

Anabela Gradim
Paulo Serra (Eds.)

ANUÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO LUSÓFONA 2019/20

Geografias da diversidade

**ANUÁRIO INTERNACIONAL
DE COMUNICAÇÃO LUSÓFONA
2019/2020**

ANABELA GRADIM

PAULO SERRA (ORGS.)

Ficha Técnica**Título**

Anuário Internacional de Comunicação Lusófona

Organização

Anabela Gradim

Paulo Serra

Editora LabCom.IFP

www.labcom-ifp.ubi.pt

Coleção

Livros de Comunicação

Direção

Gisela Gonçalves

Design Gráfico

Cristina Lopes (capa)

ISSN

2255-2243

Tiragem

Print-on-demand

Universidade da Beira Interior

Rua Marquês D'Ávila e Bolama.

6201-001 Covilhã. Portugal

www.ubi.pt

Covilhã, 2020

© 2020, Anabela Gradim & Paulo Serra.

© 2020, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.

Índice

INTRODUÇÃO	1
Diversidade de espaços no cinema português Diversity of spaces in the Portuguese cinema	
Paulo Serra	3
Opinião pública: a mídia na construção da imagem da continuidade do Brasil com Portugal Public opinion: the media in building the image of Brazil's continuity with Portugal	
Fernando Augusto Silva Lopes & Fernanda Barbosa Lopes	17
Música popular e marcadores culturais na cidade contemporânea: o contexto no município de Cuiabá Popular music and cultural markers in the contemporary city: the context in the municipality of Cuiabá	
Yuji Gushiken & Helsio Amiro Motany de Albuquerque Azevedo	39
Interseccionalidade, orientalismo e representatividade: Um estudo de caso na série Sex Education Intersectionality, orientalism and representativity: A case study in the Sex Education series	
Heloisa Keiko Saito André	65
A Era do Streaming no Espaço Lusófono: Uma geografia dos canais	

de TV na CPLP Age Streaming in the Lusophone Space: A geography of TV channels at CPLP Sonia V. Moreira, Ricardo M. A. Rios & Vitor P. Almeida	75
O Jornalismo de Dados no espaço Lusófono: notas sobre os perfis de profissionais do Brasil e de Portugal Data Journalism in the Lusophone space: Notes on the profiles of professionals from Brazil and Portugal Vanessa Teixeira de Barros	105
Mapa da mídia no Tocantins: levantamento dos veículos entre 2016 e 2020 Media map in Tocantins: survey of vehicles between 2016 and 2020 Liana Vidigal Rocha, Sarah Melisa Barros de Sousa Yago Modesto Alves	127
Explorações sobre a viragem cultural em França e na Grã-Bretanha e os seus primeiros ecos em Portugal Explorations on the cultural turn in France and Great Britain and their early echoes in Portugal Filipa Subtil	149

INTRODUÇÃO

A presente edição do Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, referente a 2019/2020, elegeu como tema central as "Geografias da Diversidade". A diversidade de que aqui se trata é, em primeiro lugar, a diversidade das nações lusófonas que, unidas por uma história e uma língua cuja partilha nem sempre é pacífica e isenta de tensões, se espalham por continentes e regiões de geografias muito diferentes umas das outras. A diversidade é, em segundo lugar, a dos interesses e objetos de estudo dos investigadores de ciências da comunicação desses países, que se centram ora nos “velhos” e “novos” media, ora na cultura popular e sua relação com a contemporaneidade, ora no jornalismo e suas novas formas de fazer, ora ainda na comparação entre os vários países lusófonos. Assim, Paulo Serra (“Diversidade de espaços no cinema português”) interroga o modo como o cinema português, em dois dos seus momentos fundamentais – as “comédias portuguesas” e os filmes posteriores ao “cinema novo” -, mobiliza o espaço físico e humano. Fernando Augusto Silva Lopes e Fernanda Barbosa Lopes (“Opinião pública: a mídia na construção da imagem da continuidade do Brasil com Portugal”) refletem sobre o papel da mídia brasileira na construção da imagem-mito de um Brasil como continuação patrimonialista e corrupta do Portugal colonial. Yuji Gushiken e Hésio de Albuquerque Azevedo (“Música popular e marcadores culturais na cidade contemporânea: o contexto no município de Cuiabá”) evidenciam o papel dos géneros musicais populares cururu, rasqueado e lambadão como marcadores culturais da cidade de Cuiabá, num contexto de crescente globalização e uniformização culturais. Heloisa Keiko Saito André (“Interseccionalidade, orientalismo e representatividade: Um estudo de caso na série Sex Education”), tendo como ponto de partida a análise do desenvolvimento da personagem Olivia Hanan na série Sex Education, aborda o fenómeno da

coexistência de identidades num mesmo sujeito-personagem, esquecido por vezes nos estudos de género. Sonia V. Moreira, Ricardo M. A. Rios e Vitor P. Almeida (“A Era do Streaming no Espaço Lusófono: Uma geografia dos canais de TV na CPLP”) estudam a forma como os cinco principais canais de televisão aberta nos países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) distribuem e disponibilizam (ou não) os seus conteúdos através das plataformas streaming. Vanessa Teixeira de Barros (“O Jornalismo de Dados no espaço Lusófono: notas sobre os perfis de profissionais do Brasil e de Portugal”) caracteriza os perfis dos profissionais do jornalismo de dados no Brasil e em Portugal. Liana Vidigal Rocha, Sarah Melisa Barros de Sousa e Yago Modesto Alves (“Mapa da mídia no Tocantins: levantamento dos veículos entre 2016 e 2020”) fazem o mapeamento dos meios de comunicação do Estado do Tocantins (Brasil), comparando ainda a situação de 2016 com a de 2020. Filipa Subtil (“Explorações sobre a viragem cultural em França e na Grã-Bretanha e os seus primeiros ecos em Portugal”) analisa a receção em Portugal, nas décadas de 60 e 70 do século XX, da “viragem cultural” trazida pelos trabalhos dos autores do Centre d’Études des Communication de Masse e do Center for Contemporary Cultural Studies. A diversidade é, em terceiro lugar – e talvez resida aí o essencial – aquilo que o nosso olhar, enquanto membro de uma nação lusófona, vê nos membros das outras nações lusófonas que, por sua vez, nos veem com os seus próprios olhares, diferentes do nosso. Nesta divergência e descentramento de olhares reside, certamente, uma das maiores riquezas da lusofonia e das suas ciências da comunicação, para a qual aqui procuramos contribuir.

*Anabela Gradim
Joaquim Paulo Serra*

Diversidade de espaços no cinema português

Diversity of spaces in the Portuguese cinema

Paulo Serra
LabCom, Universidade da Beira Interior, Portugal
pserra@ubi.pt

Resumo

A lusofonia é uma “comunidade imaginada” (Anderson) assente na partilha de uma língua e uma história comuns. Mas, tal acontece com todas as obras de imaginação, a lusofonia é uma síntese do diverso e improvável. Ela envolve um conjunto de espaços que são diversos e plurais não só quando consideramos o conjunto dos países de língua oficial portuguesa, mas também cada um desses países tomados *per se*. No caso concreto de Portugal, essa diversidade e pluralidade torna-se manifesta, nomeadamente, sob a forma de consciência visual que é a do cinema. Ilustramos esta nossa tese analisando a forma como o espaço – o mundo – é construído nas chamadas “comédias portuguesas” dos anos 30 e 40 do século XX e em filmes de cariz mais fenomenológico e sociológico como *Aquele Querido Mês de Agosto* (Miguel Gomes, 2008).

Palavras-chave:

Cinema; Espaço; Diversidade; Comédias portuguesas; *Aquele Querido Mês de Agosto*.

Abstract

Lusophony is an “imagined community” (Anderson) based on the sharing of a common language and history. But, as with all works of the imagination, Lusophony is a synthesis of the diverse and improbable. It involves a set of spaces that are diverse and plural not only when we consider the set of Portuguese-speaking countries, but also each of these countries taken by themselves. In the specific case of Portugal, this diversity and plurality becomes manifest, namely, in the form of visual awareness typical of cinema. We illustrate our thesis by analysing the way space - the world - is built in the so-called “Portuguese comedies” of the 30s and 40s of the 20th century

and in films of a more phenomenological and sociological nature such as *Aquele Querido Mês de Agosto* (Miguel Gomes, 2008).

Keywords:

Cinema; Space; Diversity; Portuguese comedies; *Aquele Querido Mês de Agosto*.

Introdução

As comunidades humanas não “ocupam” o espaço como se este fosse um continente vazio que se tratasse apenas de preencher. Como se sabe, para Kant o espaço é – a par do tempo – uma forma *a priori* da sensibilidade e que, como tal, condiciona toda a nossa percepção do mundo: perceber algo é percebê-lo no espaço. Assim, o espaço é, por definição, humano – mesmo que não aceitemos que ele seja *a priori* em vez de *a posteriori*, inato em vez de adquirido, biológico em vez de cultural. Como sublinha o kantiano Simmel, “o espaço em geral é apenas uma atividade da alma, apenas a maneira humana de unir estímulos sensoriais em si desconexos em visões unitárias.” (Simmel, 2013, p. 76).

Toda a comunidade humana constitui material e simbolicamente, de uma maneira própria, um determinado espaço – traçando caminhos e percursos, lançando pontes, nomeando lugares –, ao mesmo tempo que esse espaço também a constitui a si própria, conferindo-lhe uma certa feição, condicionando as suas atividades, distinguindo-a de outras comunidades. Como observa Simmel, “sempre percebemos o espaço que um grupo social preenche em algum sentido, como uma unidade que tanto quanto exprime e sustenta a unidade desse grupo é por ela sustentado” (2013, p. 79).

