst e Miller (2013), o conceito do digital é traduzido como tudo que tem sido desenvolvido ou pode ser reduzido à lógica binária, aos bits constituídos de 0 e 1. Deste modo, os autores argumentam que pensando o digital como binário é possível delinear seus precedentes históricos. Afirmam, portanto, que o sistema monetário moderno e suas consequências para a humanidade são análogos às questões da cultura digital. Assim como o dinheiro, o digital representou uma nova fase da abstração humana, produziu, paradoxalmente, a comoditização - mas também a pluralidade de culturas e a diferença. Neste sentido, ambos os processos se fundam no mesmo campo representativo: o virtual e as trocas simbólicas ampliam e democratizam as relações sociais, bem como produzem reflexos negativos. Em certa medida, o debate entre o digital e o humano coloca em perspectiva a profusão de abstração virtual que nos invade e supõe algum nível de superficialidade e dispersão. Assim, a expansão do ambiente digital vai produzindo efeitos diversos, plurais e, por vezes, divergentes. A pesquisa de Karanovic (2010) sobre os softwares livres relaciona tantos os efeitos positivos das novas formas

https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf Acesso em: 15 de out de 2020.

² O Grupo Mediatio - UFRJ está na plataforma do CNPQ. Disponível em: <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/466677> Acesso em 22 de nov. 2020.

de ativismo político juvenis pelas redes sociais, como salienta os conflitos institucionais que se agravam com a política de gratuidade no ambiente da internet. Na discussão entre políticas de gênero e ativação digital, Kelty (2008) documenta que a participação feminina em processos de open source é de apenas 1.5%. Verifica-se também que somente 13% dos autores que postam informações na Wikipedia são mulheres. Assim, pode se dizer que a cultura digital reproduz desigualdades entre gêneros. Um outro princípio relacionado à cultura digital refere-se ao debate sobre a autenticidade. A tese, por exemplo, de Turkle (2011) trabalha no sentido de revelar que a socialidade contemporânea gerou a perda do humano e como resultante, o processo tecnológico digital cria uma sociedade robotizada. Em contrapartida, Madianou e Miller (2012) demonstram que a narração sobre a maternidade das mães filipinas que migraram para Londres e estabelecem relações transnacionais com os filhos é construída na mediação digital. Assim, a autenticidade das relações de parentesco, nesse contexto, pressupõe uma arena de mediação com as novas tecnologias. O mundo online é simplesmente outra arena ao lado do mundo offline para a prática expressiva da maternidade e não há nenhuma razão para privilegiar um em detrimento do outro.

O debate da cultura digital a partir do viés antropológico refere-se também à experiência etnográfica e o quanto é possível traduzir suas interpretações de modo holístico. Embora possamos considerar toda etnografia como uma descrição densa de uma cultura local, como já afirmava Geertz (1973), há três dimensões do processo antropológico: os registros da análise do indivíduo na cultura, as questões que dizem respeito à própria etnografia e as questões que traduzem visões globais. Na discussão entre o local e o global, o debate antropológico sobre o relativismo cultural se insere na análise sobre o digital. Miller (2013) ao analisar os modos de interação social de moradores de Trinidad com o facebook, afirma que internet é sempre uma construção das comunidades locais, dado o modo singular de apropriação cultural. Mas esses usos sociais devem ser depois relacionados com experiências correlatas de outras culturas para visões mais holísticas.

U ponto de reflexão sobre o discurso antropológico no ambiente digital é a ambivalência entre a abertura e fechamento de visão de mundo. A teorização do dilema aparece na análise de Slater e Miller (2000) sobre o uso da internet em Trinidad. Os autores afirmam que a internet promove novas formas de aberturas, mas em seguida sofre novos constrangimentos e controles e geram ambivalência quando se pensa nas liberdades. O trabalho de Livingstone (2013) sobre crianças e os riscos da internet revela que, associados aos benefícios dos novos usos sociais da cultura digital, nota-se o crescimento do bullying virtual, da pornografia na rede, na profusão de sites pró-anorexia e imagens violentas que são compartilhadas por menores. Tais riscos são cada vez mais monitorados por pais, instituições escolares e governos. Morozov (2011) também observa que, assim como o twitter, o facebook, wikileaks ajudaram a facilitar os movimentos da Primavera Árabe, em contrapartida, os regimes opressivos do Irã e da Síria usaram as tecnologias digitais para identificar ativistas e puni-los. Assim

como Van Dijck em *The Platform Society* (2018) argumenta que em um mundo conectivo através de ecossistemas online há forte sensibilidade para questões ideológicas, jurídicas e políticas. Valores que circulam no neoliberalismo ou processos políticos autoritários são fortemente influenciados e influenciam as plataformas digitais em todos os continentes do planeta, embora o maior número de detentores dos ecossistemas digitais contemporâneos se concentrem no EUA e na China. A autora chama a atenção para a necessidade de políticas públicas de proteção dos direitos dos usuários, da ampliação das estruturas legislativas e instrumentos regulatórios para que os valores públicos democráticos sejam fortalecidos e aprimorados.

Por fim, é importante salientar que a experiência da antropologia em contexto digitais se organiza através da etnografia, essencialmente um campo teórico-metodológico por natureza antropológica. É de Miller (2013) a frase de que a internet é sempre uma “invenção cultural de seus usuários” e, por essa razão, é fundamental que pesquisadores invistam seu tempo de diálogo com interlocutores em ambientes presenciais ou digitais para que conheçam as genealogias da cultura, as relações institucionais, os vínculos entre pares, os modos de linguagens e expressões locais. Através da experiência etnográfica o estudo das vivências virtuais do Museu de Favela no Rio de Janeiro foi documentado (MACHADO, 2017) na partilha do legado e patrimônio das memórias sociais locais. No mergulho antropológico durante quase cinco anos de convivência local foi possível observar as vozes polifônicas da comunidade, os diferentes usos de plataformas digitais e as marcas sócio-históricas comunitárias nas partilhas das sociabilidades, do senso de cidadania, das conexões espirituais e os movimentos de literacias nas habilidades dos usos de redes sociais, aplicativos e dispositivos digitais.

Assim, observamos que o mergulho nas interatividades online se organiza sempre em análise comparativa com as experiências presenciais do grupo investigado, assim como nos auxiliam no diagnóstico de registros que são eminentemente locais e/ ou globais. Passemos agora ao detalhamento das contribuições dos estudos etnográficos para análise do digital e, em especial, em projetos que estabelecem essa correlação em nosso grupo.

Etnografia digital

Uma pesquisa etnográfica tem por objetivo conhecer eixos, morfologias, fisiologia e fenômenos sociais (MAUSS, 2006) e conseguir interpretá-los a ponto de produzir significados (GEERTZ, 1973). A partir de uma observação minuciosa - seja ela participante ou não - o etnógrafo busca encontrar objetividades partindo de um contexto altamente subjetivo que é o das relações humanas. Por ser uma atividade empírica, faz parte do exercício etnográfico a interpretação do contexto. A partir de um estudo do campo, a ciência etnográfica utiliza-se de diversos métodos (filológico, lexicográfico, morfológico, sociológico etc.) para conseguir transformar dados em fatos, métodos esses que serão experimentados e escolhidos no

decorrer da pesquisa de campo a partir do entendimento das particularidades do grupo que se está pesquisando.

Dentro do ambiente digital a etnografia não perde seu sentido, mas adapta sua abordagem para conseguir atender às minúcias e especificidades do contexto, tais como seus usos e apropriações. O potencial etnográfico do ciberespaço foi percebido por autores como Christine Hine (2004) já no início do século. Entendendo a internet como cultura (lugar, ciberespaço) e artefato cultural (produto da cultura), a autora considera que as tecnologias podem ser estudadas enquanto espaços de flexibilidade interpretativa, com usos e sentidos próprios que devem ser investigados a partir de seu contexto. A internet pode adquirir diferentes significados e identidades uma vez que ela é um veículo que conduz interações sociais e um produto dessas interações (EVANS, 2010). Quando analisada dentro de seus contextos específicos, ela não possui um caráter estático e, por isso, a imersão do etnógrafo é necessária. Não basta replicarmos os métodos etnográficos convencionais para dentro do ciberespaço uma vez que o concebemos como espaço próprio de construção de sentido, mas bebemos da fonte da etnografia tradicional para o analisarmos.

Entendendo que há uma materialidade própria dentro do espaço virtual, a etnografia digital busca compreender as relações criadas e estabelecidas dentro da internet, quais os significados que essa tecnologia adquire em determinados contextos, seus fenômenos, seus efeitos e suas especificidades. A internet seria, de acordo com Hine (2015), *embedded* (incorporada), *embodied* (corporificada) e *everyday* (cotidiana). Estas características incentivariam os pesquisadores a observá-la externa e internamente, já que ela aumenta as possibilidades de conexões entre pessoas e por ser uma experiência que excede as telas e age na vida dos usuários. Em outras palavras, há uma relação quase que de mutualismo entre usuários e rede, já que o meio digital se beneficia da contribuição dos usuários e vice-versa.

Em “How the world changed social media”, Daniel Miller et. al. (2016) apresentam a perspectiva de que as relações sociais produzem mudanças nas mídias sociais de cada grupo cultural e não o contrário. As formas de se relacionar e os usos específicos do ambiente digital para cada usuário e suas comunidades virtuais fazem com que a etnografia digital não se distancie do caráter original, significativo, *insightful*³ e sensível da etnografia dita tradicional. Ignorar as relações sociais que ocorrem dentro do espaço virtual seria, portanto, uma forma de não acompanhar os processos atuais de interação, o que restringiria a complexidade e o alcance que a Comunicação Mediada pelo Computador oferece. Beleli e Pelúcio (2018), ao dialogarem sobre a notabilidade da etnografia digital enquanto método de pesquisa, afirmam que:

As pesquisa nas e com as mídias digitais tornaram mais acessíveis e compreensíveis a vida íntima - afetiva, amorosa e sexual -, mas também potencializaram as expressões da intimidade público/privada, expandindo

³ Na falta de uma tradução literal adequada, o termo *insightful* é entendido aqui como a potencialidade de gerar ideias, conceitos e questões que a pesquisa etnográfica possui dentro do ciberespaço.

os limites investigativos. Temas antes restringidos pelas dificuldades impostas pela exposição face a face, na qual barreiras morais delimitam mais radicalmente o que se pode dizer ou mostrar passam a ser acessíveis. (BELELI; PELÚCIO, 2018, p.132)

A criação de comunidades, identidades e narrativas virtuais se estudadas são importantes formas de entendermos os processos sociais do século XXI. As pesquisas etnográficas no espaço virtual são, portanto, fontes ricas de conhecimento para desvendarmos questões contemporâneas como afeto, comunidade, interação, vínculos, relacionamentos etc. Explorar os processos e as relações que ocorrem dentro das redes sociais é um esforço que não deve estar alheio aos valores que penetram as relações offline (BELELI e PELÚCIO, 2018). O que as autoras querem dizer, e que Hine (2015) também vai ressaltar, é que a utilização e a interação nas redes sociais por parte dos seus usuários não ocorre em um vácuo temporal ou social, ela acontece concomitantemente aos processos sociais e temporais no contexto offline, este fato seria fundamental para comprovar a importância de se estudar as conexões interpessoais dentro desse espaço.

Ainda inclinado no debate sobre a relação direta entre etnografia dita tradicional e àquela realizada no ambiente virtual, Daniel Miller (2017) sublinha que, ao realizar uma pesquisa etnográfica digital, o pesquisador não pode ir a campo com hipóteses rígidas, uma vez que o método etnográfico é uma forma de engajamento com as pessoas e é no campo que as descobertas dos modos de interações e usos sociais se desvendam. Essas questões em particular são pontos de congruência entre as duas formas de se fazer etnografia dentro e fora do ambiente digital. Caberia ao pesquisador, portanto, interpretar o contexto virtual e extrair dele as produções de significado próprios dos usuários e suas comunidades.

Isabela B. Moura (2019), por exemplo, em sua pesquisa sobre *slow beauty* realizou uma etnografia digital para estudar esta cultura, partindo de uma análise da comunidade *Vivo Naturalmente*. A pesquisa envolveu a imersão nos grupos online nas redes sociais da comunidade com o objetivo de entender como se dava a construção de identidades e as relações sociais dentro destes espaços, tendo como pano de fundo a essência feminina evocada e suas dimensões políticas e sociais. A escolha da comunidade *Vivo Naturalmente* se deu, segundo a autora, pelo fato dela extrapolar os limites virtuais e coexistir no espaço offline, o que foi fundamental para a pesquisa. A partir de uma análise das redes sociais da comunidade, foi possível identificar que temas como política, consumo consciente e saúde eram frequentemente levantados no ambiente virtual o que revela o potencial que essas redes apresentam enquanto espaços comunitários de diálogo ativo e de construção de identidades.

Também trabalhando no campo da etnografia digital, Helena Varela (2018), estudou o processo de sociabilidade da comunidade de aprendizado sobre alimentação viva chamada de *Terrapia*. Como trajeto metodológico, a autora elaborou uma análise das redes sociais da comunidade a partir de um levantamento de imagens, análise de hashtags, busca geoespacial

do projeto e uma relação presencial de longo termo para observação das dinâmicas rituais da comunidade, bem com as interações digitais ali produzidas. O que foi percebido como resultado de pesquisa foi a relação entre empreendedorismo e redes sociais assim como a divulgação de um lifestyle próprio por parte dos integrantes desta comunidade, nesse caso relacionado à alimentação saudável.

Os trabalhos supracitados exemplificam os vários recursos e as possibilidades que o ambiente digital proporciona para a realização de uma etnografia, entendendo as particularidades e especificidades das relações dentro do ambiente online e sua associação com o offline.

Dialogando com a Análise do Discurso

Como vimos, os pressupostos da antropologia digital perpassam toda a produção do grupo de pesquisa em questão, o *Mediatio*. Ainda que nem todos os trabalhos empreendam uma metodologia de coleta de dados de cunho essencialmente etnográfico, todos os estudos partem de um referencial teórico que tem como base os conceitos oriundos desse campo de conhecimento. Como pode ser observado, nas publicações do grupo encontramos trabalhos em que o levantamento de material a ser analisado ocorreu por meio de pesquisa etnográfica baseada na observação participante on e offline, entrevistas conversacionais e/ou em profundidade (MACHADO, 2017; BARBOSA, 2019; OLIVEIRA A., 2020; OLIVEIRA C., 2020; VARELLA, 2018; MOURA, 2019), assim como trabalhos que partiram de dados públicos disponíveis na internet, sem a interação direta entre pesquisadores e interlocutores (HILAL, 2020, MACHADO et al., 2020).

Seja qual for a metodologia aplicada para a obtenção do material a ser compreendido pelo pesquisador, é necessária a interpretação e sistematização do conteúdo levantado. Cabe, então, ao pesquisador a articulação de métodos que, combinados, podem ajudar nessa tarefa. Para Hine (2015) a abordagem analítica do discurso pode contribuir para a formulação de insights importantes a partir dos dados coletados em campo.

Assim, a análise do discurso de tradição francesa, ainda que não seja a única alternativa possível, coloca-se como uma escolha alinhada aos objetivos das pesquisas de inspiração etnográfica por articular texto e contexto da enunciação (ORLANDI, 1999).

Ao se falar em análise do discurso de tradição francesa, dois autores geralmente encabeçam a lista de citações: M. Pêcheux e M. Foucault. Ainda que possam apresentar divergências, suas teorias convergem ao colocar na posição central a noção de acontecimento (SARGENTINI, 2006). Pêcheux, que recupera a obra de Bakhtin, encontra neste autor a necessidade de compreender a memória como constituída de traços sócio-históricos, produzindo as discursividades. Na análise do discurso proposta por Foucault, o próprio surgimento de um enunciado deve ser interrogado enquanto um acontecimento, uma ruptura histórica e não evidente. “Não era tão evidente que os loucos fossem reconhecidos como doentes mentais” (FOUCAULT, 2003, p.339 apud SARGENTINI, 2006). Deste modo, o

autor se volta à singularidade do enunciado enquanto acontecimento e propõe uma maior ênfase em desvelar os processos de constituição dos saberes e dos discursos.

Segundo Orlandi, “todo dizer é ideologicamente marcado” (ORLANDI, 1999, p.38 apud HILAL, 2020). Por ideologia, Orlandi se refere ao imaginário que nos relaciona com as nossas condições de existência, não como algo oculto ou conspiratório. Para a autora, a própria interpretação se relaciona com a questão ideológica, o que explica que um mesmo dito possa ser interpretado de maneiras diferentes por pessoas diferentes. A busca pelos sentidos necessariamente passaria pela relação entre linguagem e exterioridade, em que é preciso considerar sujeito, situação e memória discursiva (ou interdiscurso). Orlandi vai além e propõe que tal memória discursiva nos constitui, mas é constituída também de esquecimento, deixando a ilusão do próprio sujeito falante como origem do discurso: esquecemos quando foi a primeira vez que ouvimos algo e passamos a acreditar que aquele sentido vem de nós mesmos (ORLANDI, 2014). A autora argumenta que a análise do discurso trabalha com a memória dentro do texto, procurando perceber como a memória constitutiva do sujeito se revela, em dada situação, e que efeitos de sentidos são produzidos ali (ORLANDI, 2014).

Em artigo sobre as aproximações e afastamentos entre a Análise de Conteúdo e a Análise do Discurso de tradição francesa, Rocha e Deusdará (2005) destacam que esta última, enquanto uma metodologia qualitativa, afasta-se de uma visão conteudista de análise - em que se espera que o escrutínio de um material possa revelar um sentido oculto do texto. Em vez disso, a Análise do Discurso preocupa-se em sublinhar a incontornável implicação do pesquisador na construção do conhecimento. Assim, a ideia de imparcialidade do observador inexistente em tal abordagem, tornando necessária a problematização do distanciamento entre os saberes deste e dos produzidos na pesquisa. Na análise do discurso, a própria pergunta feita numa situação de entrevista deve ser questionada, uma vez que nela estão implícitas visões de mundo trazidas por aquele que a formula. Não mais uma ideia de uma ciência objetiva e neutra e sim o reconhecimento da subjetividade do pesquisador que interpreta os dados coletados. Desse modo, as respostas à pergunta norteadora não se encontram encobertas nas profundezas do texto a ser lido, mas são resultado de uma co-construção de sentidos em que pesam a situação de pesquisa, a posição na qual o pesquisador se coloca, a relação deste com o tema que pretende estudar e a interpretação ativa que ele empreende com base no material levantado. Para um analista do discurso, a simples produção linguajeira do indivíduo respondente não dá conta da complexidade dos diversos aspectos a serem considerados, assim como o conhecimento sobre um dado social não advém da simples soma das respostas dos indivíduos (ROCHA; DEUSDARÁ, 2005).

Indo além na discussão da implicação do pesquisador, Rocha et al. (2004) atentam para a necessidade de se pensar o lugar da enunciação. Os autores chamam a atenção para o fato de que, para que se proponha a realização de uma entrevista, ou um estudo sobre determinado discurso, é necessário que ele exista no universo dos discursos produzidos, ou

seja, que determinados textos tenham chegado a condição de possibilidade de surgimento e circulação. Mesmo assim, sabe-se que alguns textos circulam mais que outros, alguns tornando-se mais aceitos enquanto outros são mais restritos, cabendo ao pesquisador a tarefa de negociação para o acesso à essa produção textual. Seguindo nesse raciocínio, Rocha et al relembram que para a realização da pesquisa é necessário estabelecer um recorte, escolhendo entre os textos disponíveis aqueles que melhor se prestam a responder à pergunta norteadora. Os autores destacam o quanto há de interferência do pesquisador nessa operação: “em função do tipo de pesquisa, escolherá, por exemplo, tal ou qual jornal” (ROCHA et al., 2004, p. 10). No caso de uma metodologia baseada em entrevistas, tal envolvimento se torna ainda mais visível, demandando, então, a problematização da própria situação de entrevista de modo a não naturaliza-la (ROCHA E DEUSDARÁ, 2005; ROCHA et al., 2004). Para Rocha et al. (2004, p.11), o pesquisador, tanto ao fabricar um novo material através da entrevista ou ao se valer de textos já disponíveis e públicos, produz “um novo texto” ao reunir um conjunto de materiais que não estariam sendo analisados conjuntamente a não ser em função dos objetivos da pesquisa.

Passemos agora à ilustração de como o emprego dessa perspectiva se deu em trabalhos desenvolvidos por integrantes do grupo Mediatio.

Hilal (2020), em sua dissertação dedicada às narrativas digitais oriundas da campanha #primeiroassedio, em que mulheres relatavam no espaço público das mídias sociais as marcas da violência social sofridas na juventude, analisou 50 postagens feitas na rede social Twitter. Para empreender tal tarefa, a autora percorreu as condições sociopolíticas e culturais que viabilizaram a produção de tais discursos dessas mulheres na época da ação, em 2015, observando “as condições históricas por trás da quebra do silêncio, além de outras conformações culturais, ocorridas na ocasião, para que os discursos se organizassem como tais” (HILAL, 2020, p. 57). Nesse sentido, os comentários das mulheres na campanha #primeiroassédio foram analisados no contexto digital mas deslizando a análise para as condições sócio-históricas de produção dos discursos.

Arize Oliveira (2020) realizou uma etnografia com participantes de uma ONG LGBTQ+ procurando compreender se e de que maneira a internet fortalece a comunidade em questão. Para isso, a pesquisadora se valeu da observação participante presencial em atividades da ONG Casinha, entrevistas com voluntários e análise de publicações nas mídias sociais da ONG e dos entrevistados. A partir da triangulação dos dados, em sua proposta de análise a autora “considerou o entrelaçamento do digital com a cultura e com a socialização” (OLIVEIRA A., 2020). Inspirada por Hine (2015), Oliveira observou as escolhas e estratégias adotadas nos textos, procurando revelar configurações sociais, valores e pressupostos que emergem a partir da forma particular escolhida para descrever algo. Também no projeto as condições discursivas do grupo LGBTQ+ investigado foi mobilizado a partir da historicidade do movimento e seus desdobramentos no tempo e espaço.

As representações sociais e a antropologia digital em diálogo

As representações sociais podem ser lentes complementares analíticas em diálogo com os elementos levantados pela antropologia digital. De alguma forma, ambas buscam identificar e descrever a formação de padrões com os quais as pessoas percebem o mundo. A produção de parâmetros disseminados pela sociedade é analisada na perspectiva das representações sociais por Serge Moscovici (2007, 2015) e Denise Jodelet (1989, 1993, 2015), que dão maior centralidade aos processos comunicacionais como provocadores e carregados de efeitos dessas similaridades de objetivos na forma de se expressar, dentro do escopo de análise da Psicologia Social. Ao mesmo tempo, a Antropologia Digital percebe o meio digital como estruturado para a efetivação das relações sociais, mas essa interação não é vista de uma forma romantizada, ou como ferramenta salvadora de novas relações sociais, ou ainda como responsáveis pela geração dos malefícios da humanidade contemporânea. Os estudos nesse direcionamento norteiam os conceitos que mostram a dialogia nos contatos estabelecidos seja de forma online ou offline, evidenciando condutas que podem ser efetivadas de forma desigual ou semelhante na comparação entre eles, como apontam Daniel Miller (2016a, 2016b), Mônica Machado (2017, et al., 2017, 2019), Christine Hine (2015) e José Van Dijck (2013).

A pesquisa de doutorado ainda em desenvolvimento por Rondon Marques Rosa utiliza essas duas linhas de pesquisa de forma imbricada para a investigação das representações sociais que são identificadas sobre a profissão da docência, utilizando recursos disseminados no meio digital e contrapondo-os com a percepção dos professores. O estudo pauta-se nas propagandas divulgadas no ambiente virtual, feitas em homenagem ao Dia do professor, e seu cruzamento com os comentários, com um questionário digital e com entrevistas em profundidade. Quando os ambientes são mistos, online e offline, a flexibilidade permite a avaliação do meio mais apropriado, sendo que os parâmetros de participação e as bases devem ser visíveis um ao outro, possibilitando ganhos epistêmicos similares aos processos convencionais. O ambiente da internet deixou de ter a centralidade na pesquisa, o que fez com que o contexto no qual ela está imersa tivesse maior foco, motivando as pesquisas baseadas na interação. Na perspectiva de uma vida cada vez mais mediada pela tecnologia, chamada por Hine (2015) de E3 (envolta, incorporada e cotidiana⁴), já citado anteriormente. A pesquisa relacionada ao conteúdo da internet não deve ser localizada, já que ela pode circular além do ambiente de sua origem e pode receber significados diversos dependendo dos contextos de uso. Os métodos alternáveis afinam-se ao ambiente tecnológico da internet, mesmo que o contato não esteja confinado exclusivamente à rede digital, e inspiram a busca de identificação do campo com o

surgimento de objetos de estudo que não estão confinados a sites únicos,

⁴ “Embedded, Embodied and Everyday” (tradução nossa).

sejam eles online ou offline, mas permitem a exploração de diversas formas de conexão. e circulação entre eles. A abordagem das mobilidades permite que objetos de estudo não localizados espacialmente sejam focalizados em padrões de conexão e circulação, e isso é particularmente apropriado para uma Internet envolta e incorporada (HINE, 2015, p. 64).

Como componentes inerentes às interações humanas, seja de forma presencial ou digitalmente, as representações sociais não podem ser atribuídas a uma única pessoa. Elas não são o reflexo do comportamento ou estrutura social e sim os condicionam, por isso os atos de questionar e pensar são estudados por intermédio das circunstâncias e das ações que permeiam todas as camadas da sociedade. As formas de justaposição desses elementos são vistas com dois vieses, convencionalizando, quando enquadram as pessoas, objetos e fatos em padrões partilhados; e prescrevendo, quando o modelo precede ao signo, suprimindo características para a aproximação pela semelhança. Jodelet (2015) analisa na perspectiva de um tríduo que as compõem: a) subjetividade, que são as questões da constituição interior do indivíduo, que é necessária para estabelecer o ponto de vista do sujeito; b) intersubjetividade, que está conectada ao contexto que recupera os sentidos, interferindo na decodificação e na produção de significados; e c) trans-subjetividade, que atua no nível pessoal e no grupo, podendo ser localizada na forma de uma racionalidade.

Por subjetividade, consideramos as questões que perpassam a forma de constituição interior do indivíduo. Essa perspectiva é necessária para estabelecer o ponto de vista do sujeito perante as interações compartilhadas socialmente. Questões como a cognição, a condição emocional, as experiências prévias, a opressão e a resistência podem interferir nas formas de recepção e adoção de condutas. Ao olhar para a subjetividade, mostramos que a representação adquire uma função expressiva mostrando o significado que determinado objeto social cumpre individualmente ou para um grupo. Podemos observar essas expressões, mesmo que no espaço público, nos comentários feitos nas postagens em ambiente digital ou até mesmo pelo nível de aceitação dentro de uma comunidade, por exemplo. Essa identificação assemelha-se com a perspectiva buscada na pesquisa sobre a cultura *slow beauty* e a comunidade *Vivo Naturalmente* (MOURA, 2019), já descrita anteriormente, que mostrou como os significados são produzidos nas interações das trocas na cultura material, fazendo com que ela se manifeste como bens de consumo em uma política estruturada por intermédio das representações sociais. Trabalhando com perspectiva de Stuart Hall (2016), Moura percebe as representações sociais como capazes de interferir nas vidas psíquica e coletiva classificando, codificando e transformando as dimensões que são sensíveis em estrutura inteligíveis. Nas práticas que envolvem o cuidado com a beleza foram verificadas as vivências de formação de mitos, de produção de ritos e de atribuídos sentidos mágicos pelas participantes do grupo.

O campo da intersubjetividade está conectado ao contexto que recupera as

representações formuladas na interação social, principalmente de forma verbal direta. Essa interação dialógica é escopo integrante da psicologia social, assim como é o ponto de atenção das ações terapêuticas, ao intervirem na forma como as pessoas relacionam com o mundo a sua volta. A estrutura já estabelecida nesse espaço de interação também interfere nesse processo de decodificação e produção de significados. Uma pesquisa desenvolvida pelo grupo, que já foi citada e exemplifica esse tipo de produção de sentidos no meio digital é a investigação sobre as formas de interação da comunidade Terrapia (VARELLA, 2018) com as práticas de alimentação viva e seus compartilhamentos nas redes sociais. A linguagem (sons, palavras, imagens e objetos) é verificada como meio de construção de sentidos por intermédio de sua função simbólica. Nesse caso foram destacadas principalmente as fotografias compartilhadas nas redes sociais como forma de divulgação de suas atividades e que cria uma forte relação dos alimentos produzidos e ingeridos no projeto com a estética propagada. Além dos cuidados com a qualidade dos alimentos, sem o uso de conservantes e outras interferências químicas, a disposição e o uso de elementos com uma diversidade de cores provoca a apreciação e aguça o sabor, mesmo de quem vê apenas na postagem.

Complementando essa perspectiva tripla, além das duas esferas anteriores, a trans-subjetividade atua tanto em nível pessoal, como em grupo. Ela pode ser localizada nas expressões discursivas e diálogos na forma de uma racionalidade que estrutura determinada linha de pensamento. Esses pensamentos e condutas alinham-se de acordo com a estrutura de ascensão, com a localidade de efetivação, com o momento histórico, com o campo de expressão e outros condicionantes que contribuem para sua organização. Eles podem ainda ser compartilhados por determinado ser ou grupo por perceberem neles uma adequação, que pode ser resultado de princípios, de evidências empíricas, de conclusões do campo lógico e valores morais. Como exemplo de pesquisa do grupo que produziu e aponta nessa direção, podemos citar a investigação sobre o uso da #primeiroassedio, na campanha de relatos sobre os abusos sofridos por mulheres (HILAL, 2020). Buscou-se averiguar as condições sociopolíticas e culturais que possibilitaram que o movimento afluísse e permitisse maior visibilidade para o posicionamento das mulheres depoentes.

Na pesquisa em questão, cada fase de efetivação do estudo se identifica com maior intensidade com uma das três perspectivas, mesmo que essa correlação não seja integral. A subjetividade será verificada especialmente nas entrevistas em profundidade, quando será incentivada a maior expressão dos docentes entrevistados, possibilitando a percepção de aspectos mais profundos dos efeitos das representações sociais na constituição do sujeito. A intersubjetividade poderá se melhor percebida no questionário e em dados gerais sobre o campo estudado. Já a trans-subjetividade ressaltará o direcionamento dado às postagens propagandísticas em confronto com os comentários expostos nelas. Como indicado, essas correlações não são estanques, sendo que cada etapa pode contribuir com o reforço e a contraposição de qualquer uma das perspectivas.

Considerações finais

O momento de maior reclusão imposto pelo cenário de pandemia mundial acentuou as discussões em torno dos usos de meios digitais para a efetivação da maior parte dos contatos pessoais e profissionais. A disseminação do novo coronavírus estabeleceu o distanciamento social como uma estratégia importante de prevenção, principalmente, com a suspensão de atividades presenciais de trabalho, educação, comércio e diversas outras ações de produção, serviços e consumo. Os dispositivos móveis tornaram-se ferramentas ainda mais potentes para as mediações da vida cotidiana e modos de interação social.