Por isso mesmo, apesar da distinção comum entre “geografia física” e “geografia humana”, o facto é que toda a geografia é humana, no sentido em que o próprio “físico” acaba por ser uma construção simbólica ou cultural.

Se há uma arte em que a relevância do espaço se torna evidente – “entra pelos olhos dentro”, por assim dizer - essa arte é, seguramente, o cinema. Caracterizando o cinema precisamente como uma “arte do espaço”, diz Éric Rohmer que “o espaço, ao contrário [do tempo] parece ser a forma geral de

sensibilidade que lhe é mais essencial, na medida em que o cinema é uma arte da visão.” (1984, p. 28).

Mesmo se Rohmer pode ser acusado de “ignorar, ou ao menos desprezar, a componente temporal do cinema em favor de sua faceta espacial” (Borges, 2019, p. 135), uma (a primeira?) das perguntas a que todo o cineasta deve responder é a da organização do espaço do filme: do espaço em que vai decorrer a ação (espaço pictórico), da organização interna desse espaço (espaço arquitetónico), da forma como fará significar esse espaço (espaço fílmico).

É com base na construção de um espaço que um filme se torna um mundo - não o mundo tal como existe “na realidade”, mas um mundo possível, um mundo incluindo lugares, objetos, pessoas e ações como as do mundo em que vivemos; um mundo que seja, apesar de tudo, humano. É certo que esta possibilidade de criar mundos não é exclusiva do cinema – ela é apanágio, por exemplo, da literatura. No entanto, e ao contrário do que acontece com esta, o cinema – sendo uma arte do espaço, como dizia Rohmer – *dá a ver*, literalmente, os mundos que cria. É certo que a pintura também dá a ver mundos; no entanto, ela carece do realismo (do aparelho) fotográfico que, mesmo na mais pura ficção, caracteriza o cinema. Como diz Benjamin,

[...] a descrição cinematográfica da realidade é para o homem moderno infinitamente mais significativa que a pictórica, porque ela lhe oferece o que temos o direito de exigir da arte: um aspecto da realidade livre de qualquer manipulação pelos aparelhos, precisamente graças ao procedimento de penetrar, com os aparelhos, no âmago da realidade. (Benjamin, 1987, p. 187)

Como veremos nas secções seguintes, o espaço – o mundo – é construído de forma muito diferente nas chamadas “comédias portuguesas” dos anos 30 e 40 do século XX e em filmes de cariz mais fenomenológico e sociológico como *Aquele Querido Mês de Agosto* (Miguel Gomes, 2008).

As comédias no cinema português

As comédias mais conhecidas – vistas, revistas e recriadas – do cinema português são, certamente, as dos anos 30 e 40 do século XX, de que são exemplos filmes como *A Canção de Lisboa* (Cottinelli Telmo, 1933), *O Pai Tirano* (António Lopes Ribeiro, 1941), *O Pátio das Cantigas* (Francisco Ribeiro, 1942),

O Costa do Castelo (Arthur Duarte, 1943), *A Menina da Rádio* (Arthur Duarte, 1944) ou *O Leão da Estrela* (Arthur Duarte, 1947) (Diogo, 2001; Diogo, 1996).

É certo que, a contracorrente destas comédias, houve filmes “sérios” como *Maria do Mar* (Leitão de Barros, 1930), *A Canção da Terra* (Jorge Brum do Canto, 1938), ou *Aniki-Bobó* (Manoel de Oliveira, 1942), mas sempre com pouco ou nenhum sucesso comercial e, assim, com pouca influência naquilo a que se poderá chamar a construção cinematográfica da identidade dos portugueses.

Referindo-se ao filme *A Canção da Terra*, realizado por Jorge Brum do Canto em 1938, na ilha de Porto Santo, afirma Carla Ribeiro:

Para o crítico Roberto Nobre, este filme, em conjunto com *Maria do Mar*, de Leitão de Barros, abria caminho para um cinema que se aproximasse da realidade nacional e suas particularidades, numa “via do humano e popular”; mas, quando “pareceria lógico deverem insistir nele, para o melhorar [...] na boa e acessível via para a qual mostravam singulares aptidões, logo a abandonaram e foram experimentar o enjoativo filme histórico, a comédia mais ou menos americanizada e, no maior número das vezes, a película com o faduncho e o popular pejorativo.” (Ribeiro, 2011, p. 214)

A influência das comédias advém, desde logo, do facto de serem comédias – filmes que fazem rir. Ora, rir é sempre a crítica de um desvio e, portanto, uma forma de castigo e correção social que reforça a norma em relação à qual o desvio é desvio, levando a aceitar uma certa ordem social, real ou imaginária, para o caso tanto faz. Como diz Bergson no seu clássico sobre o riso,

[...] a comédia está a meio caminho entre a arte e a vida. Ela não é desinteressada como a arte pura. Ao organizar o riso, ela aceita a vida social como um meio natural; ela segue mesmo um dos impulsos da vida social. E neste ponto ela volta as costas à arte, que é uma rutura com a sociedade e um regresso à simples natureza. (Bergson, 1900/1991, p. 131)¹

¹“Nous avons donc bien le droit de dire que la comédie est mitoyenne entre l’art et la vie. Elle n’est pas désintéressée comme l’art pur. En organisant le rire, elle accepte la vie sociale comme un milieu naturel; elle suit même une des impulsions de la vie sociale. Et sur ce point elle tourne le dos à l’art, qui est une rupture avec la société et un retour à la simple nature.”

Como sublinha Vasco Diogo, as chamadas “comédias à portuguesa” assemelham “numa visão burguesa e conservadora da sociedade”, em que “a representação da pequena burguesia, classe predominante, se tenta fazer passar pela representação do povo, classe praticamente ausente” (Diogo, 2001, p. 322).

O espaço de excelência desses filmes são os chamados “bairros populares” de Lisboa, com a sua estrutura, as suas casas, os seus habitantes e as suas relações sociais estereotipadas e mitificadas (Diogo, 2001, p. 324):

Mitifica-se também o espaço do bairro popular lisboeta pela sugestão de um ideal de uma comunidade de relações abertas, harmonizadora de conflitos de interesses, numa aproximação aos ideais dominantes, nomeadamente mostrando-se uma “pobreza alegre” cujas verdadeiras condições de vida são convenientemente filtradas. (Diogo, 2001, p. 324)

Justificar-se-á, assim, segundo Tiago Baptista, que alguns autores preferiam chamá-las “comédias de Lisboa” em vez de “comédias à portuguesa”. Ou melhor, de uma certa Lisboa, que pouco terá a ver com a Lisboa da época:

Mas a Lisboa destes filmes é uma cidade muito especial e que tem muito pouco que ver com a realidade urbana e sociológica da capital, ou de qualquer outra cidade portuguesa do mesmo período. Esta “cidade” está organizada como um conjunto de bairros que, na verdade, funcionam como aldeias. E, tal como naquelas, todas as relações entre as personagens são tuteladas por alguém (um patrão, um familiar, um vizinho) dinamitando assim a liberdade que normalmente associamos (e que o cinema mudo associava, de facto) à vida numa grande cidade cheia de pessoas que não se conhecem e que não se querem conhecer. Os cidadãos das “comédias de Lisboa” vivem, trabalham e amam como os camponeses dos filmes mudos da Invicta. (Baptista, 2009, pp. 311-2).

“Comédias de Lisboa” também porque a sua exibição, em muitos casos com grande sucesso, foi sobretudo um fenómeno lisboeta.

No entanto, ainda de acordo com Tiago Baptista, já depois do 25 de Abril esses filmes tiveram uma “segunda vida” através da sua exibição (repetida) na televisão e da sua edição em vídeo e dvd. Uma das consequências desta “segunda vida” é que ela “atribuiu-lhes, retrospectivamente e numa altura em que a reputação dos filmes portugueses atravessava o seu período mais baixo, o estatuto de contraprova de que podia existir um “cinema português popular”.” Ora, acrescenta o autor, “não deixa de ser decepcionante que tenha sido

já em democracia que filmes social e politicamente tão conservadores tenham logrado reunir tamanho consenso cultural” (Baptista, 2009, p. 312).

Talvez tenhamos de falar, neste momento, de uma “terceira vida” de alguns destes filmes, que estão a ser ressuscitados, como *remakes* - e com grande sucesso de bilheteira -, por alguns realizadores portugueses contemporâneos.

Deste modo, três das mais conhecidas “comédias de Lisboa” constam em lugares de destaque na lista do “Ranking Filmes Nacionais mais vistos 2004/2020” (dados até 4 de novembro de 2020) do ICA: *O Pátio das Cantigas*, de Leonel Vieira (1º, com 608.322 espetadores e 3.100.084,97 euros de receitas de bilheteira), *O Leão da Estrela*, de Leonel Vieira (11º, com 198.908 espetadores e 1.014.698,24 de euros de receitas) e *A Canção de Lisboa*, de Pedro Varela (12º, com 188.013 espetadores e 945.677,70 euros de receitas).²

No entanto, e ao contrário do que por vezes é feito, é incorreto identificar estas comédias como “o cinema do Estado Novo” - já que António Ferro não só as excluiu dos apoios estatais como as execrava do ponto de vista estético, favorecendo os “filmes históricos”, de que é exemplo o filme *Camões*, de Leitão de Barros (Torgal, 2001). Como refere também Tiago Baptista,

A citação tem barbas: para António Ferro, as comédias dos anos trinta e quarenta eram o “Cancro do cinema nacional”. O que o regime pretendia era, como aliás muitos cinéfilos e intelectuais modernistas que defendiam o cinema como arte, mais adaptações literárias e reconstituições históricas que pudessem propagandar o país nos festivais de cinema estrangeiros. Para apoiar este tipo ele criaria, logo em 1948, o primeiro sistema de apoio à produção cinematográfica. (Baptista, 2009, p. 312)

Acrescenta ainda, a este propósito, o autor:

Entre os anos trinta e quarenta, co-existiram assim duas correntes no catálogo das ideias, temas e formas do cinema português. De um lado, as comédias populares assentes no *star system* importado do teatro de revista e da música ligeira, instâncias repetidoras, por excelência, da ordem social conservadora vigente. António Lopes Ribeiro, o produtor-realizador oficial do regime, foi o principal responsável por aquele tipo de filmes, de que *O Pátio das Cantigas* (1941) é um dos melhores exemplos. Do outro lado,

²Ranking Filmes Nacionais mais vistos 2004/2019. Disponível em: <https://ica-ip.pt/pt/downloads/box-office/arquivo-box-office/rankings/rankings/?search=1&id=2019>

os filmes histórico-literários de prestígio, encorajados, às vezes financiados e depois activamente promovidos pelo regime, em que Leitão de Barros se especializou e de que *Camões*, de 1946, é o paradigma. (Baptista, 2009, p. 312)

O filme *Aquele Querido Mês de Agosto*

(Miguel Gomes, 2008)³

De acordo com Tiago Baptista, podemos distinguir dois grandes períodos no cinema português e, implicitamente, um terceiro: o 1º, que vai desde o início do cinema em Portugal até aos anos 50, é dominado pelas “comédias portuguesas”, mas inclui também filmes históricos e etnográficos – sendo que apenas as primeiras tiveram grande sucesso popular; o 2º, a partir dos anos 60, corresponde ao chamado “cinema novo” ou “escola portuguesa” – e acarreta um divórcio entre o público e os filmes, a nível nacional, e um grande prestígio, a nível internacional; o 3º, que emerge a partir dos anos 90, ainda será cedo para caracterizá-lo. Nos dois primeiros períodos, o cinema feito em Portugal preocupou-se em construir-se como “cinema português”, ou seja, formou-se à volta da identidade cultural e nacional de Portugal, por oposição a uma espécie de indiferenciação *fast-food* (a expressão é minha) promovida pelo cinema americano e a sua ideia do cinema como “indústria”, dominante no Ocidente desde a 1ª Guerra Mundial (Baptista, 2008, pp. 9-12).

Ora, aquilo que em nossa opinião caracteriza os mais importantes filmes e realizadores portugueses a partir dos anos 90 é uma atitude que é mais fenomenológica e de descrição social do que propriamente de proposição de um ideal de Portugal (1º período) ou de crítica da realidade de Portugal (2º período). Digamos que entre o *dever-ser* e o *não querer-ser*, faltava espaço para o *ser*. É precisamente sobre esse ser que incidem filmes como *Aquele Querido Mês de Agosto*, de Miguel Gomes (2008), de que trataremos em seguida.

O filme *Aquele Querido Mês de Agosto*⁴ retrata aquilo a que muitas vezes se chama o “Portugal profundo” – e profundo num duplo sentido: no sentido

³Ver sinopse, em Apêndice.

⁴Para uma descrição sucinta do filme e do seu processo de produção, cf. Cunha (2008); para uma síntese/avaliação do mesmo, cf. Baptista (2008, pp. 208-211). Uma análise hermenêutica pormenorizada do filme pode ser encontrada em Boto (2009).

de ser um Portugal escondido nas profundidades do interior e que, como tal, raramente aparece no espaço público e mediático nacional, e no sentido de ter a ver com a nossa ancestralidade, eminentemente rural e católica. Mais concretamente, a “ação” do filme (se é que tal termo pode ser aqui utilizado) decorre sobretudo na zona de Arganil e na serra do Açor, sendo a paisagem dominante, obsessiva, a serra, com os seus montes e pinhais, constantemente à beira da catástrofe dos incêndios estivais.

O nome (e o motivo) vai o filme buscá-lo à canção “Meu querido mês de Agosto”, de Dino Meira, lançada em 1992 como parte do álbum *Uma vez na vida*. Quer a canção quer o filme tratam de um fenómeno que tem vindo a caracterizar, ao longo de séculos, esse “Portugal profundo”: a emigração. Não a emigração no seu todo, mas um aspeto muito específico da emigração: as férias que, tipicamente durante o mês de agosto de cada ano, os emigrantes – os de dentro e os de fora – vêm passar nos seus lugares e aldeias de origem. Essas terras, que durante os restantes meses do ano permanecem silenciosas, escassamente habitadas, e habitadas sobretudo por pessoas idosas, ganham todos os agostos novos sons e novos habitantes, em particular jovens e crianças.

O reencontro dos que estão todo o ano e dos que regressam em agosto tem como momentos e motivos essenciais as festas, em particular as religiosas, abrilhantadas com os músicos e bandas representantes daquilo a que se tem chamado a “música pimba”, incluindo, entre outros, Marante e os Diapasão, Toni Carreira, Broa de Mel, José Malhoa – com destaque, sem dúvida, para a forte presença da música de Marante e dos Diapasão sobre o amor, em geral frustrado ou traído. Durante as festas ou nos intervalos das mesmas, os regressados à terra “lançam foguetes, controlam fogos, cantam karaoke, atiram-se da ponte, caçam javalis, bebem cerveja, fazem filhos” (sinopse do filme, em Apêndice).

A religiosidade popular, católica, que está presente nas procissões, mas não só, constitui uma espécie de adquiredo cultural mais ou menos inconsciente das pessoas retratadas no filme – como se constata, por exemplo, no caso do homem que diz em *voz-off* que não é crente, mas que conta que levava o andor da Senhora da Saúde na procissão e se terá curado da hérnia discal quando olhou para a figura da mesma.

No filme transparece, ainda, o papel da rádio e dos jornais locais (Rádio Clube de Arganil, jornal *A Comarca de Arganil*) para a manutenção da rela-

ção entre a comunidade ausente e a presente, funcionando o jornal para os emigrantes como uma espécie de “carta de família” de Portugal.

Um dos indícios da natureza marcadamente fenomenológica e sociológica do filme revela-se quando, em resposta à observação do (suposto) produtor do filme ao (suposto) realizador de que ele não está a cumprir o guião, porque nem sequer tem atores, este último responde: “Eu não quero atores, quero pessoas.” Essas pessoas são, para além dos emigrantes que regressam em férias, os outros habitantes das aldeias.

Em termos de bilheteira, o filme teve um sucesso modesto. Assim, ele não consta da lista dos 40 filmes nacionais mais vistos entre 2004/2020 (dados até 4 de novembro de 2020), apresentada pelo ICA – Instituto do Cinema e do Audiovisual.⁵ Sabemos, contudo, que foi o 23º filme mais visto entre 2004 e 15 de Setembro de 2010, com um total de 20.164 espetadores nas salas de cinema e 90 mil euros de receitas dessas sessões (Marcelino, 2010). A título de comparação, o filme classificado em 1º lugar no mesmo período, *O Crime do Padre Amaro*, de Carlos Coelho da Silva, teve um total de 380.671 espectadores e uma receita de 1,643 milhões de euros. Quanto ao filme nacional mais visto entre 2004/2020 (dados até 4 de novembro de 2020) foi, como vimos, *O Pátio das Cantigas (remake)*, de Leonel Vieira, com um total de 608.322 espetadores e uma receita de 3.100.084,97 euros.⁶

Esta modéstia dos resultados em termos de bilheteira pode ser interpretada de várias formas. Uma delas – a que eu prefiro – é a de que os portugueses não gostam de ser confrontados com uma imagem de si que não seja mais ou menos idealizada, preferencialmente apresentada de forma “cómica” – como o comprova o sucesso, ainda hoje, das execráveis “comédias portuguesas”.

Considerações finais

As “comédias portuguesas” dos anos 30 e 40 do século XX, por um lado, e filmes como *Aquele Querido Mês de Agosto*, por outro, exemplificam duas formas radicalmente diferentes de dar a ver a identidade dos portugueses a

⁵Ranking Filmes Nacionais mais vistos 2004/2020. Disponível em: <https://www.ica-ip.pt/pt/downloads/box-office/>

⁶Ranking Filmes Nacionais mais vistos 2004/2020. Disponível em: <https://www.ica-ip.pt/pt/downloads/box-office/>

partir de diferentes formas de conceber e contruir cinematograficamente o espaço.

No primeiro caso, temos um espaço assente numa mistificação política e ideológica: uma cidade (Lisboa) que é constituída por “bairros populares” que não passam de pequenas aldeias, com as suas relações de vizinhança e controlo social, e que são habitadas não pelo “povo” mas por um conjunto de pequeno-burgueses que, insatisfeitos com o lugar que ocupam na sociedade, pretendem ascender na escala social com maior ou menor “esperteza” e, assim, chegar ao nível dos “ricos” e “aristocratas” que admiram. Querendo fazer uma comparação, o espaço destas “comédias portuguesas” retratava tanto a identidade dos lisboetas dos anos 30 e 40 do século XX quanto um parque temático como o *Portugal dos Pequenitos*⁷ retratava a diversidade geográfica e cultural do Portugal colonial da mesma altura (sintomaticamente, o parque foi inaugurado em 8 de junho de 1940).

No caso de *Aquele Querido Mês de Agosto*, temos um espaço que é objeto de descrição sociológica e fenomenológica: o espaço rural, tal como verosimilmente ele é. Os portugueses que habitam este espaço são pessoas do “povo”, que estão bem na sua pele, que procuram ganhar a sua vida à custa do seu trabalho, que se divertem, comem e bebem em conjunto como gostam e do que gostam, e não têm qualquer preconceito quanto a isso (nem o realizador).

Isto nada tem a ver com a distinção entre fantasia e realismo – dado que as “comédias portuguesas” são tão “realistas” como *Aquele Querido Mês de Agosto*. Tem a ver, sim, com a distinção entre ideologia – uma construção política que se pretende apolítica e natural – e fenomenologia – uma descrição da realidade a partir do olhar (da câmara).