Com esse artigo, procuramos compartilhar as experiências teórico-metodológicas de nosso grupo de pesquisa do CNPQ Mediatio com intuito de colaborar em insights para diversos pesquisadores no campo social nesse contexto pandêmico, já que muitos estão impossibilitados de ir ao campo presencial até que tenhamos condições de biossegurança para isso. As pesquisas no nosso grupo, todas com pontos de contato com a antropologia digital, de natureza etnográfica ou articuladas transversalmente com outros campos como a análise do discurso e estudos de representações sociais, objetivam dar complexidade ao mundo digital discutindo suas potências para abertura ou fechamento de visão de mundo. As expressões comunicativas efetivas no campo digital delineiam as formações de estruturas de sociabilidade constituídas revelando paradoxos, contradições e complexidades. A proposição de Hine (2015) de que a internet se articula de forma incorporada, envolta e cotidiana é confirmada em nossas pesquisas. Aprendemos com as trocas em nosso grupo que as sociabilidades online nas comunidades do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho mantém muito das marcas socioculturais das experiências locais precedentes: como o espírito de solidariedade comunitária, as trocas de apoio e ajuda mútua, os conflitos sociopolíticos, as conexões com espiritualidade e o senso de humor. Através de nossos projetos, os que já foram concluídos e os que ainda estão em andamento, observamos como a imersão em um grupo de incentivo do consumo de alimentação viva - o Terrapia - possibilitou a percepção de como uma prática voltada ao contato e preservação das propriedades físicas da alimentação viva é traduzida nas mediações das redes sociais. Ao mesmo tempo, tivemos a oportunidade de discutir as argumentações de mulheres na busca de acomodação psicossocial dos traumas por intermédio da campanha #primeiroassédio. Também investigamos a regularidade das trocas de afeto que apoiam a comunidade LGBTQ+ com observação participante para a compreensão da ampliação do raio de atingimento com o uso das redes sociais. Entre os projetos em andamento, estamos no processo de investigação das representações sociais verificadas e produzidas na projeção de imagens sobre os profissionais da educação no meio digital. Em um outro estudo, estamos examinando de que forma a publicação, por uma página de facebook, de memórias de pessoas em situação de rua se relaciona com a Cultura da Conectividade (VAN DIJCK, 2013), procurando perceber se, e como, isso altera

a produção das representações sociais acerca desse grupo⁵.

Para finalizar, é interessante mencionar um vídeo institucional recentemente lançado por Miller (2020) sugerindo algumas ideias que possam colaborar para pesquisadores que fariam seu trabalho de campo presencial para que invistam seu tempo de pesquisa online. Partindo da discussão sobre a etnografia em contextos comunitários, Miller argumenta que o estar lá é que vai produzir o contorno conceitual da pesquisa, por mais que antropólogos planejem uma arquitetura metodológica prévia, o trabalho de campo é que nos orienta sobre as interações sociais de um dado grupo. Sendo assim e considerando que o digital é parte do cotidiano da vida de muitos grupos sociais (não de todos, como já mencionamos aqui, especialmente nos países em desenvolvimento onde a exclusão digital ainda é alta) a recomendação da observação participante em comunidades online é uma interessante sugestão. Um caminho possível, diz ele, é ajudar a comunidade local a atuar digitalmente, assim como seria no campo presencial, o etnógrafo poderia ajudar a construir um barco ou uma casa em dado grupo social. Assim participar da criação de uma página em rede social, a criar uma revista digital ou operar aplicativos do celular é participar da vida local dos moradores. A experiência solidária é uma porta para a entrada na vida social comunitária e nos engajamentos que tal comunidade opera, seja nos rituais ou nas práticas sociais que desenvolvam as amizades, os relacionamentos que, nesse caso, se organizam online no contexto pandêmico mas que fortalecem os vínculos sociais para o offline. A construção dessa rede de confiança é de suma importância para o desenvolvimento da pesquisa. Os pressupostos éticos devem ser regulados pela sensibilidade do pesquisador em garantir privacidade aos participantes da pesquisa e confidencialidade dos dados ao traduzir o texto para o relato científico preservando a autenticidade das fontes, quando assim acordado. Miller ainda argumenta que evidentemente a experiência de observação participante online não será igual ao offline, questões de pesquisa e objetivos deverão ser repensados, mas o senso de cotidianidade, a compreensão de regularidades da vida cultural, a apreensão de como um dado grupo social se percebe e como lida com normas, práticas sociais e valores pode ser observado online. Por fim, ele argumenta que para aqueles dispostos a aventura da reinvenção da pesquisa, as descobertas de seus estudos podem ser efetivamente originais e surpreendentes.

⁵ Entre outros estudos (concluídos ou em desenvolvimento) que não foram citados de modo mais extenso.

Referências bibliográficas

- BARBOSA, N. C. **O desafio da interação na solidão do hospital: limites e possibilidades das redes socioafetivas nas mídias sociais**. Rio de Janeiro, 2019. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.
- BELELI, I.; PELÚCIO, L. “Aperte play para iniciar: desafios metodológicos de pesquisas nas mídias digitais”. In: DURÃO, S.; FRANÇA, I. L. (Org.). **Pensar com método**. Rio de Janeiro: Editora Papéis Selvagens, 2018.
- DOUGLAS, M; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- EVANS, L. Authenticity Online: using webnography to address phenomenological concerns. In: MOUSOUTZANIS, A.; RIHA, D. (orgs.). **New Media and the Politics of Online Communities**. Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2010.
- GEERTZ, C. **A interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.
- HILAL, C. **O abuso sexual no espaço público: narrativas digitais do sofrimento**. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.
- HINE, C. **Etnografia Virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004.
- HINE, C. **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday**. Londres: Bloomsbury Publishing, 2015.
- JODELET, D. **Les Représentations sociales**. Paris: Presses Universitaires de France. 1989.
- _____. **Representações sociais: um domínio em expansão**. Rio de Janeiro: UERJ, 1 1993, 17-29.
- JODELET, D. **Représentations sociales et mondes de vie**. Paris: Editions des Archives contemporaines. 2015.
- LIVINGSTONE, Sonia; HELSPER, E.J. Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. **New media & Society**, 2007, vol. 9, no. 4: 671-9.
- KARANOVIC, J. **Sharing Publics: democracy, cooperation, and free software advocacy in France**. PHD diss. New York University, 2008.
- KELTY, C. **Networking Futures**. NC: Duke University Press, Durham, 2008.
- MACHADO, M., MARQUES, R, VIANA, B. J., MESQUITA, D. **De repente, escola em casa – análise da recepção digital ao aplicativo SME Carioca 2020**. Encontro virtual da ABCiber, 2020, on-line. Anais.
- _____. A teoria da antropologia digital para as humanidades digitais. **Revista Z Cultural**, 2, 2019.
- _____. **Antropologia digital e experiências virtuais do Museu de Favela**. Curitiba: Editora Appris, 2017a.
- _____. Antropologia digital e culturas juvenis: os usos de mídias sociais na favela do Cantagalo, Pavão e Pavãozinho. In: PEREIRA, C, BELEZA, J. **A cultura material nas (sub) culturas juvenis: do DIY às trocas digitais**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 47-67, 2017b.
- _____.; BURROWES, P.; RETT, L. **Para ler a publicidade expandida: em favor da literacia midiática dos discursos das marcas**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. Anais. São Paulo: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2017c. p. 1-15.
- MADIANOU, M; MILLER, D. **Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia**. London: Routledge, 2012.
- MAUSS, M. **Manual de etnografia**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2006.

MILLER, D. How to conduct an ethnograph during social isolation. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCEP6WKIxwJl9jvtWfL3uvrQ> Acesso em: 27 out 2020.

_____. Anthropology is the discipline but the goal is ethnography. In: **HAU: Journal of Ethnographic Theory**, v. 7, n. 1, p. 27-31, 2017.

_____.; *et al.* **How the world changed social media**. London: UCLPress, 2016a.

_____. **Social Media in an English Village**. London, UCL Press, 2016b

_____.; HORST, H. **Digital anthropology**. London: Bloomsbury Academic, 2013.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes. 2007.

MOURA, I. B. **Bruxas de Hoje: conexões presenciais e digitais da comunidade Vivo Naturalmente**. Rio de Janeiro, 2019. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

MOZOROV, E. **The Net Delusion**. London: Allen Lane, 2011.

OLIVEIRA, A. F. S. **Lugares do arco-íris: um olhar para comunidade LGBTQ+ a partir da Antropologia Digital**. Rio de Janeiro, 2020. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

OLIVEIRA, C. C. M. **Relações familiares mediadas: afetos e conflitos dentro e fora do mundo digital**. Rio de Janeiro, 2020. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas (SP): Pontes. 1999.

_____. Sentidos em fuga: efeitos da polissemia e do silêncio. Palestra proferida no Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Rio de Janeiro, ago, 2014. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=k4GHvFryj0&list=PLJ1EETucCQ8rkACQzUX6LHoqo6oy6fZ9b&index=1>>.

ROCHA, Décio; DEUSDARÁ, Bruno. Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re) construção de uma trajetória. **Alea: estudos neolatinos**, v. 7, n. 2, p. 305-322, 2005.

_____.; DAHER, Maria Del Carmen; DE ALBUQUERQUE SANT’ANNA, Vera Lúcia. A entrevista em situação de pesquisa acadêmica: reflexões numa perspectiva discursiva. **Polifonia**, v. 8, n. 08, 2004.

SARGENTINI, V. M. O. Os estudos do discurso e nossas heranças: Bakhtin, Pêcheux e Foucault. **Estudos Linguísticos XXXV**, p. 181-190, 2006.

SLATER, D; MILLER, D. **The Internet: An Ethnographic Approach**. Oxford: Berg, 2000.

TURKLE, S. **Alone Together**. New York: Basic Books, 2011.

VARELLA, H. B. **Terrapia: o diálogo da alimentação viva na cultura local e digital**. Rio de Janeiro, 2018. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia social) — Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

VAN DIJCK, J. **The Culture of Connectivity: a critical history of social media**. UK: Oxford University Press, 2013.

_____.; POELL, T; WAAL, M. **The Platform Society: public values in a connective world**. UK: Oxford University Press, 2018.

Lugar social na página Capão Atento durante a pandemia de Covid-19

Thainá Queiróz Alves

A última década é marcada pela emergência das novas tecnologias de comunicação e informação, uma vez que possibilitaram a disseminação de redes sociais virtuais e o uso de dispositivos móveis, permitindo que pessoas comuns difundissem conteúdos a respeito de suas vidas, experiências, interesses etc., através de narrativas e opiniões próprias aliadas às interações sociais no ambiente virtual. Assim, as redes sociais virtuais surgem como plataformas de interação e conectividade entre pessoas, sendo possível a troca de mensagens instantâneas e compartilhamento de conteúdo.

O advento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Entre essas mudanças, temos algumas fundamentais. A mais significativa, para este trabalho, é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC). Essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros. (RECUERO, 2009, p. 22)

De acordo com o relatório divulgado pelo Cetic¹, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, o Brasil alcançou 134 milhões usuários na internet (74%), em que nota-se a presença de internet em 50% dos domicílios na área rural e entre as classes sociais D e E. A pesquisa aponta, similarmente, que o celular é o dispositivo mais usado para conexão, atingindo cerca de 99% dos usuários, em que 58% deles acessam a internet somente pelo celular.

Segundo o mesmo relatório elaborado pelo Cetic – sobre os hábitos de consumo na internet – 74% dos usuários assistem vídeos, programas, filmes ou séries; 72% ouvem música; e 56% lêem jornais, revistas ou notícias na grande Rede. Vale elucidar que os dois primeiros indicadores são mais comuns entre usuários da classe social A (37%). Desse modo, valendo-se de análise feita por Raquel Recuero (2009, p.27),

entender como o os atores constroem esses espaços de expressão é também

¹ Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (cetic.br) - Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros –TIC Domicílios 2019

essencial para compreender como as conexões são estabelecidas. É através dessas percepções que são construídas pelos atores que padrões de conexões são gerados.

Com a maioria da população familiarizada com o uso da internet e das redes sociais virtuais para diversas atividades, os meios de difundir mídia também adaptaram-se e cada vez mais têm se ampliado. Porém, a concentração de conteúdos ainda é feita por poucos grupos empresariais dos quais continuam detentores, monopolizando a comunicação a partir de interesses específicos.

A Comunicação no Brasil, salvo raras exceções, sempre foi operada como um instrumento a serviço de interesses políticos ou econômicos, ambos na maioria das vezes concentrados no mesmo grupo empresarial e nos veículos por ele controlados. Cristalizou-se no país a ideia de que a comunicação é um negócio como outro qualquer obscurecendo no imaginário da sociedade a possibilidade da existência de alternativas. (LEAL FILHO, 2017, p. 41)

Nesse cenário, o presente artigo visa apresentar breve análise sobre as novas formas de informação, modos para pensar o local e a inserção do contexto de pandemia da Covid-19 que assolou o mundo todo baseando-se no caso do “Capão Atento”², página presente na mídia social Facebook³ que produz notícias diariamente sobre o que ocorre no bairro do Capão Redondo, periferia localizada no extremo Sul da cidade de São Paulo, capital do estado mais desenvolvido do Brasil: São Paulo.

Do lado Sul do mapa

Capão, no dicionário, significa formação arbórea de pequenas dimensões e foi assim que o bairro se constituiu no início do século XIX. Localizado na periferia de Santo Amaro, que no período era um município pertencente ao Estado de São Paulo, o Capão Redondo já no início do século XX configurava-se como área de lazer por quem se beneficiava da extensa área verde para acampar e caçar. No entanto, nas décadas seguintes a região começa a incorporar seus primeiros habitantes fixos a partir de chácaras e pequenas propriedades sendo notável, posteriormente, adensamento habitacional excessivo e coabitação no bairro com o surgimento de grandes favelas já nos anos 1970.

Ao longo das décadas de 1970 e 1980, entretanto, a população residente nesse tipo de assentamento aumentou muito em São Paulo. Atualmente as favelas são um retrato da alta prevalência de situações de pobreza e de uma política habitacional ineficaz por parte do Estado. (...) Por se tratarem de áreas problemáticas sob o aspecto da legalidade da terra e caracterizadas

2 <https://www.facebook.com/CapaoAtento/>

3 Com pouco mais de 130 milhões de perfis no Facebook, Brasil é o terceiro país no mundo com mais usuários na plataforma. Fonte: Meio&Mensagem. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/02/28/brasil-e-3a-maior-base-do-facebook.html>

por uma ocupação desordenada, as favelas são normalmente locais com deficiências dos serviços de infraestrutura urbana e com oferta insuficiente de equipamentos. (SARAIVA; MARQUES, 2005)

Atualmente, o Capão Redondo ainda reflete o caráter excludente que a metrópole trajou na metade do século XX, sendo bastante comum em regiões que estão situadas fora do centro expandido, caracterizado pelos baixos indicadores sociais, infraestrutura urbana insuficientes e carências nos serviços públicos adequados. Nesse panorama surge o “Capão Atento”, resultado da proliferação de páginas de comunidades nas redes sociais virtuais simultaneamente com aspectos ativistas, a fim de preencher as demandas de informação local e reivindicar melhorias no bairro.

Em termos de gênese, esses movimentos são amplamente espontâneos em sua origem, geralmente desencadeados por uma centelha de indignação, seja relacionada a um evento específico, seja um acesso de aversão pelas ações dos governantes. Em todos os casos, tem origem num apelo à ação proveniente do espaço dos fluxos, que visa a criar uma comunidade instantânea de prática insurgente no espaço e lugares. (CASTELLS, 2013, p. 131).

A página “Capão Atento” foi criada em 21 de julho de 2015 e, atualmente, conta com 185.019⁴ seguidores e 160.332 curtidas na mídia social Facebook. Os idealizadores buscaram desenvolver na página uma proposta de jornalismo colaborativo, feito por moradores e alimentado pelos seguidores aos quais contribuem diariamente com o conteúdo. O editorial trata de assuntos como segurança pública, saúde, mobilidade, cultura, causas sociais e divulgação de pequenos empreendedores na região do Capão Redondo e adjacências, sem ignorar as principais notícias que acontecem na cidade de São Paulo e no Brasil.

Trazendo conteúdo com teor crítico e objetivo, a página convida o leitor a reivindicar os interesses da população local afirmando que a informação feita com qualidade fortalece a sociedade, quebra paradigmas, amplia a liberdade de expressão e, conseqüentemente, resulta em um progresso para a população. A partir desses aspectos, Cicília Peruzzo (2009, p.132) destaca:

No conjunto, a comunicação alternativa representa uma contracomunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e das “comunidades”, e que visa exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar a informação e o acesso da população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social.