Assim, se há algo que define o cinema português posterior aos anos 90 – posterior ao “cinema novo” – é o fato de injetar, nos filmes, aspetos da realidade social, política e cultural das pessoas que escolhe como “agentes”, sem efetuar juízos de moral explícitos ou implícitos sobre os mesmos.

Que as malfadadas “comédias à portuguesa” regressem hoje, mais e mais uma vez, isso não atesta o seu valor artístico e/ou histórico; esse regresso é apenas mais um sintoma do subdesenvolvimento de um certo “cinema” que,

⁷Disponível em: <http://www.fbb.pt/pp/o-parque/historia/>

negando-se como arte, e mesmo como indústria, tem no lucro fácil o seu verdadeiro móbil.

Referências

Baptista, T. (2008). *A invenção do cinema português*. Lisboa: Tinta da China.

Baptista, T. (2009). Nacionalmente correcto: a invenção do cinema português. *Estudos do Século XX*, 9, 307-323.

Benjamin, W. (1987). A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In *Magia e técnica, arte e política. Obras escolhidas, Volume I* (pp. 165-196) (3ª edição). São Paulo: Brasiliense.

Bergson, H. (1900/1991). *Le rire: essai sur la signification du comique*, (6ª edição). Paris: Quadrige/PUF.

Borges, C. (2019). Sobre a noção de três espaços no cinema. *ARS*, 17(36), 135-143.

Boto, D. F. C. (2009). *Aquele querido mês de agosto: análise do filme de Miguel Gomes*. Dissertação de Mestrado em Estudos Artísticos, Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra.

Cunha, P. M. F. (2008). Acto de verão. *Doc On-line*, 5, 73-77. Disponível em: www.doc.ubi.pt.

Diogo, V. (2001). Comédias cinematográficas dos anos 30-40. *Análise Social*, XXXVI (158-159), 301-327.

Diogo, V. (1996). *Comédias cinematográficas dos anos 30/40 em Portugal: textos e contextos*. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, Instituto de Ciências Sociais, Lisboa.

Marcelino, E. (2010, 29 setembro). Os 40 filmes portugueses mais vistos. *Filmes Portugueses*. Disponível em: <http://filmesportugueses.com/filmes-portugueses-mais-vistos/>

McLuhan, H. M. (1994 [1964]). *Understanding media: The extensions of man* (pp. 3-73). Cambridge, Mass.: The MIT Press.

Ribeiro, C. P. S. (2011). O “heróico cinema português”: 1930-1950. *História. Revista da FLUP*, IV (1), 209-220.

Rohmer, É. (1984). Le cinéma, art de l’espace. In *Le goût de la beauté* (pp. 27-35). Paris: Editions de l’Étoile. [Schérer, M. (1948). Le cinéma, art de l’espace. *LaRevue du cinéma*, 14, 3-13].

Simmel, G. (2009). Space and the spatial ordering of society. In *Sociology: Inquiries into the construction of social forms, Volume 2* (pp. 543-620). Leiden, Boston: Brill.

Simmel, G. (2013 [1903]). Sociologia do espaço. *Estudos Avançados*, 27 (79), 75-212.

Torgal, Luís Reis (2001). Cinema, estética e ideologia no Estado Novo. *Estudos do Século XX*, 1, 157-202.

Apêndice

Sinopse de *Aquele Querido Mês de Agosto*⁸

No coração de Portugal, serrano, o mês de Agosto multiplica os populares e as actividades. Regressam à terra, lançam foguetes, controlam fogos, cantam karaoke, atiram-se da ponte, caçam javalis, bebem cerveja, fazem filhos. Se o realizador e a equipa do filme tivessem ido directamente ao assunto, resistindo aos bailaricos, reduzir-se-ia a sinopse: “Aquele Querido Mês de Agosto acompanha as relações sentimentais entre pai, filha e o primo desta, músicos numa banda de baile”. Amor e música, portanto.

⁸ *O Som e a Fúria*. Disponível em: <http://osomeafuria.com/filmes/info/40>

Opinião pública: a mídia na construção da imagem da continuidade do Brasil com Portugal

Public opinion: the media in building the image of Brazil's continuity with Portugal

Fernando Augusto Silva Lopes & Fernanda Barbosa Lopes
CECS e Escola de Psicologia, Universidade do Minho, Portugal
fernandoaugustosilvalopes@gmail.com
nandatomazb1@gmail.com

Resumo

A proposta deste artigo é discutir a origem da construção da imagem do brasileiro como a continuidade de um português emotivo e corrupto que adquiriu a indolência dos índios que no Brasil estavam a se tornar mister para conceber a imagem identitária que criou o mito nacional brasileiro, sob a batuta da maior herança burocrática de Portugal: o patrimonialismo. Estes falsos conceitos estão em franca expansão no Brasil por meio da mídia tradicional e de forma aniquiladora nas mídias digitais. Este artigo irá lançar um olhar especial sobre o papel da opinião pública brasileira nas últimas décadas, onde edificou-se a imagem do Brasil como um enorme Portugal, e o brasileiro como um ser único, patrimonial e corrupto. Esta construção simbólica, que moraliza a partir de Portugal uma pseudo-imagem do brasileiro será apresentada sob a ótica do culturalismo conservador. Desde a moda até aos valores sociais e políticos, a temática moralista brasileira foi capaz de construir as bases para o retorno do autoritarismo, ironicamente, através do sulfrágio universal.

Palavras-chave:

Culturalismo conservador, Psicologia social, Estudos culturais, Mídia e poder, Patrimonialismo.

Abstract

The purpose of this article is to discuss the origin of the Brazilian image construction as the continuity of an emotional and corrupt Portuguese who acquired the indolence of the Indians who in Brazil were becoming necessary to conceive the identity image that created the Brazilian national myth, under the baton of Portugal's

largest bureaucratic heritage: patrimonialism. These false concepts are booming in Brazil through traditional media and digital media. This paper will take a special look at the role of Brazilian public opinion in recent decades, where the image of Brazil was built as a huge Portugal, and the Brazilian as a unique, patrimonial and corrupt being. This symbolic construction, which moralizes from Portugal a pseudo-image of the Brazilian will be presented from the perspective of conservative culturalism. From fashion to social and political values, the Brazilian moralist theme was able to lay the foundations for the return of authoritarianism, ironically, through universal suffrage.

Keywords:

Conservative culturalism, Social psychology, Cultural studies, Media and power, Patrimonialism.

A origem da imagem identitária na relação Brasil Portugal

Ao utilizar o motor de busca do Google Brasil¹, ao pesquisar por patrimonialismo brasileiro o primeiro resultado é uma página do Instituto Liberal², com o seguinte título: “O patrimonialismo brasileiro: como Faoro explica a crise atual?”, a leitura deste texto é um assombro para qualquer mente ilustrada. Trata-se de uma panaceia conceitual, com vestes intelectuais, uma doutrina de mau gosto, pueril, e academicamente desprezível, ao ponto de concluir o texto ligando o patrimonialismo a um partido político. Trata-se de um engodo, de uma manipulação que se justifica com imagens digitais de livros e obras sobre o tema.

Dessa forma é necessário desconstruir os conceitos e valores que estão apresentados na rede e no discurso político; e ainda viralizados sob forma de imagens digitais nas diversas redes sociais, especialmente no WhatsApp.

¹É importante salientar que o algoritmo de busca retorna resultados diferentes em função do país de origem da busca e em função do usuário estar “logado” no navegador do Google.

²Página pode ser acessada pelo link: <https://www.institutoliberal.org.br/blog/o-patrimonialismo-brasileiro-como-faoro-explica-crise-atual/>

Aliás, uma das formas mais eficazes de se difundir e explorar o poder de imagem digital a simbolizar uma mensagem é pelo aplicativo WhatsApp, a ferramenta se tornou referência para o marketing político no Brasil nos últimos 4 anos. É necessário que sejam investigadas as formas como se pode chegar ao ponto de a primeira página de uma pesquisa no Google atribuir a Portugal as causas estruturais da crise econômica e política experimentada pelo Brasil de 2019.

Se faz necessário retornar aos escritos de Jessé de Souza (2017, p. 18) para buscar a imagem identitária do Brasil. Este autor acredita que a causa da construção da imagem do brasileiro como sendo uma continuidade do português patrimonial seria esclarecida pela teoria social do culturalismo (racista) conservador a qual, segundo Souza (2017, p. 19) constitui uma tese clássica do senso comum brasileiro, uma espécie de “sociologia espontânea dos leigos”, pois acredita-se que a transmissão cultural ocorre de forma natural e automática, como se se tratasse de uma herança genética.

A ideia da naturalidade cultural é o fator que moraliza a imagem digital, recebida pelo WhatsApp durante as eleições, ao colocar o rosto de um determinado candidato no lugar do rosto do Rei Afonso III, como uma forma de demonstrar a continuidade com Portugal, bem como para demonstrar que as origens do candidato eram patrimoniais, afinal para o culturalismo conservador o patrimonialismo português se inicia nas Guerras de Reconquista, à guisa de Max Weber (1984).

Para desconstruir a proposta messiânica do culturalismo conservador é necessário olhar para as instituições que estruturaram o estado brasileiro, e que permite lançar um olhar sociológico para a construção do Brasil. Concorde-se com Souza (2017, p. 20) que desde os primórdios a instituição que englobava todas as demais em plenitude era a escravidão, a qual não existia em Portugal como instituição e como modo de produção, embora seja reconhecida a presença pontual de escravos em Portugal entre os séculos XV e XIX. Portanto, a forma como se estruturou a família, a economia, os poderes políticos e jurídicos no Brasil se deu em função e sobre os valores da escravidão.