Sobre essas novas formas de comunicação, Claudia Nonato (2018) afirma que por muitos anos a “periferia ficou de fora dessa busca por novas alternativas [...] diante do monopólio que caracteriza a grande mídia brasileira, existe um silenciamento em relação a temáticas que não estão no foco de interesse de grandes grupos”. E a partir do surgimento

⁴ Última verificação em: 01/09/2020

de movimentos e coletivos presentes na própria periferia, essa realidade tem sido atenuada, refletindo na valorização deste espaço e rompendo com os estereótipos reforçados pelos meios de comunicação tradicionais.

Metodologia

Em torno do que foi proposto, o artigo busca traçar uma metodologia que inclui pesquisa bibliográfica para refletir acerca da atuação das mídias comunitárias e a presença das redes sociais virtuais, articulando com compreensões em torno das interações, mediações e formação de identidade.

Para tanto, foi incluso o método netnográfico com o objetivo de estruturar análises acerca das publicações e interações entre usuários e página na mídia social Facebook, tendo como base teórica a compreensão de Robert Kozinets (2014):

A netnografia é pesquisa observacional participante baseada no trabalho de campo online. Ela usa comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal. (KOZINETS, 2014, p.62).

A análise das publicações da página foram feitas diariamente no horário noturno, abarcando o período de 17 de março, quando foi confirmado o primeiro óbito em virtude da Covid-19 no Estado de São Paulo, até 01 de setembro de 2020 com o anúncio feito pelo Presidente da República, Jair Bolsonaro, sobre a redução de 50% do valor do auxílio emergencial.

Por se tratar de uma página que detém grande número de seguidores e de publicações, por mês, foi estabelecida a verificação de 10 comentários aleatórios de cada postagem durante o período determinado a fim de mensurar as reações a partir dos comentários feitos pelos usuários na página.

Com base na observação dos comentários feitos pelos seguidores da página, constata-se a relação de credibilidade e reconhecimento social ao averiguar o vínculo de “companheirismo” entre os mesmos e a página da mídia social, sendo esta perspectiva desenvolvida por Manuel Castells (2013, p.131), “as redes sociais horizontais, multimodais, tanto na internet quanto no espaço urbano, criam companheirismo. Essa é uma questão fundamental para o movimento, porque é pelo companheirismo que as pessoas superaram o medo e descobrem a esperança”.

Contudo, a categorização das publicações propôs a divisão por temas-chaves, a saber: números de casos no estado e/ou região (divulgação: Ministério da Saúde, Secretaria de Saúde do Estado e Consórcio de Veículos de Imprensa); ação local/região; medidas da prefeitura, governo do Estado e presidência; auxílio emergencial; desmentindo fake news; infectados, recuperados e óbitos na região; e outros (texto livre, orientação aos leitores, denúncias sobre aglomeração na região).

Esses aspectos encontrados na página demonstram as potencialidades do “Capão

Atento” em constituir-se enquanto comunicação comunitária, principalmente por abarcar os anseios dos moradores da região, difundir informação e divulgar projetos sociais locais, para além do que os grandes meios de comunicação não registram, descortinando o que é a periferia. Não obstante, a atuação da página desperta a consciência social necessária para que os moradores reivindiquem melhorias.

Cobertura durante a Covid-19

No decorrer da pandemia de Covid-19, o “Capão Atento” dedicou-se a publicar informações com o objetivo de atualizar os moradores sobre o número de casos e medidas feitas por parte da Prefeitura e Governos Estadual e Federal para reduzir o avanço do vírus. A cobertura especial contou com atualizações diárias, principalmente pela falta de informações consistentes sobre a pandemia na periferia e o avanço de notícias falsas que reduziam os riscos do novo Coronavírus, contribuindo para a desinformação. Em dado momento, conforme o avanço do vírus se intensificava, a página destinou um espaço exclusivo para que os seguidores fizessem denúncias e reclamações em relação ao descumprimento de medidas de enfrentamento adotadas no Estado.

Um vírus até então desconhecido capaz de ser confundido com um resfriado comum ou mesmo causar insuficiência respiratória no paciente infectado, surgiu em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, na China⁵. Desde esse momento, o vírus tem se proliferado exponencialmente por todo o mundo acarretando em 36.843.095 casos confirmados e 1.068.420 óbitos em virtude do novo Coronavírus⁶.

De acordo com o Ministério da Saúde, o vírus chegou em janeiro deste ano no Brasil e mesmo com medidas de contenção no início da pandemia, tais não foram suficientes para que o avanço fosse contido. Nesse momento, o país totaliza 150.198 óbitos e 5.082.637 casos confirmados, sendo o 4º com maior em letalidade da Covid-19⁷.

Como eixo temático deste artigo, o Estado de São Paulo apresenta, até o momento, 36.220 óbitos e 1.004.579 casos confirmados. No entanto, esse número triplica ao considerar as desigualdades socio-territoriais como aponta o levantamento Mapa da Desigualdade, elaborado pela Rede Nossa São Paulo⁸. Os distritos que têm alto número de óbitos por Covid-19 são localizados em favelas em razão da vulnerabilidade e pouca atenção do poder público, estimando números 3 vezes maiores que a média do Estado.

Observando-se as publicações do “Capão Atento”, é notável a preocupação dos administradores da página com a população, partindo do pressuposto que há bastante

5 <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca#o-que-e-covid>

6 Universidade Johns Hopkins (Baltimore, EUA), autoridades locais. Números atualizados pela última vez em 8 de outubro de 2020.

7 <https://covid.saude.gov.br/>

8 <https://www.nossasaopaulo.org.br/2020/06/24/edicao-extraordinaria-do-mapa-da-desigualdade-indica-o-entereco-como-fator-de-risco-na-pan/>

descrença por parte dos moradores sobre o contágio e as divergências entre o poder público, cientistas e a mídia tradicional, além das condições de habitação e as necessidades do cotidiano não permitirem que o isolamento fosse adotado de maneira eficaz, ao ponto de o número de óbitos por Covid-19 dobrar na região com “alta de 110% e as mortes que eram 60 até o dia 30 de abril, em 14 de maio passaram para 126 óbitos”⁹. Do ponto de vista de Alessandra Possebon (2011):

Apesar de discutível, a internet mostra-se como uma possibilidade de quebrar o pensamento único sustentado pelo oligopólio da comunicação e demonstra a vulnerabilidade do atual modelo de comunicação. Um jornalismo que apesar do pouco alcance em relação à grande mídia é necessário para o enriquecimento do espaço público e para o fortalecimento de organizações políticas e sociais. (POSSEBON, 2011).

Em diversas publicações nota-se a responsabilidade social a qual a página “Capão Atento” coloca em seus editoriais, em que verifica-se numerosas publicações interativas e acentuada participação dos seguidores, estabelecendo um trabalho colaborativo. À vista disso, é possível alegar que:

[...] a rede tornou-se um espaço de debate público e, além disso, de cidadania. Uma vez que o novo contexto envolve a informação como unidade motriz de funcionamento da sociedade. Assim, ter acesso ao fluxo de informações da internet não é um luxo ou mero acréscimo à vida cotidiana, mas uma condição básica para se manter cidadania de um indivíduo. (CARVALHO; DE CARVALHO; PASSOS, 2007).

Para enfatizar a experiência de Comunicação Comunitária e a participação de seguidores na página “Capão Atento”, verificou-se interações por comentários no período determinado em que, aqui, será destacado reações que mais chamaram a atenção em publicações que obtiveram significativa repercussão.

A publicação do dia 06/06/2020 exibe o título “Governo Federal deixa de divulgar números totais da pandemia de Covid-19”, inserida no tema-chave “medidas da prefeitura, governo do Estado e presidência”, obteve grande número de reações negativas, inclusive por parte dos administradores da página que apontaram para o desrespeito a Lei de Acesso à Informação¹⁰ e para a dificuldade que veículos de imprensa enfrentariam, igualmente, para a atuação do “Capão Atento” do qual utilizava dados divulgados pelo portal Coronavírus no Brasil gerenciado pelo Ministério da Saúde.

De acordo com o Governo Federal, a mudança na metodologia foi necessária pois o

9 Levantamento feito pelo portal de notícias G1 no dia 19/05/2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/05/19/coronavirus-avanca-na-zona-sul-de-sp-e-mortes-dobram-em-7-bairros-da-regiao-parelheiros-tem-alta-de-141percent.ghtml>

10 Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm

formato anterior não refletia o “momento do país”¹¹. Não obstante, a medida gerou fortes críticas em vários setores da sociedade sendo possível, também, identificar indignação por parte dos seguidores da página: “Estão querendo empurrar os corpos p debaixo do tapete? Nunca vi isto! São vidas q estão sendo perdidas dia a dia, omitindo estas informações a tendencia é aumentar os óbitos pq a população irá relaxar de vez!”. Muitas críticas também foram direcionadas aos apoiadores do presidente Jair Bolsonaro, em que um outro seguidor afirmou: “A culpa não é do Bozo, todos sabiam do seu caráter repugnante. A culpa é de quem votou nele. Parabéns aos vermes que o elegeram”.

Ao observar os comentários dos seguidores da página “Capão Atento” é possível valer-se de análise feita por Pablo Bastos e Denise da Silva (2017), em que os autores indicam que:

Ao mesmo tempo em que as redes sociais servem de um canal de comunicação para movimentos que não são ouvidos pela grande mídia, também canaliza sentimentos agressivos de pessoas que estão em um ambiente virtual, algo que talvez não fizessem se suas opiniões tivessem que ser ouvidas em praça pública, como na ágora grega. Estamos construindo enquanto cidadãos e cidadãs de um mundo midiaticizado um novo paradoxo para o conceito de democracia. (BASTOS; SILVA, 2017)

Outra publicação que merece destaque é a do dia 28/05/2020 com o título “Flexibilização na capital e restrição na grande São Paulo refletem incoerência na estratégia de Doria e Covas”, também inserida no tema-chave “medidas da prefeitura, governo do Estado e presidência”. Nela, foi possível observar grande preocupação por parte dos administradores e seguidores diante da gravidade da situação, sendo elucidado os números de óbitos e infectados confirmados no Estado aos quais, naquele momento, somavam 3.319 e 54.948 casos respectivamente.

Plano São Paulo consistiu em normas criadas por autoridades estaduais em conjunto com especialistas do Centro de Contingência da Coronavírus e com o Comitê Econômico Extraordinário. O programa conta com medidas para assegurar a população acerca da disseminação do vírus estabelecidas em cinco fases, a saber: restrição de atividades não essenciais (nível vermelho) etapas de controle (nível laranja), flexibilização (nível amarelo), abertura parcial (nível verde) e normal controlado (nível azul). Para que uma região passe de fase há a fiscalização semanal para verificação da taxa de ocupação nos leitos de UTI e o número de novas internações no período¹².

Analisando as manifestações pelos comentários da página, é perceptível a inquietação dos seguidores em relação as medidas que o prefeito Bruno Covas e o governador João Doria têm elaborado para conter a disseminação do vírus: “Dois estão secando gelo estão

11 Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/eqilibrioesaude/2020/06/governo-deixa-de-informar-total-de-mortes-e-casos-de-covid-19-bolsonaro-diz-que-e-melhor-para-o-brasil.shtml>

12 Fonte: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/governo-do-estado-apresenta-nova-fase-do-plano-sao-paulo/>

preocupados com interesses políticos e o povo massificado fica no meio dessa patifaria estão dando murro em ponta de faca que Deus tenha misericórdia de nós”. Outro seguidor também afirmou: “Não sei mas dá medo, já tem um índice alto de mortes, imagine abrindo lojas, complicado.”. Vale-se evidenciar que alguns seguidores também lembraram da falta de aplicabilidade das medidas de isolamento social em regiões periféricas do Estado: “Nunca houve quarentena efetiva nas periferias....não adianta falar que as pessoas precisam trabalhar na periferia a maioria fica passeando e lotando os mercados e as praças”. Outro seguidor também pontuou: “Vem aqui no extremo da zona sul nunca existiu quarentena lamentável”.

Diante do que foi ilustrado, constata-se o que Warren Fernandez – presidente do Fórum Mundial de Editores e editor-chefe do jornal *The Straits Times* (Singapura) – declarou em entrevista no que tange a pandemia, reiterando para a necessidade em ter uma mídia confiável voltada para as comunidades e como o jornalismo local faz a diferença por conhecer as condições desse lugares. Fernandez (2020) considera que “jornalistas locais conhecem melhor suas comunidades. Eles conhecem seu povo, cultura e história. Eles investiram anos cobrindo a comunidade e entendem instintivamente o que é mais importante para ela e por quê.”

Considerações finais

O artigo busca enfatizar a importância e os desafios que esse meio de comunicação tem enfrentado, principalmente em contextos políticos, econômicos, sociais, tecnológicos diferenciados, além de verificar o conteúdo produzido pela página “Capão Atento” na mídia social Facebook diariamente a fim de observar tendências editoriais e seu alcance no local.

Vale elucidar o empenho dos administradores da página em conscientizar a população sobre a importância do uso de máscara e de outras medidas contra o avanço da Covid-19, pensando no caso específico proposto no artigo, como também o auxílio às demandas sociais já existentes no contexto pré-pandêmico, utilizando a página como ferramenta de prestação de serviços e espaço de discussão sobre os problemas sociais na região e no Estado de São Paulo no ambiente virtual, sendo esses elementos suficientes para caracterizar o “Capão Atento” como um meio de comunicação comunitário, do qual:

Nas experiências de caráter popular-comunitária, a finalidade, em última instância, é favorecer a autoemancipação humana e contribuir para a melhoria das condições de existência das populações empobrecidas, de modo a reduzir a pobreza, a discriminação, a violência etc., bem como avançar na equidade social e no respeito à diversidade cultural. (RECUERO, 2009, p. 134)

No momento em que emerge a desinformação na era digital, o fortalecimento da comunicação comunitária, alternativa e popular nos âmbitos online e offline é fundamental pelo seu caráter autônomo e compromisso social em lugares mais afastados do centro expandido das Regiões Metropolitanas. Não obstante, o avanço desse meio de comunicação

não pode ser ignorado, pois contribui para que promova-se a democratização ao acesso à informação, a pluralidade e a diversidade cultural.

Referências bibliográficas

- ACIOLI, Sonia. Redes Sociais e Teoria Social: revendo os fundamentos do conceito. **Informação & Informação**, v. 12, p. 01-12, 2007.
- BASTOS, Pablo N.; SILVA, Denise T. da. **Análise das postagens e interações das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo durante a greve geral de 28 de abril de 2017**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: INTERCOM, 2017.
- _____. **Comunicação, interação e engajamento: fronteiras epistemológicas e alcances políticos**. 41 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville: INTERCOM, 2018.
- CABRAL, Eula D.T. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- CASTELLS, Manuel. A transformação do mundo na sociedade de redes. In: _____. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CARVALHO, Angela M. G.; CARVALHO, Juliano M. de; PASSOS, Mateus Y. R. S. **Inclusão digital e comunicação comunitária: desafios cognitivos na Sociedade da Informação**. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2007, Santos. Anais [...]. Santos: Intercom, 2007. p.1-15.
- FERNANDEZ, Warren. “A covid-19 mostrou como é vital ter uma mídia confiável”, diz presidente do Fórum Mundial de Editores. [Entrevista concedida a] Rodrigo Lopes. **Zero Hora**, Porto Alegre, 28/09/2020. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/mundo/noticia/2020/09/a-covid-19-mostrou-como-e-vital-ter-uma-midia-confiavel-diz-presidente-do-forum-mundial-de-editores-ckfj12t7w006e016v4kb76if8.html>.
- FREITAS, Ricardo O. de. A periferia da periferia: mídias alternativas e cultura de minorias em ambientes não-metropolitanos. **Especiaria (UESC)**, v. 10, p. 191-214, 2008.
- KOZINETS, Robert. V. Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014. 203p.
- LEAL FILHO, L. Comunicação pública e comunitária: a perspectiva das novas mídias. In: CABRAL, Adilso; CABRAL, Eula Dantas Taveira. (Orgs.) **Comunicação, Cultura, Informação e Democracia: tensões e contradições**. 1a. ed. Ramada: Fornalpress-Publicações e Marketing Ltda., 2016, v. , p. 39-48.
- MAZETTI, Henrique M. **Mídia Alternativa para além da contra-informação**. In: V Congresso Nacional de História da Mídia – São Paulo – 31 de maio a 02 de junho de 2007. pag. 1-15.
- PERUZZO, Círcia M. K. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.
- _____. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária**. In: INTERCOM, XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação–BH/MG, 2 a 6 Set 2013.
- POSSEBON, Alessandra. Comunicação alternativa: uma reflexão sobre jornalismo para além da grande mídia. **Alterjor**, São Paulo, ano 02, vol. 02, edição 04, Julho-Dezembro de 2011.
- SARAIVA, Camila; MARQUES, Eduardo. A dinâmica social das favelas da Região Metropolitana de São Paulo. In: **Revista Pensamento e Realidade**. São Paulo, Ed: Senac, 2005.
- PAIVA, Raquel. Jornalismo comunitário: uma reinterpretação da mídia (pela construção de um jornalismo pragmático e não dogmático). **Revista FAMECOS**, v. 13, n. 30, p. 62-70, 14 abr. 2008.
- RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina. 2009 (Coleção Cíbercultura).