Porém, a visão culturalista simplesmente nega esse enorme arcabouço histórico, superando-o em prol de uma continuidade que seguiu por caminhos completamente difusos. É como se desde o século XV fosse possível pegar um avião e em algumas horas estar em Portugal e dois dias depois estar de volta ao Brasil. Ora, durante a época colonial, até à chegada da corte no

século XIX, os portugueses que aqui vinham passaram por um processo de aculturação que geraria impactos sociais em ambas as localidades, desde hábitos simples como o consumo de castanhas em Portugal, até à miscigenação entre portugueses e tupis, com direito a pactos de guerra e paz (Bueno, 2016, pp. 17-34).

O cerne da questão quanto à imagem da escravidão edificada pelas redes digitais nos últimos anos se vale de falso cientificismo: a mesma é apresentada como um nome, um momento histórico pelo qual não se tem nenhuma dívida, como se a culpa por todas as atrocidades não fosse uma herança histórica, mas sim algo feito por um outro povo, apenas linhas em um livro de história, agora lidos à luz do digital. A proposta que hoje povoa a mente dos brasileiros esquece que o processo histórico e cultural edificou o povo desta terra como brasileiros e, apesar de individualmente não existir, nos tempos atuais, uma relação direta com a escravidão, do ponto de vista histórico e sociológico esta dívida é de todos, brasileiros e portugueses, sem qualquer distinção.

Como um engodo dessa magnitude pode ter se tornado um mito, pelo qual a responsabilidade por esse processo nefasto é delegada aos portugueses, enquanto a própria sociedade brasileira ainda se organiza de forma escravocrata? Souza (2017, p. 20) considera como uma das principais razões para esta cegueira institucional a indistinção entre nome e conceito. É possível falar da escravidão e não ser consciente dos seus efeitos e reflexos reais, e seguir em frente com a imagem midiática de uma sociedade que é a continuação de uma sociedade portuguesa patrimonial e essencialmente corrupta.

É dessa forma que a mídia digital vem trabalhando a construção da imagem do brasileiro, um mito nacional entreguista no qual é maculada uma estrutura de reprodução de poder, a qual é justificada e moralizada por uma herança histórica capaz de encobrir a verdadeira estrutura social que está corroendo as instituições democráticas brasileiras. A grande preocupação é que este discurso tem sido ilustrado por meio de imagens (digitais) distorcidas nas redes sociais e no universo da web, ao ponto de ser tomado como verdade. O culturalismo conservador está edificando essa proposta histórica como a origem de todo o mal estar contemporâneo do Brasil. Ironicamente, a mesma elite e uma parcela superior da classe média que assinam este pacto nefasto, e ainda patrocinam midiaticamente o engodo, estão a migrar para Portugal em grandes hordas em fuga dos problemas sociais especialmente ligados à segurança e à qualidade de vida que faltam no Brasil.

Souza comenta (2017, p. 21) existir um toque satânico nesta bizarra construção histórica cujo objetivo é “demonizar o Estado como repositório da suposta herança maldita portuguesa” como uma forma de criar uma resposta moralista em hibernação, a qual será acordada sempre que o Estado for ocupado por lideranças populares que não atendam aos interesses e não acentuem os privilégios da elite, o estopim sempre será a corrupção, seletiva e dentro do estado.

Nota-se a sagacidade na construção de uma farsa social que, com a chancela do WhatsApp, do Instagram, do Facebook e da validação do Google está a consolidar-se na memória cultural de toda uma nação. As imagens digitais estão a realizar um trabalho de manipulação social e política à luz do que Benjamin (1992, pp. 79-119) alertou a respeito do risco da união entre a técnica e estética. Essa narrativa está a ser construída desde a origem do pensamento social brasileiro e em 2013 ganhou fôlego com o incremento tecnológico, radicalizando-se através dos dispositivos móveis, especialmente os smartphones a partir de 2016.

Freyre (2006, pp. 12-23) define o ano de 1532 como a virada portuguesa em que se propõe uma forma mais eficiente de colonização: a economia seria ancorada na monocultura e na mão de obra escrava, e na base social a família patriarcal portuguesa, constituída pelo casamento entre o português e o índio. Para Freyre (2006) o sistema escravocrata brasileiro foi estruturado pela união entre um escravismo semi-industrial oriundo das grandes monoculturas agrícolas (uma referência do sistema norte-americano) e um escravismo familiar e sexual de origem moura (Souza, 2017, p. 22). De acordo com o autor (2006, pp. 179-181), esta segunda característica é o resultado de uma herança mulçumana na formação cultural portuguesa, a qual foi também introduzida no processo colonial brasileiro.

A herança sexual moura que estava na origem da colonização é uma das formas exploradas por determinadas mídias e redes sociais religiosas para pregar a perversão do brasileiro, como uma continuidade do português. As manipulações sempre vêm acompanhadas da imagem digital de Freyre, que representa a chancela da ciência para a pregação religiosa. E o argumento para a imagem da suposta perversão sexual do brasileiro é consolidado por outra proposta de Freyre: a necessidade de povoação de um país de dimensões continentais por um país pequenino como Portugal. Tal afirmação justifica a adoção do sistema de escravidão português à maneira árabe (em detrimento da

maneira europeia), na qual a poligamia, embora repudiada pelo cristianismo, era socialmente praticada através da relação do pai de família com as escravas, uma forma maometana de aumentar a população (Souza, 2017, pp. 21-23).

Souza (*idem*) chama a atenção para a questão que irá contribuir para a base social brasileira, segundo a obra de Freyre trata-se o fato de o filho do pai europeu com a escrava africana poder ser aceito como europeizado, no caso de aceitar a fé e os costumes do pai. O poder ilimitado do pai de família, que não possui um Estado legislador e instituições políticas limitadoras, permitia-lhe construir suas relações segundo os interesses próprios e necessitaria apenas satisfazer seus próprios desejos: o patriarcalismo (Freyre, 2006, p. 112).

As bases que Freyre lança para a consolidação do culturalismo conservador estão exatamente nessas propostas de uma única origem do mal que habita as terras tupiniquins, a origem portuguesa que constrói o poder da Casa Grande, e a senzala como um jardim da perversão, do poder absoluto do patriarcalismo e do sadismo. A obra de Freyre atribui como herança valores que devem ser considerados como brasileiros, pois foi o processo historicamente estabelecido, conforme muito bem exposto pelo próprio Freyre em sua obra, a distância do Estado e das instituições portuguesas, que lhe deu origem.

Souza (2017, p. 27) alerta para a transformação do sadismo patrimonialista em mandonismos em Sobrados e Mucambos (Freyre, 1990). Nessa obra Freyre analisa outro aspecto da sociedade brasileira: saindo da esfera privada, do seio da família para a esfera pública, inaugurando uma dialética tipicamente brasileira de privatização do público pelos detentores do poder, razão contrária do patrimonialismo, alardeada por Raymundo Faoro (2001) e Sérgio Buarque de Holanda (2006), que determina que a fonte do apropriação e da corrupção se encontra no Estado. O verdadeiro mandonismo atual, portanto, está nas elites financeiras, como em primeiro momento histórico esteve com os proprietários rurais e posteriormente com os proprietários urbanos.

Essa realidade cria a figura do agregado, normalmente mestiço, que vai constituir a base da burocracia brasileira e uma espécie de capataz da elite, que mesmo tendo origem escravocrata mantém a devida distância social dessa condição. Como até meados do século XIX a igreja estava associada ao poder do patriarcalismo, esta instituição posicionava-se como uma extensão desse poder, e nada fez para alterar uma realidade que criava um verdadeiro sistema de castas que sobrevive até hoje no Brasil. As relações de poder são tipicamente brasileiras e representam uma forma social de se continuar com a ideologia es-

cravista até aos dias atuais, não podendo, de maneira alguma, ser apresentada como uma continuidade com Portugal.

A temática da modernização é levada a cabo em Sobrados e Mucambos (Freyre, 1990), obra na qual se reflete a respeito da ordem sadomasoquista do mandonismo escravocrata com a incipiente modernização institucional do Brasil pela entrada em cena do mercado capitalista e do Estado burocrático centralizador (Souza, 2017, pp. 28-35). A ótica social de Freyre (1990) é a decadência do patriarcado rural brasileiro e a ascensão da cultura citadina no Brasil, processo que foi consolidado como a vinda da corte portuguesa em 1808.

Esse ponto é extremamente relevante, pois Freyre deixa claro que o processo de urbanização brasileiro é uma influência europeizante, não ibérica. Segundo Souza (2017, p. 30) é até anti-ibérica, pois aponta para novas formas de vestir, de falar e de comportamento público, “é como se os brasileiros pasassem a consumir pão e cerveja como os ingleses e consumir a alta costura de Paris” (Souza, 2017, p. 31), sendo portadores inatos dos valores culturais da Europa do Norte. Algo que era superficial, apenas para causar impacto e demonstrar que os costumes europeus por aqui chegavam, o que Ianni (1996, p. 18) descreve como valores europeus que estavam na Europa da Inglaterra e da França, processo pelo qual passava a própria corte portuguesa, que por aqui desembarcou.

A leitura de um processo de modernização sem autenticidade, superficial, é uma das bases do culturalismo racista que se encontra em franca expansão nas redes digitais, no qual se valoriza o que “vem de fora”, desde que não venha de Portugal, pois é de “lá” que se origina toda a desgraça social que assola o Brasil. É o que defende Raymundo Faoro (2001) ao elucidar que a modernização brasileira não foi realizada com a profundidade necessária: seria uma bebida nova em um velho barril.