Da radiodifusão às multitelas digitais

Cintia Augustinha Dos Santos Freire

Desde as pinturas rupestres aos diferentes meios comunicacionais da atualidade, muita coisa mudou na forma como nos comunicamos. As tecnologias permitem comunicação em tempo real em praticamente toda parte do planeta. Por isso, meios tradicionais se reinventam para fazer frente às novas tecnologias. A troca de dados no mundo atual vem sendo cada vez mais veloz. A comunicação perpassa pela cultura, por todo o cotidiano no qual o indivíduo se insere, então ela deve ser democrática e acessível à todos.

Nesse sentido, os pesquisadores Adilson Cabral e Eula Cabral (2005, p.5) apontam que “comunicação pode ser entendida como um processo relacionado diretamente ao diálogo, à interlocução entre dois ou mais atores que compartilham dos mesmos instrumentos para entender e se fazer entendido”.

A Declaração Universal de Direitos Humanos no artigo 19º diz: “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”, mas, de fato, isso é verdade? O Brasil ao longo dos anos vem investindo em uma comunicação democrática, diante das diversas possibilidades que os meios de comunicação proporcionam? O Estado prioriza e investe no setor? Qual a importância das mídias televisivas e as multiplataformas nos meios de comunicação?

Para entender melhor a temática, a partir do projeto de pesquisa “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados”, que vem sendo desenvolvido no grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura da Fundação Casa de Rui Barbosa, analisou-se o cenário midiático brasileiro, as mídias televisivas e as multiplataformas digitais.

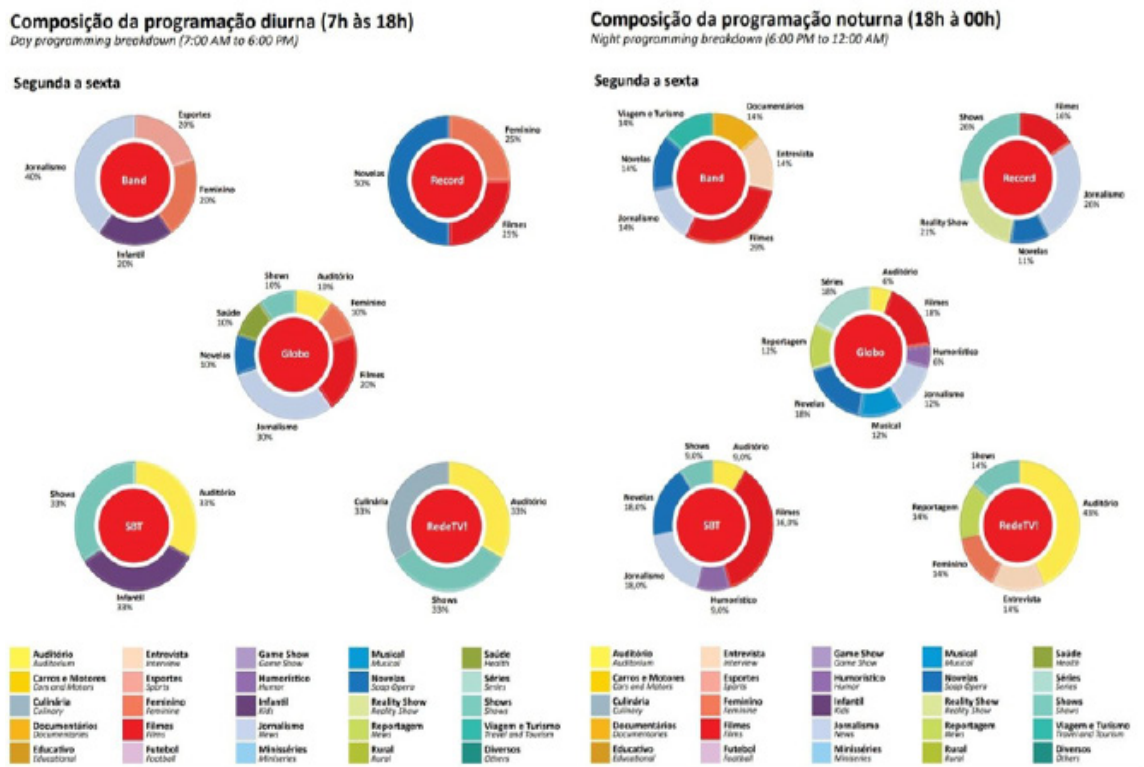
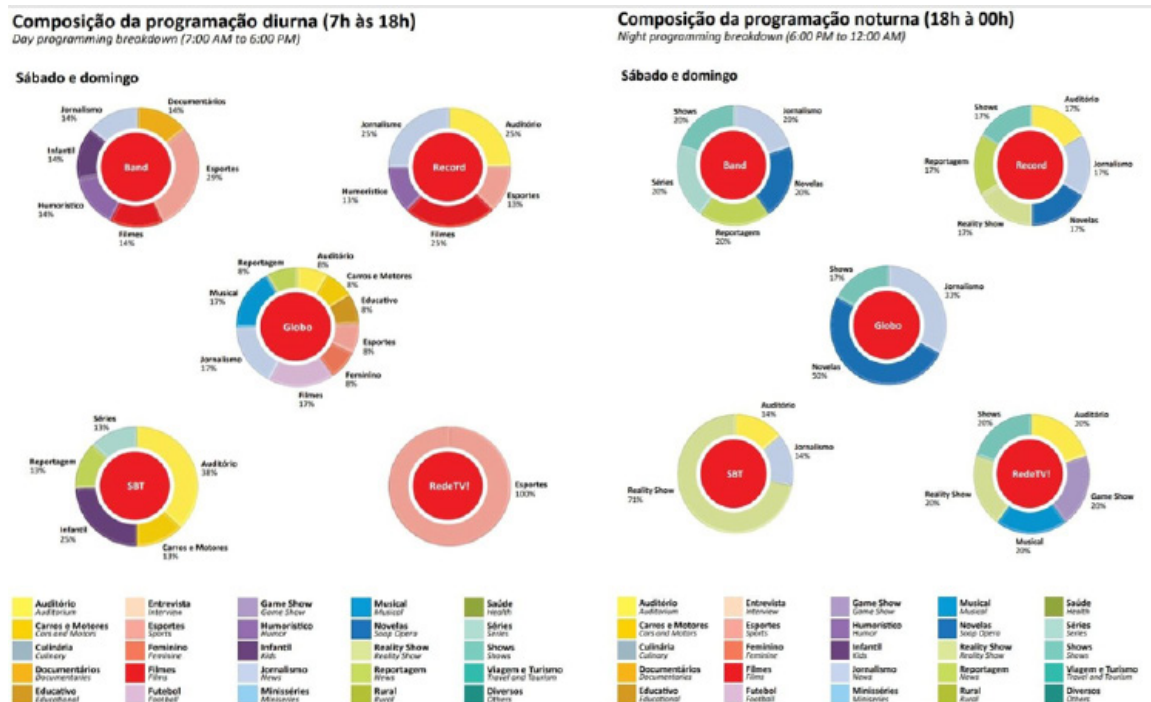
A comunicação, na reinvenção das mídias televisivas, vem sendo usada para que o conhecimento dos novos recursos continue a implementar e manter discursos hegemônicos para monopolizar a sociedade, nota-se essa realidade, quando se verifica o funcionamento da TV aberta no país.

A Constituição Brasileira, no seu artigo em seu artigo 221, registra que a produção e programação das emissoras de rádio e de televisão devem ter como princípios: “I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”; II - promover a cultura nacional e regional e estimular “a produção independente que objetive sua divulgação”; “III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme

percentuais estabelecidos em lei”; além do “IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família”.

No entanto, ao observar a programação ofertada ao telespectador há um descaso com a Constituição Brasileira.

Esse é o cenário do que é ofertado na TV aberta, segundo o Mídia Dados 2019¹:



1 <https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>

Percebe-se que as emissoras de TV aberta do Brasil não se sentem constrangidas com a sua ilegalidade, mesmo sendo uma concessão pública, que pode ser renovada a cada 15 anos. O descumprimento da Lei não acarreta aos conglomerados de mídia nenhum tipo de punição por parte do Estado, deixando a população desassistida no seu direito de ter um serviço de qualidade, bem como ter as peculiaridades locais e as diversidades culturais atendidas.

Outra infração cometida pelos conglomerados de mídia no que tange à Constituição Federal de 1988, no capítulo V da Comunicação Social parágrafo 5º registra que os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. No entanto, o cenário que se apresenta não encontra-se em consonância com a Constituição Brasileira, como afirma Cabral (2017, p.4) “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”.

A TV aberta é concentrada em cinco grandes conglomerados: Globo, SBT, Record, RedeTV! e Bandeirantes, cujas sedes estão localizadas no eixo Rio-São Paulo. Sendo a Rede Globo a que chega em torno de 98% das residências. Além disso, as mídias nacionais se afiliam às regionais ocupando 90% da programação regional totalmente oligopolizada e monopolizada por algumas famílias, igrejas e políticos, como verificaram os estudos de Eula Cabral (2017, p.4).

Verifica-se também há participação de políticos proprietários de emissoras de rádio e de TV. A Constituição Federal de 1988, proíbe no Art. 54. Os Deputados e Senadores não poderão:

I - desde a expedição do diploma:

- a) firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público, salvo quando o contrato obedecer a cláusulas uniformes;
- b) aceitar ou exercer cargo, função ou emprego remunerado, inclusive os de que sejam demissíveis ad nutum, nas entidades constantes da alínea anterior;

II - desde a posse:

- a) ser proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada;

Vejamos um exemplo: em abril de 2017 a família Sarney vendeu a sua afiliada da TV Globo no Maranhão que por década foi usada como trampolim para propagar os interesses da família de políticos sempre atuantes no cenário brasileiro, é importante ressaltar que essa venda não implica um afastamento total do poder midiático da família. José Sarney Presidente do Brasil nos anos de 1985/1990, ele foi o presidente que mais liberou concessões públicas de rádio e TV, sendo que muitas delas beneficiaram pessoas ligadas à família, como o então deputado Albérico França Filho (PMDB-MA), primo de Sarney que recebeu três rádios.

Resgatando o Capítulo V - Da Comunicação Social, no Art. 223 registra que “compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” e segue orientando as especificidades para outorgar e renovar concessão:

§ 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, §§ 2º e 4º, a contar do recebimento da mensagem.

§ 2º A não-renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

§ 4º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Nota-se que o processo envolve tanto o poder executivo como o legislativo, pois a Constituição tenta salvaguardar as emissoras de tv das pressões políticas que possam afetar o conteúdo transmitido, e assim proteger a liberdade de imprensa. Porém verifica-se que há políticos proprietários de emissoras de rádio e de TV o que significa ilegalidade e parcialidade do poder público constituído.

Percebe-se a necessidade de se cumprir a legislação do setor tendo como norte a Constituição Federal, bem como regular para o desenvolvimento adequado do mesmo diante da convergência tecnológica, pois no Brasil a área de radiodifusão (rádio e televisão) se diferencia das telecomunicações e tem legislações distintas, mas com a digitalização e a convergência tecnológica dos meios de comunicações as fronteiras entre os serviços de radiodifusão e telecomunicações vêm diminuindo. É preciso discutir, por exemplo, se a recepção da programação de uma emissora de rádio e TV aberta feita por meio de um aparelho convencional ou por meio da internet contempla qual regulação?

Para além de uma urgente regulação devido à convergência das mídias televisivas via internet e outros serviços por transmissão de dados, nota-se uma série de desafios a serem resolvidos como o monopólios e oligopólios, falta de pluralidade e diversidade cultural na programação, sem ou quase nenhuma produção regional e fim da interferência e participação de políticos como proprietários de emissoras de tv aberta por todo o país uma ilegalidade de conhecimento do governo federal.

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”.

Para manter a hegemonia diante das novas tecnologias, as emissoras estão buscando novos caminhos para fidelizar o público jovem. Sem considerar o Art. 221. da Constituição

Federal assim como sempre fizeram nos meios tradicionais de tv aberta, pois o mercado midiático brasileiro tem como espelho o modelo mundial, ou seja, concentrado nas mãos de poucos grupos que monetizam o mercado com foco no lucro.

Desenvolvimento

A Concentração da Mídia embora ilegal no Brasil é uma realidade. Os grupos que controlam os meios de comunicação influenciam a formação da opinião pública, além de interferências econômicas, políticas e religiosas. Segundo Cabral (2020, p. 8) “a Concentração da Mídia é o fenômeno onde os veículos de comunicação são controlados por poucos tanto no âmbito local, quanto regional, nacional e/ou global”.

A pesquisadora também afirma que “possibilita que pequenas empresas sejam absorvidas por grandes grupos, reduzindo o mercado ao poderio do(s) mais forte(s)”. Para ela isso “ocorre a partir de fusões, aquisições ou criação de um novo grupo. Um de seus objetivos é acumular audiências, concentrando conteúdos e interferindo no pluralismo e na diversidade do conteúdo”.

No Brasil, o cenário midiático apresenta cinco grupos que controlam diretamente e de forma maciça quase 100% dos lares brasileiros com suas programações televisivas sem nenhum tipo de compromisso com as particularidades prevista na legislação com vista em atender a diversidade e especificidade de cada região do país, com pluralidade e diversidade de vozes.

Segundo Dênis de Moraes (2016 p. 63) a mídia historicamente busca fomentar a direção moral, cultural e política da sociedade, selecionam o que se deve ser dito e ouvido, distorcendo a informação para atender os próprios interesses, uniformizando as opiniões da coletividade, pois assim, não ameaçam suas conveniências políticas e de mercado.

Com o fenômeno da internet o acesso aos conteúdos audiovisuais podem ser acessado em qualquer tela e isso foi apontado por especialista como o início para o fim da Tv Aberta. Contudo, ela se reinventou e as emissoras de tv estão distribuindo os conteúdos televisivos para outros formatos, pois perceberam que, com as novas tecnologias, suas atividades podem se expandir e conquistar novos públicos. Portanto a mídia televisiva segue investindo na versão televisiva da plataforma, uma vez que os televisores representam metade das horas de conteúdo consumido pelos telespectadores. No mundo, a média de tempo consumido de TV em um dia é de 2h55 e no Brasil duas vezes maior, de acordo com o Kantar Ibope Media_Inside TV_2020 .

O Brasil é um país multicultural, com mais de 210 milhões de habitantes que consome os meios de comunicação, principalmente a TV aberta, que é gratuita. De acordo com pesquisas do Mídia Dados 2019 , a TV dominou a rede, influenciou 15 vezes mais do que o vídeo sob demanda (VoD).

O Kantar IBOPE Média Inside TV 2020 aponta que o consumo de vídeo, em todas

as suas formas se consolidou, 99% dos consumidores brasileiros assistiram algum formato de vídeo. Na televisão 92%, whatsapp 77%, youtube 64%, Facebook 62%, Facebook Messenger 39%, Pay TV 38%, Netflix 33%, Instagram 33%, Twitter 4% e cinema 4%. Segundo a pesquisa, a televisão ainda é o meio comunicacional mais importante do país.