O processo de modernização trouxe outra questão que ainda é muito explorada pelas mídias digitais: a consolidação da pobreza em função da libertação dos escravos, os quais foram para as cidades sem a menor condição de sobreviver ou de trabalhar, enquanto seu trabalho nas lavouras foi substituído pelo trabalho imigrante, principalmente composto por italianos. Dessa forma, foi o Estado brasileiro que deixou o grande contingente de escravos à deriva nas cidades, e o ódio ao negro e ao pobre vai sendo institucionalizado até chegar ao ponto em que um presidente da república em 30/05/2019, em uma *live*

no Facebook, dizer ao se referir a um partido popular a seguinte frase: “Eles gostam de pobre. (Para eles) quanto mais pobre melhor”. Essa é uma das razões pelas quais é necessário reler a formação do mito nacional brasileiro, pois esse tipo de construção está em constante distorção e simboliza o macabro uso das redes sociais para a disseminação da intolerância e do ódio ao outro. Trata-se do uso das imagens em rede como uma maneira ideológica de destruir a alteridade em prol da construção de uma proposta autoritária e racista. Utiliza-se a tecnologia digital como um instrumento repressor que pode ser ampliado para todo o universo político. Esse tipo de uso pode se tornar o propulsor de novas formas de fascismo, pois permite a construção de um regime, cultuado e idolatrado por um número enorme de seguidores, que busca elementos históricos para serem distorcidos em puro moralismo político.

A transformação da raça condenada (negros escravos), descrita no conceito provocativo de Jessé de Souza (2017, p. 34) de “ralé brasileira”, atualmente composta por negros, mulatos e brancos em condição de subproletariado, em total abandono social, é o que leva a uma declaração asquerosa e preconceituosa de um presidente da república, cujo país absorve anestesiado, sem se revoltar ou repreender em protesto. Na realidade, a transmissão de imagens digitais está sendo efusivamente aplaudida por seus seguidores nas redes sociais.

A consolidação da modernidade brasileira trouxe também a figura do mulato, normalmente um agregado familiar, filho de branco e escravo, que possuía a capacidade de mobilidade social. As origens da classe média brasileira se encontram no mulato, o que Freyre classificou como “mulato bacharel”, que possuía uma melhor qualificação que o mestiço artesão (Freyre, 1990, p. 65). Souza (2017, p. 41) aponta que no século XIX, momento da modernização do país, já se aponta o mecanismo de distinção social que irá definir a classe média contemporânea: o capital cultural valorizado. No processo de modernização do Brasil ocorreu a incorporação social do mestiço (mulato) e a demonização do negro.

A demonização partia do princípio que, mesmo liberto, o negro possuía a mesma função social, mas após a abolição da escravatura ele agora estava “solto”, seria um animal perigoso, que deveria ser abatido em prol do bem-estar da sociedade, e do cidadão de bem. Discurso que se encontra entre os mais comentados nas redes sociais em 2019. Souza (2017, p. 42) distingue a opressão ao negro de duas formas distintas, uma simbólica, na qual se eviden-

cia o prazer da “superioridade e do mando”; e outra “material e pragmática, no sentido de criar uma classe sem futuro que pode, portanto, ser explorada e vil”. Preconizando as palavras do presidente da república em maio de 2019, Souza (2017, p. 42) afirma: “O ódio ao pobre hoje em dia, é continuação do ódio devotado ao escravo de antes”.

Essa é a verdadeira razão pela qual a classe média se colocou nas ruas em 2013, e não a corrupção seletiva destinada ao PT³, pois o mesmo povo não foi às ruas quando a corrupção atingiu de forma mais profunda outros partidos políticos. O ódio ao PT era o ódio destinado à pequena parcela da sociedade que estava deixando a condição de extrema pobreza (Souza, 2017, p. 42). Trata-se de um ódio gestado há 150 anos, desde a entrega dos negros à própria sorte, porém a partir de 2013 foi possível professar este ódio de forma silenciosa pelas redes digitais e de movimentos que se articulavam por meio delas.

O que Freyre (1990) aponta como positivo foi desconstruído por Sérgio Buarque de Holanda (2006) e por Raymundo Faoro (2001): é o valor da receptividade e da disponibilidade gerada pela aculturação entre os negros, índios e europeus o que, para Freyre (1990, p. 167) é uma característica positiva que, inclusive, serviu como lema para o presidente (do Brasil) Getúlio Vargas, mas que em nome da consolidação do culturalismo conservador será ressignificado como algo negativo.

Diante dessas breves considerações entre o Brasil colônia e o Brasil moderno, pergunta-se: onde está a continuidade com Portugal, onde está essa herança ibérica maldita? Como pode um mote deste calibre ter se estabelecido em toda uma nação?

Uma das possíveis respostas é apresentada por Souza (2017, p. 58), a leitura economicista da realidade não permite compreender a importância dos aprendizados societários simbólicos e morais. A esta visão economicista, segundo a qual o valor está baseado na relação extrema com o dinheiro, possibilita a criação da imagem do outro apenas em relação ao próprio ganho e ao próprio interesse, quando se quebra o caminho para a alteridade abre-se um interstício para a ação dos discursos flamejantes das imagens em rede. Ao não

³O Partido dos Trabalhadores (PT) é uma agremiação política em forma de partido, cuja origem remonta aos anos de 1980. Possui alinhamento ideológico de esquerda e de centro-esquerda. O PT foi o partido que elegeu o presidente Luís Inácio Lula da Silva em 2003 e 2006 e a Presidente Dilma Vana Rousseff em 2010 e 2014.

perceber o outro, o culturalismo conservador consegue se propagar por meio de uma naturalidade genética pela qual se percebe como imaculado e entende que a responsabilidade pelos grandes problemas sociais não cabem a si, mas a uma herança histórica maldita em que o português representa o estado patrimonial e a continuidade da corrupção e o norte-americano a honestidade e a prosperidade do mercado. Esse engodo político está a flunar a todo o momento de forma atemporal, e dessa forma vai-se construindo uma imagem perversa do brasileiro e do português enquanto corpos individuais e coletivos, sem qualquer tipo de fundamento, lastreado em uma farsa pseudocientífica.

Opinião pública: a consolidação do discurso culturalista

A opinião pública surge como uma inovação inerente ao capitalismo industrial, portanto, já nos finais do século XIX, com a ascensão dos valores da liberdade e igualdade por meio do sufrágio universal e da educação em franca expansão, torna-se patente a necessidade de uma opinião pública mais inclusiva (Habermas, 2003, p. 40). Os valores capitalistas aliados ao estado democrático de direito desembocam em um único contexto funcional, as mercadorias passam a ser materiais e simbólicas, a indústria cultural (Adorno, 1977) assume um papel fundamental para a consolidação e a expansão do capitalismo em transição de sua forma industrial para o formato financeiro.

As indústrias culturais não produzem e nem distribuem o conhecimento que transforma e emancipa o “ser”, mas são focadas em estereótipos e produtos que convencem por repetição e constroem um imaginário baseado nos interesses do jogo social de um determinado momento (Adorno, 1977, pp. 67-98). Souza (2017, p. 67) apresenta o clichê político dos jornais brasileiros do tempo atual como exemplos de produtos culturais rasos e direcionais como: “Chamar de chavismo ou de bolivarianismo qualquer crítica a si mesmo”. Falta a exposição de argumentos opostos, do espaço ao contraditório, pois somente pela divergência o sujeito pode formar a própria opinião. É por meio da incidência da opinião pública ou do debate em torno de um pensamento único que a esfera pública consegue, nos bastidores, manipular a grande imprensa, pois ela precisa parecer plural e imparcial, somente assim ela pode se legitimar.

O papel da opinião pública foi fundamental nos últimos 150 anos para transformar em razão verdadeira a imagem do Brasil como um enorme Portugal, e ainda atribuir ao brasileiro a unicidade informacional, uma via única capaz de introduzir na sociedade o valor moral dos folhetins durante as seis primeiras décadas do século XX e a partir da década de 1970 o moralismo conservador das telenovelas, nas quais desde a moda até aos valores sociais e políticos giram em torno desta temática. Ainda é interessante notar que as telenovelas são exportadas para Portugal, mas constituem nesse país um valor moral de menor influência.

Habermas (2003) propõe que o caminho mais plausível é a democratização institucional, na qual o espaço seja aberto para entes sociais e políticos com o objetivo máximo de criar um espaço comunicativo, aberto à crítica pública, capaz de buscar na diversidade a reflexão e a construção de um pensamento intelectual. Porém o próprio Habermas (2003, p. 111) verifica que é impossível retornar a uma era pedagógica como a realizada em meados do século XVIII, pois o que se estabeleceu foi o domínio dos interesses privados e dos valores protetivos do mercado capitalista, que reúnem em espaço público demandas e indicadores privados.

A alternativa de Habermas (2003, pp. 112-127) é baseada em uma proposta de controle recíproco, em que instituições rivais ou de pensamento difuso possam por meio da tensão trazer o equilíbrio informacional, em meio à disputa pelo poder econômico, social e político. Essa lógica foi aplicada na profunda reformulação da imprensa europeia no pós-guerra, especialmente na regulamentação da televisão. Em grande parte da Europa e em uma parcela dos Estados Unidos o estatuto que criou as emissoras de televisão as estabeleceu como uma proposta institucional pública (Souza, 2017, p. 68).