Sabe-se que as multiteelas estão presentes no cotidiano, principalmente nas regiões urbanizadas do país, onde há mais acesso a internet paga ou gratuita, as pessoas usam dispositivos móveis e tem acesso a diferentes conteúdos audiovisuais. Sem uma legislação capaz de atender a nova demanda, a mídia televisiva migra seus conteúdos e disponibiliza na rede através de seu play propagando muitas vezes conteúdo distorcido e de interesse próprio, seguem naturalizando esses elementos no cotidiano.

O Art. 221. da Constituição Federal, deveria funcionar como um dispositivo de proteção, principalmente aos grupos mais vulneráveis da sociedade, que não vêm sendo contemplado de forma expressiva pela mídia televisiva, seja em seus formato tradicional ou nas novas plataforma de conteúdo audiovisual, esse fato é de muita relevância e merece atenção da sociedade, dos pesquisadores e ativista dada a influência da mídia televisiva no cotidiano, no desenvolvimento cultural da sociedade, no seu poder em criar e fomentar nova visões de mundo, de saberes, de alterar as formas de socialização em relação com o outro.

As multiteelas estão por todo lugar e os grupos de mídia seguem à frente, pois não há no Brasil uma legislação que possa regular o novo modelo de negócio de forma segura, consciente e respeitosa, para que haja a possibilidade da democratização da comunicação diante do novo panorama midiático, sobre os diferentes aspectos que o compõem. Segundo Maria Clara Almeida (2019, p. 32)

pode-se afirmar que o VoD agregaria o básico da lógica de operação da TV – o “assistir” vídeos ou televisionar – acrescida de um ambiente on-line permeado por ferramentas que garantam, dentre outros, a conectividade, a diversidade e a imersão. Conectividade a partir da troca de informações usuário-usuário e usuário-plataforma; diversidade a partir da ampliação de opções disponíveis para consumo; e imersão no sentido de exploração da aplicação por meio de uma interface.

“Nesse sentido, percebe-se que não há exclusão entre meios, nem superação da TV pelos serviços VoD, mas o crescimento de duas tendências em um movimento conjunto de plataformas e adaptação de linguagens até então distintas”. (ALMEIDA, 2019, p.33)

O que verifica é que para além dos elementos regulatório, as mídia televisivas estão se posicionando nas redes com suas plataformas, com seus produtos audiovisuais voltados a partir da administração dos dados dos usuários, mudou-se a forma de ver TV, no entanto continuam sendo TV uma vez que, os conteúdos audiovisuais apenas migram de um meio tradicional para as novas plataformas de vídeo sob demanda. Entender esse

novo cenário é fundamental, percebe-se que os conglomerados de mídia televisiva estão monetizando o novo setor para garantir a hegemonia dos grupos.

Jesús Martín Barbero (1993, p. 61) aponta que os meios de comunicação coletiva ocasiona profundas transformações no cotidiano, por isso o estudo da comunicação deve ser contínuo. Na atualidade a internet é a base da sociedade, utilizada para todo tipo de comunicação no mundo do qual o usuário faz parte e é peça fundamental. A mídia televisiva continuamente busca estratégias de fidelização, para manipular, ditar regras de conduta e de consumo, formando opinião, criando produtos que passam a ser imprescindíveis no cotidiano, sempre visando o lucro.

Para corroborar a pesquisadora Maria Clara Almeida (2019, p. 58) aponta que o “estudo feito pela Agência Nacional de Cinema (Ancine) situa o VoD como um modelo de negócio autônomo em franca expansão, superando limites de conteúdo e territoriais e que dá maior poder de escolha ao consumidor”. A pesquisadora verifica “no documento “Desafios e oportunidades do VoD”, publicado pela agência em 2016, o Brasil aparece como o oitavo do mundo e o primeiro da América Latina em receita com serviços desta natureza, tendo arrecadado 52,30 milhões de dólares naquele ano”.

No Brasil o setor audiovisual firma-se com destaque na economia brasileira. Segundo (ANCINE, 2016)

em termos nominais, 192% entre 2007 e 2014, chegando a R\$ 24,5 bilhões em renda gerada nesse último ano. Em termos reais, o crescimento médio anual foi de 8,8% entre 2007 e 2013, quando a participação do setor no produto interno bruto (PIB) brasileiro foi de 0,54%.

É importante destacar esses dados, uma vez que os conglomerados de mídia usam estratégias de adaptação ao cenário de múltiplos dispositivos de comunicação, com convergência tecnológica, ampliam sua fatia de mercado. A propriedade cruzada de meios de comunicação de diferentes tipos como televisão e as plataformas online permite a convergência de toda produção audiovisual do grupo que o produz.

Por isso o pesquisador Adilson Cabral Filho (2015, p. 47) verifica que a regulação da mídia é fundamental, mas precisa ser benéfica para a coletividade.

Os estudos de Laurindo Leal Filho (2006) verifica que a conquista da democracia política não significou a existência de uma democracia integral, pois há controle social através das emissoras de tv.

Para Martinez (1999, p.80), “a função dos meios é influenciar os receptores e essa influência pode ser maior se o receptor não dispuser da totalidade das ferramentas para sua análise”. Com as multiplataformas digitais intrinsecamente no cotidiano, os usuários e consumidores estão ainda mais expostos aos produtos ofertados pelos grupos de mídia que são alcançados por seus tentáculos em diferentes segmentos.

Considerações finais

Compreender que a Cultura se relaciona com a construção da sociedade, seus valores, crenças, atividades, artes, literatura, cidadania e do conhecimento é muito importante, pois a televisão tem em nossa sociedade um lugar de destaque. A televisão, através da sua comunicação, organiza e orienta a interpretação da realidade, influenciando a forma como o telespectador interpreta e se relaciona com essa realidade. Esse ano a televisão faz 70 anos que chegou ao Brasil e durante todo esse tempo continua com a manutenção do seu domínio sobre a economia e cultura do povo brasileiro, muitas vezes ela é o único viés onde os saberes, a comunicação da tradição da cultura popular brasileira é representada e na qual a massiva população tem acesso.

Segundo Rodrigo Neves, presidente da Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (AESP), “a televisão brasileira, aberta e gratuita, é uma das principais ferramentas de integração do Brasil, de valorização da cidadania, com a capacidade de integrá-los, mobilizá-los, informá-los e sobretudo despertar suas consciências”. E continua: “graças ao talento do meio e do mercado publicitário que usa da televisão, desde seu início, de forma criativa e inovadora, apresentando e divulgando inúmeros produtos para toda sociedade brasileira, sempre com muito êxito”.

A mídia televisiva acumulou um considerável repertório de produtos audiovisuais, que a coloca entre os fenômenos culturais mais importantes do Brasil. A cultura é uma criação humana, pois cria o ambiente em que vive. Nesse sentido a televisão é uma criadora de cultura, devido a sua capacidade de criar e do seu alcance geográfico, acaba por homogeneizar os indivíduos, apresentando uma realidade cotidiana na qual o sujeito muitas vezes não se identifica, por ser um universo distante da sua realidade, Entretanto o faz adquirir costumes e hábitos diante da falta de diversidade cultural existente.

Para garantir o acesso a Cultura a Constituição Federal de 1988 no Capítulo III Da Educação, da Cultura e do Desporto Art. 215. “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais” e o Art. 216. “Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira”.

O predomínio da cultura audiovisual no Brasil se deu desde a chegada e expansão da TV aberta em 1950 e em seus 70 anos de existência vem funcionando como um diagnóstico realista da vivência social, no que já se produziu e no que produzirá. É importante lembrar que a sua chegada ao Brasil acontece ao mesmo tempo em que há uma forte tentativa de integração nacional e afirmação de uma identidade pautada na perspectiva da formação da cultura nacional pelo sistema de governo vigente.

Sabe-se que isso ocorre devido ao alcance territorial na distribuição da informação

e sua influência, pois ao longo da história vem interferindo no desenvolvimento social e econômico do Brasil. Com o surgimento das novas tecnologias, vem se adaptando (migrando) à Internet, crescendo e fidelizando novos públicos.

Percebe-se que as imagens audiovisuais da realidade e suas narrativas tornam-se uma fonte de constituição de mundo para o telespectador, principalmente porque a TV aberta no Brasil tem alcance em quase 100% dos lares brasileiros.

A mídia, principalmente televisiva, norteia e tem figura de destaque na agenda pública, haja visto todo o seu alcance, visibilidade e interferência em toda a cotidianidade do país. Um agente ativo que permeia e discute todos os assuntos de interesse social e principalmente do mercado. Nesse contexto, os poderes constituídos para representar o interesse público devem garantir aos indivíduos os seus direitos constitucionais, visando uma mídia pluralista, democrática e cidadã e assim coibir a concentração midiática existente no país.

Nota-se urgência na regulação da mídia, desse modo, uma vez que as políticas públicas de comunicação são necessárias para a vida em sociedade, para o acesso à informação, ao conhecimento, à educação, ao direito à propriedade, à produção, ao direito à voz e ao direito à liberdade de expressão, conquistas fundamentais em um Estado democrático.

No entanto, a regulação da mídia não é prioridade, haja visto a aquisição de outorgas públicas por políticos, não sendo vista com bons olhos por eles e demais proprietários. Todos julgam essas medidas inadequadas e externam para a sociedade em busca de apoio, dando o entendimento que regular é igual a censurar, ou seja, a regulação como forma de censura à liberdade de expressão. Como a ilegalidade é sistêmica, a regulação da mídia se apresenta diante de um quadro quase insolúvel.

O consumo audiovisual provocado pela abertura de novos canais de distribuição online, a partir da convergência das empresas de tecnologia e de mídia, que ocasionaram mudanças bruscas no mercado, continuam se fortalecendo e se consolidando diante da ausência de uma legislação capaz de vencer os desafios trazidos pelas novas tecnologias. Percebe-se que o mercado, mais uma vez, precede às políticas públicas de comunicação.

Uma pergunta retórica que parece simples e, no entanto, ecoa sem resposta: quais as implicações para desvincular a lei (marco legal vigente) ao princípio da neutralidade tecnológica e seu impacto na política, na economia e na sociedade?

Sem resposta, mas diante do quadro que se apresenta, pode-se afirmar com certa segurança que muitos são os motivos como: a concentração da mídia, a propriedade cruzada; afiliadas televisivas ligadas a políticos; os interesses mercadológicos se sobrepõem ao serviço público (emissoras de TV aberta são concessões públicas); a legislação defasada; inúmeros decretos, leis, portarias e regulações que confundem e não torna transparente os aspectos legais da mídia televisiva no Brasil para a sociedade, serviço esse de grande impacto na economia, na política e na cultura do país.

Referências bibliográficas

- ABERT. Presidentes de associações de radiodifusão homenageiam TV. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/notmenu/presidentes-de-associacoes-de-radiodifusao-homenageiam-tv.html>. Acesso em 21 de set. 2020.
- ANCINE – AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA. **Valor Adicionado pelo Setor Audiovisual – Estudo Anual 2016 (ano-base 2014)**. Rio de Janeiro, out. de 2016.
- 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: <https://repositorio.ufpi.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/2309/ALMEIDA_Maria%20Clara%20Estr%3%aala_Disserta%3%a7%3%a3o.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 de mar. 2019.
- BASTOS, Pablo. Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito. **MATRIZES**, v.14 - n. 1 jan./abr. 2020 São Paulo – Brasil, p. 193-220.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Centro Gráfico, 1988.
- CABRAL, Eula D.T. Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados. **EPCC**, 2020. Disponível em <https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_b100832ff4ea43dd90146113be695af9.pdf>. Acesso 04 mar. 2020.
- _____.; CABRAL FILHO, Adilson Vaz. **A contribuição da apropriação social das tics para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil**. Disponível em: [www.gepicc.ufba.br > enlepicc > pdf > AdilsonCabral](http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/AdilsonCabral). Acesso em 05 agos. 2020.
- _____.; _____. (Org.). **Comunicação e cultura no Brasil: diálogos com a Economia Política da Comunicação e da Cultura**. Rio de Janeiro: FCRB, 2017. Disponível em: https://docs.wixstatic.com/ugd/ad71bb_84dafc636bae4c6eb9e8e79e598ca1de.pdf. Acesso em 16 mai. 2018.
- DECLARAÇÃO Universal dos Direitos Humanos. ONUBR. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/direitoshumanos/declaracao/>. Acesso em: 08/03/2020.
- KANTAR IBOPE MEDIA. Inside TV: experiência, influência e as novas dimensões do vídeo. 2020. Disponível em <https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2020/03/Kantar-IBOPE-Media_Inside-TV_2020.pdf> . Acesso em 30 ago. 2020.
- LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A TV sob controle a resposta da sociedade ao poder da televisão**. São Paulo: Summus Editorial, 2006.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- MARTINÉZ, F. S. Os meios de comunicação. Brasília: In: **Ministério da Educação Medianamente! Televisão, cultura e educação**, 1999.
- MÍDIA DADOS 2019: Grupo de Mídia. 2019. Dados. Disponível em <https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>. Acesso em 20 abr.2020.
- MORAES, Dênis de. **Crítica da mídia e hegemonia cultural**. Rio de Janeiro: Mauad / FAPERJ, 2016.

Analisando a apropriação da mobilidade pelo jornalismo audiovisual: uma proposta metodológica para as práticas jornalísticas em dispositivos móveis

Juliana Fernandes Teixeira

Daniela Silvana Blanco Vaca

Ainara Larrondo Ureta

Vivencia-se nos meios de comunicação contemporâneos, a grande maioria diretamente influenciada pelas tecnologias digitais, uma tendência à audiovisualização e à mobilidade na produção e circulação de informações, inclusive as jornalísticas (HERREROS, 2003; DEUZE, 2004; PERALTA, 2005; CASTELLS et al, 2007). Algumas questões desse fenômeno já foram abordadas em trabalhos anteriores, que resultaram em uma pesquisa de pós-doutorado desenvolvida na Universidade Federal do Piauí (TEIXEIRA, 2018).

O objetivo do presente artigo especificamente é propor uma estratégia metodológica para a compreensão e análise do jornalismo audiovisual que vem sendo produzido em dispositivos móveis. Em primeiro lugar, é importante ressaltar que o termo “em dispositivos móveis” empregado no título visa abranger os dois âmbitos abarcados por esse fenômeno: um englobando a dimensão do processo de produção do jornalismo audiovisual com os dispositivos móveis e o outro voltado aos produtos elaborados para dispositivos móveis.

Ressalte-se que esses dois focos não são compreendidos na pesquisa de maneira dissociada, até porque seria uma falácia realizar uma separação estanque entre duas esferas que compõem uma mesma realidade. Conforme já sustentava Silva (2008, p.4):

Estamos diante de duas perspectivas para a prática voltadas para a compreensão do que seja jornalismo móvel: uma está centrada na difusão/recepção de conteúdo para celulares; e a outra centrada no aspecto de produção de conteúdo. Ambas estas esferas se constituem em formas de jornalismo móvel e se complementam.

Embora o conceito de “jornalismo móvel” incorpore os dois âmbitos que pretendemos estudar, optou-se, contudo, por adotar as estruturas em, com e para dispositivos móveis, com o intuito de deixar evidente as duas vertentes contempladas pela estratégia metodológica proposta: 1) a produção jornalística audiovisual com, a partir dos dispositivos móveis; e 2)

a produção voltada, direcionada para esses dispositivos (ainda que a intenção seja integrá-las posteriormente, o que buscamos fazer por meio da metodologia que propomos para o jornalismo audiovisual em dispositivos móveis).

É partindo desses pressupostos que, na primeira seção do artigo, é apresentada uma discussão teórica acerca da importância do estudo da metodologia. Em seguida, é empreendido um debate sobre a inovação metodológica enquanto uma demanda do jornalismo digital para, por fim, propormos uma ficha de análise do jornalismo audiovisual em dispositivos móveis.

Importância do estudo da metodologia

Em princípio, é importante definir o termo Metodologia, que significa “[...] estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer ciência” (DEMO, 1995, p.11). Entende-se que, segundo Demo (1995), a metodologia é uma disciplina que orienta e explica os procedimentos a serem tomados na investigação, possibilitando o acesso aos “caminhos do processo científico”, além de promover questões sobre os limites da ciência sob os aspectos da capacidade de conhecer e interferir na realidade.

A metodologia da pesquisa e seu estudo estão diretamente ligados ao avanço da ciência, pois através dos conjuntos de métodos e táticas que compõem determinada metodologia, chegamos aos resultados e respostas do objeto estudado. Podemos entender, então, que a metodologia nos orienta para reflexões acerca da produção de conhecimento.

No entanto, com base no estudo de autores como Machado e Ramos (2014) e Gomes (2012), entendemos melhor a ideia da relevância da metodologia para a realização de pesquisas científicas, o que não ocorreu com frequência, especialmente na área de Comunicação. Ao analisar artigos e seus padrões, vários erros foram notados e a falta de um padrão na metodologia, mesmo em artigos produzidos por doutores, como afirmam Machado e Ramos (2014, p.12-13):

[...] Em segundo lugar, cabe destacar o elevado percentual de trabalhos que descumpre as regras básicas de redação de um artigo científico. Em terceiro lugar, fica evidente que ainda existe uma considerável dependência dos pesquisadores brasileiros em jornalismo das chamadas por Otto Groth disciplinas auxiliares. Em quarto lugar, que a maioria dos trabalhos são elaborados por doutores e apresentados individualmente. As deficiências formais identificadas são muito graves, mais preocupantes ainda porque a maioria dos pesquisadores são doutores [...]

Observou-se também que há repetições frequentes e pouca variedade na citação dos autores, limitando a propagação de ideias de outros pesquisadores sobre o mesmo tema. Nesse mesmo estudo, Machado e Ramos (2014) listam um ranking dos 10 autores mais citados, como Nelson Traquina, Pierre Bourdieu e Mauro Wolf.

As deficiências na padronização metodológica abrangem várias áreas da Comunicação.

No estudo de notícias televisivas, há uma limitação na análise de programas de televisão, segundo Gomes (2011). Os pesquisadores se concentram na análise dos aspectos sociais, econômicos e históricos dos programas de televisão, não observando dados técnicos, como a análise de conteúdo do próprio programa e seu contexto geral na rede de programação televisiva.

Considerar o telejornalismo como instituição social e como forma cultural e tomar estrutura de sentimento, gênero televisivo e modo de endereçamento como conceitos metodológicos demanda que a análise do produto telejornalístico seja fortemente contextualizada [...]. Essa contextualização não deve ser um pretexto para abandonarmos o programa televisivo em prol de uma análise que, embora tome o programa como ponto de partida, rapidamente se volte para outros objetos. A contextualização deve ter como objetivo compreender o programa como produto cultural específico, enquanto conjunto de estratégias histórica, econômica, cultural, ideológica e socialmente marcadas. A contextualização, para os fins que nos interessam aqui, não se transforma no objeto de investigação, mas deve nos ajudar a melhor compreender o objeto – o programa. Analisar o contexto em que um programa se insere deve significar, no esforço mesmo de análise, verificar como um programa específico apela, faz referência a, convoca seu contexto. (GOMES, 2011, p.41-42)

Portanto, observando a defasagem das técnicas de pesquisa metodológica, entendemos a necessidade de inovação nos métodos de pesquisa, especialmente no campo de estudo da Comunicação e Jornalismo. Como qualquer avanço tecnológico, é necessário acompanhar e atualizar as estratégias de análise das novas práticas jornalísticas. Torna-se, assim, essencial experimentar novas técnicas teórico-metodológicas, uma questão abordada na próxima seção.

Inovação metodológica como demanda do jornalismo digital

A inovação é um processo que normalmente ocorre para resolver um problema no mercado, com a ajuda de avanços tecnológicos, para que se busque a solução de tais necessidades. Segundo Spinelli (2017), o processo de inovação parte de uma reestruturação de um sistema e gera novas competências tanto para as empresas quanto para os consumidores.

No jornalismo, podemos perceber desde as mudanças tecnológicas, organizacionais, mercadológicas e sociais à evolução do jornalismo tradicional para o digital. A inovação metodológica é uma demanda constante do jornalismo digital pelo fato de ser uma das áreas jornalísticas que representa mudanças instantâneas e frequentes.

Essa repaginação em tecnologia e estratégia metodológica das organizações de comunicação afeta diretamente o engajamento e a audiência do consumidor, que é um dos principais objetivos das empresas jornalísticas. Há indicadores de que

as organizações de jornalismo estão cada vez mais procurando por inovações que aumentem a participação do público. Entre essas inovações, os vídeos se mostram uma ferramenta que aumenta o público pelo fácil envolvimento e facilidade de compartilhamento.

Como Anderson (2017) observa, as organizações de notícias estão experimentando uma ampla variedade de formatos de vídeo inovadores: tanto curtos e rápidos, compartilhados e distribuídos através de mídias sociais; quanto vídeos de alto orçamento, com produção imersiva destinada a ter uma vida útil muito mais longa.

O vídeo tornou-se um foco para muitas organizações jornalísticas, que buscam audiência por meio de vídeos curtos, compartilháveis e emocionalmente otimizados, ao mesmo tempo em que tentam atrair anunciantes dispostos a pagar muito mais por publicidade em vídeo do que por anúncios tradicionais (Kalogeropoulos et al 2016). Como uma área que prometia crescimento de audiência e receita, a produção de vídeo foi uma das poucas áreas de novas contratações em 2016, um ano que viu cortes em muitas outras áreas de conteúdo. Os editores estão obtendo retornos mais altos para anúncios em vídeo do que os tradicionais, e o vídeo representa 35% dos gastos com publicidade online, de acordo com a Hubspot (ANDERSON 2017, p.19)

Com as inovações digitais e tecnológicas, há a necessidade de uma inovação na análise metodológica das novas práticas que surgem no jornalismo, particularmente digital. Para Franciscato (2017), as novas faces do fenômeno jornalístico são moldadas pelas mudanças contemporâneas no modo de produção do jornalismo em ambientes digitais. Assim, o autor conclui que, para evitar um descompasso entre as mudanças ocorridas nos processos jornalísticos e nos modelos de pesquisa, é necessária uma renovação nas metodologias de pesquisa.

Sugerimos, então, que a questão metodológica possa ser classificada como um problema conceitual no qual, no âmbito do método lógico da ciência, seja refletida e adequada ao ferramental metodológico para a produção de conhecimento científico. Em outras palavras, indicamos que uma eventual inadequação entre a metodologia de pesquisa e as novas configurações do fenômeno jornalístico no ambiente digital possam constituir-se como problemas de pesquisa a serem enfrentados particularmente pela investigação em jornalismo digital. (FRANCISCATO, 2017, p.35)

Diante dessa necessidade de análise e estudo metodológico de novas práticas em jornalismo digital, em especial o aumento do uso de vídeos e a falta de ferramentas que auxiliem na análise desses produtos audiovisuais, surge a proposta da ficha de análise de jornalismo audiovisual em dispositivos móveis que apresentamos neste artigo.

Uma proposta de ficha para análise do jornalismo audiovisual em dispositivos móveis

A partir da revisão bibliográfica empreendida nas seções anteriores, parece ficar mais clara a importância de se propor estratégias metodológicas específicas para o estudo do jornalismo realizado em contexto digital. Isso não é diferente (e talvez seja ainda mais necessário) quando consideramos áreas de interseção como a dessa pesquisa, que se situa entre o audiovisual e a mobilidade.

Cabe ressaltar que essa proposta metodológica aqui apresentada emergiu após o contato com a proposta de Análise Global de Processos Jornalísticos, elaborada por Strelow (2010). Nessa ocasião, percebeu-se que os primeiros estudos na área dos dispositivos móveis, sobretudo do Jornalismo (SILVA, 2015; CUNHA, 2015), estavam mais empenhados em descobrir os potenciais e limitações dessas plataformas de uma maneira mais direcionada para os processos ou para os produtos jornalísticos, ou seja, são estudos mais exploratórios sobre as aplicações específicas desses dispositivos no Jornalismo.

A proposta da presente ficha é, portanto, em acordo com os estudos pioneiros, propor ferramentas para análise do que vem sendo produzido de jornalismo audiovisual com e para dispositivos móveis; mas, em um segundo momento e de acordo com Strelow (2010), também propor bases metodológicas para uma compreensão mais global dos produtos e processos jornalísticos audiovisuais em dispositivos móveis. Buscaremos evidenciar essa preocupação na estrutura da ficha evidenciada a seguir.

FICHA DE ANÁLISE

Cibermeio analisado:

Data de análise/coleta:

Data de circulação do material jornalístico analisado:

Listar os títulos/identificação de cada conteúdo audiovisual analisado:

PRIMEIRA PARTE

Análise sócio-histórico-cultural

1. Breve histórico da organização jornalística:
2. Local de produção e circulação do cibermeio:
3. Dimensões da organização jornalística: (número de funcionários, sobretudo jornalistas)

SEGUNDA PARTE

Processo de produção (pesquisa de campo)

A. *Perfil dos profissionais e constituição das equipes*

1. Idade			
<input type="checkbox"/> 17 a 24 anos	<input type="checkbox"/> 25 a 30 anos	<input type="checkbox"/> 31 a 40 anos	<input type="checkbox"/> Mais de 40 anos
2. Vínculo formal com a organização jornalística:			
<input type="checkbox"/> funcionário efetiv	<input type="checkbox"/> funcionário contratado		
<input type="checkbox"/> estagiário	<input type="checkbox"/> outro		
3. Anos de vínculo com a organização jornalística:			
<input type="checkbox"/> menos de 1 ano	<input type="checkbox"/> 1 ano		
<input type="checkbox"/> 2 anos	<input type="checkbox"/> 3 anos		
<input type="checkbox"/> 4 anos	<input type="checkbox"/> 5 a 10 anos		
<input type="checkbox"/> 10 a 20 anos	<input type="checkbox"/> Mais de 20 anos		
4. Formação profissional			
<input type="checkbox"/> Jornalismo	<input type="checkbox"/> Rádio e TV		
<input type="checkbox"/> Relações Públicas	<input type="checkbox"/> Tecnologia da Informação		
<input type="checkbox"/> Web designer	<input type="checkbox"/> Outra. Especifique:		
5. Anos de atividades profissionais com jornalismo			
<input type="checkbox"/> menos de 1 ano	<input type="checkbox"/> 1 ano		
<input type="checkbox"/> 2 anos	<input type="checkbox"/> 3 anos		
<input type="checkbox"/> 4 anos	<input type="checkbox"/> 5 a 10 anos		
<input type="checkbox"/> 10 a 20 anos	<input type="checkbox"/> Mais de 20 anos		
6. Nível Salarial Mensal			
<input type="checkbox"/> R\$ 500 a R\$ 1.000	<input type="checkbox"/> R\$ 1.000 a R\$ 2.000		
<input type="checkbox"/> R\$ 2.000 a R\$ 4.000	<input type="checkbox"/> Acima de R\$ 4.000		
7. Qual (Quais) função (funções) desempenha no processo de produção?			
<input type="checkbox"/> coordenador	<input type="checkbox"/> pauteiro	<input type="checkbox"/> apurador	
<input type="checkbox"/> produtor	<input type="checkbox"/> repórter	<input type="checkbox"/> apresentador	
<input type="checkbox"/> cinegrafista	<input type="checkbox"/> editor de imagens	<input type="checkbox"/> editor de conteúdo das notícias	
<input type="checkbox"/> editor do portal	<input type="checkbox"/> editor do aplicativo	<input type="checkbox"/> Outra. Qual?	
8. Você considera jornalismo o que faz nessa organização?			
<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não		
9. Quantos setores da organização estão envolvidos na produção do portal e/ou do aplicativo?			
<input type="checkbox"/> Mais de três	<input type="checkbox"/> Três		
<input type="checkbox"/> Dois	<input type="checkbox"/> Um		

10. Você domina as linguagens especializadas de edição de vídeo?

Sim Não

11. Em caso negativo, tem interesse em aprendê-los?

Sim Não

Por quê?

12. Você domina as linguagens especializadas de programação?

Sim Não

13. Em caso negativo, tem interesse em aprendê-los?

Sim Não. Por quê?

14. Você considera que a organização estimula o desenvolvimento de novas competências entre os seus profissionais?

Sim. Quais? Não. Por quê?

B. As etapas do processo: apuração, produção, edição e circulação

15. Como o aplicativo se insere no conjunto dos produtos da organização jornalística como um todo?

16. Por que a organização decidiu produzir um aplicativo?

17. Numa escala de 1 a 6 (sendo 6 o mais importante; sendo 1 o menos), numere de acordo com a importância de onde você costuma retirar as pautas.

- Assessoria de Comunicação
- De seu trabalho como jornalista em outro meio
- Navegando em outras páginas da Internet
- De grupos de discussão e comunidades virtuais
- De banco de dados da Universidade
- De conversas com fontes
- Outra. Qual?

18. Quantas fontes você costuma ouvir antes de produzir um vídeo?

- Mais de duas Duas
- Uma Nenhuma

19. Na maioria dos casos, como você se comunica com elas?
 Pela Internet Por telefone Pessoalmente
20. Quantos vídeos você costuma produzir por dia?
 Um Dois Três
 Mais de três Produção semanal em vez de diária. Quantos por semana?
21. Você considera que as etapas da produção jornalística estão mudando a partir da inserção dos dispositivos móveis?
 Não. As etapas tradicionais (apuração, produção, edição e circulação) estão sendo mantidas.
 Sim. Novas etapas estão sendo introduzidas. Quais?
22. Quais recursos dos dispositivos móveis são mais utilizados para auxiliar na produção? (Marcar apenas três)
 Whatsapp Redes sociais E-mail
 Câmera Gravador de voz Outros. Quais?
23. Você utiliza os recursos de edição de imagens com frequência pelo celular?
 Não Sim
24. Em caso positivo, quais efeitos você costuma empregar nessa edição (que tipos de corte da imagem, por exemplo)?
25. Como funciona o sistema de processamento e/ou armazenamento dos vídeos pela sua organização jornalística?
26. Você costuma armazenar os vídeos produzidos no seu celular?
 Sim Não. Por quê?
27. Como funciona o sistema de publicação e/ou circulação dos vídeos no aplicativo para dispositivos móveis da organização jornalística?
28. Esse sistema foi elaborado pela própria organização jornalística?
 Sim. Por profissionais efetivos.
 Sim. Por profissionais contratados.
 Não. Por empresa terceirizada.
 Não. Por outros. Que tipo de vínculo?
29. Você percebe algum elemento de inovação no jornalismo audiovisual produzido a partir da inserção dos dispositivos móveis no processo?
 Não. Por quê? Sim. Quais?

30. Você já fez tentativas de inovação na sua organização jornalística?
 Não. Sim. Quais?
31. Em caso positivo, essas tentativas foram bem-sucedidas e replicadas em outros produtos jornalísticos?
 Não. Por quê? Sim.
32. Você percebe algum tipo de inovação específica nos formatos jornalísticos audiovisuais explorados?
 Não Sim. Quais?
33. Quais são as principais barreiras e limitações para que o “potencial do audiovisual” seja maximizado nos dispositivos móveis?
34. Você consegue visualizar e apontar perspectivas para uma maior exploração do audiovisual nos dispositivos móveis nos próximos anos?