Chama-se à atenção, principalmente ao leitor sul americano, que o conceito de televisão pública não deve ser confundido com o conceito de televisão estatal, destarte que uma parcela das televisões públicas europeias tenham surgido inicialmente como estatais. Todavia, o processo europeu deu-se de tal maneira que as condições e as preocupações determinadas por Habermas (2003, pp. 112-134) como a diversidade de conteúdo, a profusão de interesses políticos e econômicos diversos e divergentes foram fundamentais na transição das redes de televisão estatais para as redes de televisão públicas (Souza, 2017, p. 69). Em países cujas instituições políticas eram sólidas, o processo ocorreu de forma natural como na França, Alemanha, Inglaterra, Itália, Espa-

na e Portugal (Souza, 2017, p. 69). O avanço da cidadania na Europa após o trauma da Segunda Guerra Mundial levou a uma rápida expansão dos direitos humanos, o que enseja do ponto de vista social o fortalecimento das instituições democráticas, levando os sistemas de imprensa televisiva ao controle público, em que a sociedade pode participar do gerenciamento das emissoras, os partidos políticos se colocaram em representação na estrutura dos sistemas de televisão, bem como se abriu espaço para a participação de associações diversas e igrejas (Souza, 2017, p. 69).

A televisão brasileira, ao contrário da portuguesa, estabeleceu-se sem a concorrência de um sistema televisivo público, o que não permitiu que um sistema de mediação da esfera pública se estabelecesse no Brasil (Souza, 2017, p. 69).

Souza (2017, p. 70) discorre sobre esse sistema de televisão concedido à iniciativa privada com rara clareza: “O círculo discursivo se quebra no seu primeiro e principal elo de transmissão pública dos argumentos. Os telejornais e programas de debate da Rede Globo e os outros canais com pessoas que refletem a mesma opinião criam uma fraude evidente”. É interessante notar que os principais estudiosos da televisão brasileira não apresentam um olhar crítico. Sérgio Mattos (2010), em seu livro *A História da Televisão Brasileira*, apresenta um panorama político crítico sobre a influência dos presidentes Getúlio Vargas e Fernando Henrique Cardoso no sistema de concessões da televisão brasileira, mas não chega a denunciar a farsa da construção de uma opinião nacional por meio dos interesses exclusivos do mercado.

Situação de maior preocupação (e até certo ponto risível) é encontrada na obra de Flávio Ricco e José Armando Vannucci (2017) intitulada *Biografia da Televisão Brasileira*, uma das obras atualmente mais aclamadas pela imprensa brasileira sobre a história da televisão, dividida em dois volumes e totalizando 928 páginas de pura ilusão, pois o sistema brasileiro de televisão é apresentado como um veículo que cativa corações e mentes e um símbolo da cultura nacional, sem qualquer tipo de olhar crítico, apenas uma ode ao meio de comunicação como um dos grandes responsáveis pelo progresso do país.

A semelhança de opiniões que se travestem de debate em alguns programas de televisão e os telejornais em um modelo de uníssono criam um público sem padrão de comparação, que facilmente irá seguir a opinião da mídia (Williams, 2016, pp. 35-56). Trata-se do poder das imagens aliado ao poder do discurso, ilustrados pelo poder das imagens digitais a esgarçar a escatologia do

decoro televisivo, e a povoar toda uma população com *fake news* imagéticas. Está-se diante de um sistema midiático perverso, que inicia a manipulação pela televisão e delega a baixaria e a podridão do racismo e da intolerância para as redes sociais simbolizarem por meio da sistemática imagética digital.

A esfera pública, quando colonizada pelo dinheiro (uma colonização perversa, e não uma suposta e falsa colonização do Estado por uma maldição patrimonial portuguesa), evita a construção de uma racionalidade pela população que permitiria a união entre verdade e justiça (Souza, 2017, p. 70).

É obvio que o sistema televisivo português merece críticas, como as questões de valoração apriorística que alguns canais como a SIC estão a alargar, ou mesmo a própria estrutura política da RTP, e tantas outras críticas que podem ser observadas em Felisbela Lopes (2012), Moisés de Lemos Martins (2003 e 2011) e Sara Pereira (2011), dentre vários. Enfim, não cabe neste artigo e nem é seu objetivo o aprofundamento a respeito dos sistemas de mídia televisivas. Tanto no caso português quanto no caso brasileiro o que se quer evidenciar são as construções em relação à imagem, à opinião pública e à manipulação midiática. No caso brasileiro encontramos um sistema simbólico encadeado em função de um direcionamento ideológico o qual não é encontrado de forma tão bem articulada e extremamente institucionalizada em Portugal, principalmente pela origem pública do sistema de televisão, pois a ausência de pluralidade de informações e opiniões transforma o sujeito em um ser manipulável e incapaz de pensar por si próprio (Souza, 2017, p. 70).

Os riscos de um espaço público colonizado pelo dinheiro e suas necessidades elitistas de reprodução, como ocorreu no Brasil, é um potencializador daquilo que Habermas (2003, p. 56) denomina como refeudalização da esfera pública.

O que de fato chama a atenção é a ideia do patrimonialismo, de origem weberiana (Weber, 1984, p. 98) que, em síntese, trata de uma concepção do poder materializado por uma imbricação entre as esferas pública e privada, que se tornam quase indistintas.

Quando Faoro (2001) atribui ao patrimonialismo a herança portuguesa de um estado corrupto e colonizado por interesses espúrios que formariam o patronato brasileiro, ele não consegue observar que a relação de fato ocorreu em um formato completamente brasileiro, sem qualquer ligação externa, especialmente com Portugal: foi na formação do sistema brasileiro de televisão. Aliás, essa é uma forma muito clara de entender que o assalto ao Estado brasileiro

ocorre de fora, sendo a classe política apenas o soldado raso dos verdadeiros “donos do poder”, a mídia e o mercado. Pois bem, eleger a continuidade patrimonial com Portugal é fechar os olhos para o que ocorre com a opinião pública dentro do Brasil.

A verdadeira colonização é a da esfera pública pelo interesse econômico, a privatização do Estado por uma suposta elite estatal é uma grande farsa. Nas palavras de Souza (2017, p. 71) “é o embuste do patrimonialismo como jabuticaba⁴ brasileira, (onde) a privatização do espaço público, que é real, é tornada invisível.” Essa relação escamosa é que garante o acionamento midiático da população para reagir à soturna ameaça da corrupção patrimonialista, sempre que os interesses privados vislumbram a distribuição de renda na estrutura do Estado. Basta que o interesse econômico acione a imprensa de modo direto ou indireto para que um exército de indignados se ponha contra seus próprios direitos, mas em favor do editorial do *Jornal Nacional*, e inicie um combate à (falsa) maldita e malfadada herança portuguesa.

A opinião pública, gerenciada pelos interesses privados, é a chave da farsa que vem se montando em nome de um suposto patrimonialismo nefasto, permeando inclusive o imaginário do brasileiro a respeito do português, o qual preconceituosamente é tido como menos inteligente e dependente da esfera pública e do emprego público, sobretudo, uma fonte imaterial na qual não deve se espelhar. O preconceito deve ser combatido e enunciado, ademais, além de discriminatório tem origem em uma farsa puramente brasileira. Essa situação é um escárnio, pois não se refere a um ressentimento do passado colonial, ou dilema social pós independência que em várias ex-colônias (portuguesas, francesas e inglesas principalmente) pode ser observado, mas sim um engodo de uma suposta continuidade com o império português.

A consolidação das classes sociais ocorreu no Brasil de forma tardia e distinta do exemplo europeu. A industrialização brasileira inicia-se após a I Guerra Mundial, e de forma concentrada na região sudeste do país. Naquele momento se inicia a formação da classe média brasileira, o Estado era o principal fomentador da industrialização, sendo criada uma base nacional de indústrias de capital estrangeiro (Sevcenko, 2010, pp. 45-78). A imagem do Brasil passa então a mudar de um país ruralista para um país que fomen-

⁴É espécie de fruta vermelha semelhante a uma uva, porém cresce em árvore frutífera endêmica do Brasil, da família das mirtáceas, nativa da Mata Atlântica (Mattos, 1983, p. 69).

tava uma industrialização. Nesse período histórico ocorre um distanciamento político e comercial em relação a Portugal, sendo justamente no momento de distanciamento político e econômico que se inicia a construção do mito nacional brasileiro como uma continuidade patrimonial com Portugal.

A classe média que estava se consolidando no Brasil por meio do emprego industrial e do avanço dos serviços e do comércio era singularmente heterogênea, e devido ao seu posicionamento intermediário em relação às demais classes possuía a capacidade de fomentar politicamente um projeto desenvolvimentista. A questão de fato ocorreu com o movimento Tenentista⁵, que se opôs às eleições fraudadas e altamente restritas, bem como ao pacto conservador que havia fundado a Velha República (período que compreendeu a proclamação da República em 1889 até a Revolução de 1930 liderada por Getúlio Vargas). Esse grupo acabou se pulverizando em diversas frentes políticas: uma delas foi o comunismo, pois uma parcela do grupo apoiou o líder Carlos Prestes, outra parte alinhou à de Getúlio Vargas e participou da revolução de 1930 e, finalmente, uma terceira parte tornou-se oposição ao regime getulista (Boris Fausto, 1996, p. 114).

Essa configuração pulverizada da classe média se torna fundamental para a moralização do culturalismo conservador, pois quando Sérgio Buarque de Holanda (2006) atribui ao patrimonialismo (herdado de Portugal) de uma suposta elite que habita o Estado a origem do grande problema nacional, não há nenhuma construção nova, pois o combate à corrupção (seletiva) já era uma bandeira do movimento tenentista (Souza, 2017, p. 72).

A grande virada para a construção de um pensamento social conservador se dá com a pulverização do tenentismo, o qual não soube se articular criticamente em torno de uma crítica contumaz à estrutura estatal e ao verdadeiro papel das elites em usar o Estado e não estar dentro dele. Diante de tal profusão social, a elite paulista (proveniente do estado de São Paulo) – que mantinha o poder econômico, mas havia perdido o poder político para o gaúcho (proveniente do estado do Rio Grande do Sul) Getúlio Vargas –, elaborou

⁵O movimento tenentista foi um movimento de reivindicação social, que pela primeira vez na história brasileira era formado pelos setores médios da sociedade, que expressava os anseios sociais de uma população urbana por melhores condições de vida. O movimento possuía uma classe militar rebelde que se manifestava por melhores condições para as casernas e um fortalecimento do exército brasileiro (Boris, 1996, pp. 112-143).

um projeto de poder auspicioso, calculista e de longa maturação (Souza, 2017, p. 73).