TERCEIRA PARTE

Análise de conteúdo

1. Quanto aos formatos de conteúdos produzidos com recursos de multimídia, quais são mais amplamente identificados? (marcar X onde proceder).
- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Fotos | <input type="checkbox"/> Galeria de imagens | <input type="checkbox"/> Áudios |
| <input type="checkbox"/> Vídeos | <input type="checkbox"/> Infografia estática | <input type="checkbox"/> Infografia interativa |
| <input type="checkbox"/> Imagens em 360° | <input type="checkbox"/> 3D | <input type="checkbox"/> Mapas estáticos |
| <input type="checkbox"/> Mapas interativos | <input type="checkbox"/> Slideshows | <input type="checkbox"/> Linhas do tempo estáticas |
| <input type="checkbox"/> News games | <input type="checkbox"/> Linhas do tempo interativas | <input type="checkbox"/> Outros: Especificar: |
2. Quantos conteúdos audiovisuais são circulados em cada matéria que contém esse tipo de material multimídia?
- | | | |
|---------------------------------|---|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Nenhum | <input type="checkbox"/> Um | <input type="checkbox"/> Dois |
| <input type="checkbox"/> Três | <input type="checkbox"/> Mais. Quantos? | |
3. De que forma a linguagem audiovisual aparece?
- Fragmentada em clipes
- Separada em editoria e/ou seção específica (Multimídia ou Vídeos)
- Outra. Qual?
4. Há valorização maior do audiovisual com relação aos demais formatos multimídia utilizados?
- Sim Não. Explicar:

5. Diante da diversidade de combinações da imagem em movimento com o som na era digital, quais têm sido utilizadas?

- Vídeos Animações
 Vídeos com animações Outras. Qual?

6. O audiovisual funciona em quais destas condições?

- Remete para YouTube Roda num aplicativo incorporado ao dispositivo. Qual?

7. Como o audiovisual abre na tela depois que o usuário clica sobre um conteúdo desse tipo?

- Passa a ocupar toda a tela (sobreposição)
 Roda apenas no espaço que ocupava originalmente na narrativa
 Outros. Especificar:

8. Em que orientação os materiais audiovisuais rodam originalmente na tela?

- Horizontal
 Vertical, nas proporções da tela do dispositivo móvel
 Vertical, mas adotando proporções horizontais na tela

9. Qual a duração média de cada material audiovisual circulado?

- Até 30 segundos Até 1 minuto
 Entre 1 e 2 minutos Entre 2 e 3 minutos
 Entre 3 e 5 minutos Entre 5 e 10 minutos
 Mais de 10 minutos. Quantos minutos?

10. Há alguma forma específica de identificação e/ou apresentação do audiovisual?

- Não.
 Sim, com ícone de play (sobre ou próximo a uma foto)
 Sim, com ícone de câmera (sobre ou próximo a uma foto)
 Sim, com ícone de película de cinema
 Sim, com ícone de televisão
 Sim, mas apenas linkado no texto
 Sim. Outros. Especificar:

11. De que forma o audiovisual se relaciona com os demais formatos (texto, foto, áudio etc.)?

- Integrada (compondo uma unidade narrativa)
 Justaposta (como pedaços diversos colocados na mesma composição, mas sem relação de complementaridade entre si)
 Outra. Qual?

12. Quais as seções e/ou temáticas em que o audiovisual aparece?

- Cultura (cinema, shows, etc.) Desastres naturais Moda
 Temática híbrida. Entre quais temas? Protestos, manifestações e conflitos
 Outras. Qual?

13. Há o uso de vinhetas de início e fim nos materiais audiovisuais?

- Não. Sim. Qual?

14. Há o uso de créditos nos materiais audiovisuais?

- Sim, nos jornalistas. Sim, nos entrevistados. Não

15. Qual o formato dos materiais audiovisuais circulados?

- Trailers
 Clipes musicais
 Sonora solta (apenas fala do entrevistado, sem inserção em reportagem)
 Telejornal como programa fechado
 Flashes no estilo telejornalístico
 Boletim informativo com notas rápidas
 Entrevista como programa autônomo
 Enquete
 Debate
 Comentário ou Coluna
 Reportagens no estilo telejornalístico (com off, passagem, sonora, etc.)
 Reportagens no estilo documental (sem presença do jornalista frente às câmeras, priorizando fala dos personagens, trilha sonora)
 Outro. Qual?

16. Qual o cenário do material audiovisual?

- Estúdio Redação Externos (ambientes abertos)
 Local da própria entrevista Outro. Qual?

17. Quais as fontes mais ouvidas?

- Especialistas Políticos
 Artistas Jornalistas da própria organização
 Público em geral e/ou personagens Outras. Quais?

18. Quais os planos de imagem utilizados em cada material audiovisual?

- Plano de detalhe (porção pequena da pessoa ou do objeto)
 Grande plano ou close (engloba a cabeça da pessoa)
 Plano próximo (enquadra o busto do interlocutor)

- Plano médio (a pessoa aparece da cintura para cima)
- Plano americano (enquadramento até os joelhos)
- Plano inteiro (enquadra o corpo da pessoa por completo)
- Plano geral (mostra o local onde a ação acontece; a pertinência dos personagens é residual)

19. Quais os movimentos de câmera mais utilizados em cada material audiovisual?

- Nenhum
- Traveling
- Panorâmica
- Zoom (in / out)

20. Existem conteúdos produzidos com auxílio de dispositivos móveis explicitamente? (Nesse sentido, referimo-nos à ideia de metalinguagem, em que os jornalistas fazem questão de evidenciar o uso desses dispositivos no processo de produção):

- Não.
- Sim, com um celular
- Sim, com um tablet
- Sim, com um drone
- Sim, com outro tipo de dispositivo móvel. Qual?

QUARTA PARTE:

Interação com os usuários e/ou público (recirculação)

1. Qual o público-alvo dos vídeos produzidos?

1.1. Faixa etária:

- Crianças
- Adolescentes
- Entre 18 e 35 anos
- Entre 36 e 60 anos
- Idosos

1.2. Classe social:

- A e B
- C e D
- E

1.3. Sexo:

- Feminino
- Masculino

1.4. Região do País:

- Centro-oeste
- Nordeste
- Norte
- Sudeste
- Sul

2. Há algum controle de acesso (números, locais, horários de acesso, etc.)?

- Sim
- Não

3. Em caso positivo, qual o público efetivamente atingido?

3.1. Faixa etária:

Crianças Adolescentes Entre 18 e 35 anos
 Entre 36 e 60 anos Idosos

3.2. Classe social:

A e B C e D E

3.3. Sexo:

Feminino Masculino

3.4. Região do País:

Centro-oeste Nordeste Norte Sudeste Sul

4. São oferecidas possibilidades de interação do usuário com o conteúdo audiovisual?

Não.
 É possível curtir apenas
 É possível reagir de várias maneiras (diferentes reações)
 É possível comentar
 É possível compartilhar no Facebook
 É possível compartilhar no Twitter
 É possível compartilhar no Youtube
 É possível compartilhar no Whatsapp
 Outras possibilidades. Quais?

5. Há algum tipo de ferramenta e/ou profissional que contabilize os resultados dessas interações dos usuários?

Não. Sim. Qual o método utilizado para esse controle?

6. Em caso positivo, esses resultados são considerados na produção de vídeos futuros?

Não. Por quê? Sim. De que maneira?

Considerações finais

Conclui-se, portanto, que o estudo e o conhecimento da metodologia evoluem para inovações metodológicas de fato. A leitura dos autores citados neste artigo também nos leva a concluir a relevância do estudo da metodologia para a realização da pesquisa científica, o que não tem ocorrido com frequência, especialmente na área de Comunicação.

Percebemos, ainda, que as organizações de jornalismo estão cada vez mais buscando inovações que aumentem a participação do público. Entre essas inovações, os vídeos,

sobretudo os curtos e compartilháveis, adquirem protagonismo crescente.

Diante dessas novas práticas, torna-se evidente (e talvez urgente) a necessidade de atualização dos métodos de pesquisa. A pesquisa aplicada, na opinião de Guerra (2017), seria um exemplo de possível avanço, na medida em que pode contribuir para uma elevação do padrão de qualidade do produto sob investigação.

[...] O levantamento e a sistematização de requisitos e indicadores, a partir de um referencial teórico, como o elaborado no âmbito da pesquisa básica, passíveis de medir o desempenho com vistas a implementar avaliação de qualidade, é pesquisa aplicada; - O desenvolvimento de métodos (formulários e protocolos) e produtos (softwares, por exemplo) para implementar processos de avaliação de qualidade é desenvolvimento experimental. (Guerra, 2017, p.295)

Espera-se que esta proposta de ficha de análise do jornalismo audiovisual em dispositivos móveis possa ser empregada como uma ferramenta para melhor compreensão do jornalismo digital, cumprindo seu objetivo de facilitar o estudo de todos os aspectos envolvidos nesse fenômeno tão atual. A intenção é que possamos, enquanto pesquisadores, identificar e explorar as áreas nas quais avanços podem ocorrer, melhorando o nível de qualidade dos conteúdos jornalísticos, sobretudo os vídeos, produzidos.

Referências bibliográficas

- ANDERSON, K. **Beyond the article: frontiers of editorial and commercial innovation**. Digital News Project 2017. University of Oxford.
- CASTELLS, M. et al. **Mobile communication and society: a global perspective**. Cambridge: MIT Press, 2007.
- CUNHA, R. E. S. **Design de notícias para dispositivos móveis: affordances, sintagmas e contratos de interação**. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. Orientação: Prof. Marcos da Silva Palacios. 2015.
- DEMO, P. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1995.
- DEUZE, M. What is Multimedia Journalism? **Journalism Studies**, 2004, vol. 5, n. 2, p. 139–152.
- FRANCISCATO, C. A inovação metodológica como problema na pesquisa em jornalismo digital. **Revista Contemporânea - Comunicação e Cultura**. Salvador: PósCom-UFBA, 2017, p. 25-46.
- GOMES, I. Metodologia de análise de telejornalismo. In: _____. (Coords.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011, p.17- 47.
- _____. (Coord.). **Análise de telejornalismo: desafios teórico-metodológicos**. Salvador: EDUFBA, 2012.
- GUERRA, J. Q-avalia – sistema de avaliação de qualidade: uma proposta de inovação, pesquisa aplicada e de desenvolvimento experimental em jornalismo. **Revista Contemporânea - Comunicação e Cultura**, 1 (15), Salvador: PósCom-UFBA, 2017.
- HERREROS, M. C. **Información Televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación**. Madrid: Editorial Síntesis, 2003.
- MACHADO, E. & ROSA, T. (coords.). Metodologias de Pesquisa Aplicadas ao Jornalismo: Um estudo dos manuais de referência (1970-2007). Actas del XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014.
- PERALTA, M. **Teleinformatius: la transmissió televisiva de l'actualitat**. Barcelona: Trípodos, 2005.
- SILVA, F. F. **Jornalismo e tecnologias da mobilidade: conceitos e configurações**. In: II Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura. São Paulo: PUC-SP, 10-13/nov., 2008.
- _____. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015.
- SPINELLI, E. Tipos de inovação nas empresas informativas e a relevância da dimensão social. **Revista Contemporânea - Comunicação e Cultura**, 1 (15), Salvador: PósComUFBA, 2017, p. 64-80.
- STRELOW, A. **Análise global de processos jornalísticos: uma proposta metodológica**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

Sobre os Autores

Adilson Vaz Cabral Filho é Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - UMESP, com pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madrid. Professor do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE (Centro de Pesquisa e Produção em Comunicação e Emergência). E-mail: acabral@comunicacao.pro.br.

Ainara Larrondo Ureta é professora da Universidad del País Vasco. Doutora em Jornalismo e Mestre em História Contemporânea

Andrea Medrado é professora do Departamento de Comunicação Social do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF). Vice-Presidente IAMCR (International Association for Media & Communication Research). E-mail: andreamedrado@id.uff.br

Aquiles Brayner é Doutor em Literatura Brasileira pela University of London, Mestre em Línguas e Culturas da América Latina pela Rijksuniversiteit Leiden e em Biblioteconomia e Ciência da Informação pela City University London. Gerencia projetos na área de Curadoria Digital em instituições de memória e centros de pesquisa.

Cintia Augustinha dos S. Freire é graduada em Arquivologia pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro e pós-graduada em Educação Infantil e Desenvolvimento pela Universidade Cândido Mendes. É membro do grupo de pesquisa e membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. E-mail: cintiaaugustinha@gmail.com

Daniela Silvana Blanco Vaca é pós-graduanda em Produção de Conteúdo Audiovisual pela Universidade Federal de São Carlos e graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí.

Danielle Fernandes Rodrigues Furlani é graduanda do curso de Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense, bolsista de Iniciação Científica do CNPq e membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. E-mail: daniellerodrigues@id.uff.br

Débora de Castro Moreira Mesquita é mestranda do Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social – Instituto de Psicologia – Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: mesquittadebora@gmail.com

Eula Dantas Taveira Cabral é coordenadora do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), trabalha com projetos e pesquisas na Fundação Casa de Rui Barbosa, sendo professora do Programa de Pós-graduação em Memória e Acervos da instituição. É Doutora e Mestre em Comunicação Social pela UMESP, com pós-doutorado em Comunicação pela UERJ. E-mail: eulacabral@gmail.com

Gabriela Azevedo é doutoranda em Direito pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Mestre em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e em Direito pela UERJ. E-mail: gabyfsa@gmail.com

Karen B. Santarem Rodrigues é graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense e membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. E-mail: karenbsrodrigues@gmail.com

Juliana Bach é mestranda do Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social – Instituto de Psicologia – Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: jubachv@gmail.com

Juliana Fernandes Teixeira é Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (Covilhã/Portugal). É professora da Universidade Federal do Piauí. E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com

Juliana Meneses Rocha Celestino é graduada em Jornalismo pela Faculdade Integrada Hélio Alonso (FACHA) e membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. E-mail: juu.meneses@gmail.com

Luana Matos do Nascimento é mestranda no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF) e graduada em História pela UFF.

É membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e Cultura. E-mail: luanamatos@id.uff.br

Madalena Schmid Martins é Mestre em Memória e Acervos pelo Programa de Pós Graduação em Memória e Acervos da Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB) e membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. E-mail: mschmidig@gmail.com

Maria Eduarda Cardozo Guedes é graduanda em História na Universidade Federal Fluminense e membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. E-mail: mariaecguedes@gmail.com

Mariana Martins Trindade é graduanda em Jornalismo (UFF), membro do grupo de pesquisa EMERGE (Centro de Pesquisa e Produção em Comunicação e Emergência) e bolsista de Iniciação Científica da Universidade Federal Fluminense do projeto “A Contribuição da Conferência Nacional de Comunicação para a construção de políticas para o setor da grande área ciências sociais”. E-mail: mariitrindadee@gmail.com.

Monica Machado é professora associada da Escola de Comunicação e do Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social – Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Líder do grupo de pesquisa do CNPQ Mediatio – Mediações, humanidades e subjetividades. E-mail: monica.machado@eco.ufrj.br

Ronaldo Nogueira da Gama é Doutor em Artes Cênicas pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Tese “O Uso de Imagens na Cena Teatral” (2010), sob orientação do Dr. José Dias. Mestre em Teatro e Artes do Espetáculo pela Université de Paris III - Sorbonne-Nouvelle. Dissertação “La mise en boîte de la mise en scène” (2002), com orientação da Dra. Béatrice Picon-Vallin. E-mail: ronaldogama@hotmail.com

Rondon Marques Rosa é doutorando do Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social – Instituto de Psicologia – Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail rondonmarques@gmail.com

Thainá Queiróz Alves é graduanda em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e membro do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC) da FCRB. E-mail: thaina.qalves@gmail.com

*Livro produzido em parceria com o Grupo de Pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura
(EPCC) da Fundação Casa de Rui Barbosa*



*1ª edição DEZEMBRO DE 2020
tipografia TIMES NEW ROMAN*



A primeira obra do selo EPPC Livros, “Panorama reflexivo da Cultura e da Comunicação”, reúne um conjunto de artigos, organizados em três partes - “Cultura e comunicação”, “Mídia e mulher” e “Comunicação, cultura e internet” -, resultantes de pesquisas científicas desenvolvidas por pesquisadores de instituições de ensino e pesquisa tanto nacionais como internacionais. Além dos pesquisadores convidados, a obra mostra resultados das investigações científicas do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC), levando em consideração um de seus principais projetos: “Concentração midiática diante da democratização da comunicação e da diversidade cultural: análise das estratégias dos grandes conglomerados”.