O projeto se travestia de republicano, pois proibia o voto de cabresto⁶, eliminando assim a violência física e entrando em pauta a violência simbólica que ainda é exercida e exponencializada por meio das imagens digitais em rede, como forma de garantir os privilégios e assegurar a perpetuação da casta paulista no poder (Souza, 2017, p. 73). Nas palavras de Souza (2017, p. 73): “Com o estado nas mãos do inimigo, a elite do dinheiro paulistana descobre a esfera pública como arma”. De facto a marcha dos acontecimentos iria ser extremamente relevante para a construção de uma imagem nacional baseada em uma grande farsa. Construir uma imagem da identidade brasileira que garantisse a perpetuação de um projeto de poder político a ainda criar uma arma que pudesse ser acionada sempre que o poder “fugisse as mãos” dos interesses da elite seria decisivo para que a rapina ao Estado pudesse ser perene e moralizada diante da população.

Esse momento histórico coincide com a ascensão de Salazar ao poder em Portugal, a repressão e o fechamento do país dentro de seu próprio território (Torgal, 2009) levaram à introdução negativa das supostas heranças portuguesas ao mito nacional brasileiro que estava a ser lapidado cuidadosamente em função dos interesses de uma elite econômica sediada em São Paulo.

A elite paulista, percebendo os novos tempos e o potencial de mobilização da classe média, aliada aos valores liberais do mercado, enxergou a oportunidade de construir uma imagem do brasileiro baseada em um liberalismo que atua pelo convencimento e não mais pela opressão (Reis, 2004, pp. 14-39). A classe média deveria então ser moralizada em função de um resgate “mandonista” (Freyre, 2006, p. 26) sob nova roupagem. A oligarquia paulista é oriunda dos grandes latifundiários do período colonial, logo seus valores deveriam seguir a nova lógica cidadina de reprodução de interesses. Segundo Souza (2017, p. 73): “O domínio do campo na cidade tem que ser agora civilizado, adquirindo cores da liberdade e da decadência, os mantras da classe média cidadina”. Estava em jogo a apropriação intelectual e simbólica da classe média em busca do capital cultural útil por meio da educação (Adorno, 1995).

⁶O voto de cabresto é um mecanismo de orientação de voto em um determinado candidato na disputa de cargos eletivos, em que o poder econômico era exercido através da compra do voto, ou através da influência da máquina pública ou simplesmente pelo medo da morte em detrimento de ameaças. (Boris, 1996, p. 118).

Dessa forma a classe média se torna presa fácil dos interesses das elites, e o caminho seria a moralização do culturalismo liberal conservador por meio da formação educacional. Esta apropriação intelectual seria marcante no pacto de classe que existe no Brasil até os dias atuais.

Concorda-se com Souza (2017, p. 74) que a criação da Universidade de São Paulo (USP) em São Paulo, por essa elite econômica que acabara de perder o poder para Getúlio Vargas, é uma das primeiras respostas materiais para a retomada, a manutenção e a reprodução do poder político das elites econômicas paulistanas. A USP foi pensada como “uma base simbólica, uma espécie de *think tank* gigantesco do liberalismo brasileiro desde então” (Souza, 2017, p. 74). Um projeto educacional capaz de difundir o conservadorismo liberal e utilizá-lo para contrapor-se ao inimigo político que porventura chegasse ao poder, nessa época representado por Getúlio Vargas. É no contexto de criação da USP que a figura de Sérgio Buarque de Holanda ganha repercussão; sua obra *Raízes do Brasil* (Holanda, 2006) funciona como um sistematizador da nova proposta liberal brasileira, a qual Souza (2017, p. 74) denomina de “liberalismo vira lata”, pois se valerá de uma definição do brasileiro como cordial, sustentando um estado patrimonial que representa uma continuidade com o português naturalmente corrupto. Dessa forma o que é externo ao Brasil será sempre socialmente e economicamente superior, se for norte-americano representará o que há de melhor, o *crème de la crème*.

A proposta de Holanda (2006), ao construir a ideia de um estado patrimonial e o brasileiro como cordial se veste de crítica para legitimar a naturalidade do brasileiro como corrupto. Trata-se de uma falsa crítica que valida a natureza corrupta do brasileiro como sendo a parcela do sangue lusitano que corre em suas veias. Esta pseudo crítica acerca do país coloca o Estado como o maior inimigo da nação, pois como ele é controlado por homens cordiais, é naturalmente corrupto.

Sérgio Buarque de Holanda (2006) pode ser considerado o “filósofo” do liberalismo conservador do Brasil, a proposta de “*Raízes do Brasil*” é construir categorias teóricas de análise que vão moldando o Estado brasileiro como patrimonial, propenso ao populismo e o brasileiro como servil e cordialmente aberto à corrupção, logo essas categorias vão sendo abordadas de forma falsamente crítica, sempre ligadas a um passado histórico e à herança ibérica (Souza, 2017, p. 134). Embora publicado no Rio de Janeiro em 1936, “*Raízes do Brasil*” (Holanda, 2006) tornar-se-ia uma das referências para o pen-

samento sociológico que estava sendo construído no amago conservador e elitista da Universidade de São Paulo. Da mesma forma Raymundo Faoro (2001) assume o papel de historiador do “liberalismo conservador”, pois cria a narrativa histórica necessária à consolidação do discurso “culturalista liberal” buscando a origem do Estado português unitário e a suposta transposição deste estado para o Brasil. Por meio de um texto erudito e de aspecto articulado e científico, acaba por povoar em convencimento os intelectuais e os leigos do Brasil contemporâneo.

A tese de Faoro (2001) é cristalina, pois se dedica a demonstrar o caráter essencialmente patrimonialista do Estado, e como consequência de toda a população brasileira. Esse patrimonialismo seria, ao cabo, a substância não democrática, particularista e marcada por privilégios os quais definem o poder político exercido no Brasil. Ao unir-se à proposta sociológica de Sérgio Buarque de Holanda (2006), o conceito de patrimonialismo passa a ocupar o lugar legítimo da escravidão e da luta de classes que se instaurou no Brasil a partir dele. Nas palavras de Souza (2017, p. 134): “A corrupção patrimonial substitui a análise das classes sociais e suas lutas por todos os recursos e materiais escassos”.

Faoro (2001) busca a comprovação da hipótese por meio de uma digressão histórica até à formação do Estado português no século XIV, supostamente este estado ao ser criado já possuía a imaterialidade patrimonial. A partir dessa linha do tempo é desenvolvido o argumento central da obra: o Brasil herda a forma do exercício do poder em Portugal (Souza, 2017, p. 134). Da mesma forma, Sérgio Buarque de Holanda (2006) atribui à herança ibérica as raízes da sociedade brasileira enquanto naturalmente corrupta, que justificaria a relação do Brasil com o exterior e a forma de modernização capitalista pela qual o Brasil se inseriu. Em outras palavras, a formação social brasileira é um retrocesso em relação à América do Norte e à porção civilizada da Europa, de onde se excluía a península ibérica, bem como o capitalismo se instaura no Brasil segundo os valores da compra de pessoas através do carimbo português da corrupção.

O que está sendo feito em nome da suposta continuidade com o estado português é a demonização do estado e o enaltecimento do mercado como puro, moderno e honesto. O mote da corrupção somente no estado pode ser acionado sempre que for necessário às elites tomarem o poder, é a essa historiografia que Faoro (2001) está se prestando.

Considerações Finais

A particularidade social brasileira é a forma como o Estado é tomado pelo discurso acadêmico e midiático, que visa estancar as grandes diferenças sociais, pois no Brasil existe uma separação social entre “gente e não gente”. A classe social formada pelos subproletariado foi entregue à própria sorte desde a abolição da escravidão e atualmente não é mais formada apenas por negros, mas também por mulatos e brancos que vivem abaixo da linha da pobreza. Quando essa classe recebe algum tipo de privilégio por parte do Estado, o patrimonialismo e a corrupção são acionados, pois já fazem parte do mito nacional como uma forma de redirecionar o Estado para a manutenção dos privilégios das elites, que não estão dentro do Estado, mas fora dele, no Mercado se apropriando de suas receitas para manter e ampliar seu patrimônio.

A perfeição moral aberta pelo cristianismo foi secularizada em proposições políticas para que se tenha na meritocracia a alavanca moral contra a corrupção. É por meio dessa construção que a classe média se torna massa de manobra e passa a flertar com o totalitarismo e até mesmo em pequenas camadas com o fascismo. As elites do dinheiro no Brasil compraram uma inteligência para formular uma “teoria liberal moralista” executada artesanalmente e sob medida para o público que se desejava orientar e manipular (Souza, 2017, p. 75). Essa compra ainda possui um aspecto semiológico nefasto, que passa pela eleição de autores e obras as quais devem ser reverenciados e aplaudidos pela mídia, o que deveria ser exclusivamente científico passa a ser científico midiático. Essa forma é devastadora para a manipulação da opinião pública e subjetiva.

Diante disso questiona-se: não é de uma covardia bocaina e podre delegar ao outro, neste caso ao português, a responsabilidade e a origem de um estado patrimonial que abarca em si a continuidade com a corrupção portuguesa? Onde está a alteridade de uma população ao não se questionar diante de tal fato? As redes sociais desde o ano de 2013 estão sendo alimentadas por essa farsa, estetizando-a em uma verdade bela e pura. O que está se passando por meio de imagens nas redes em relação à imagem do brasileiro como patrimonial e corrupto é assustador e terrível ao ponto de eleger o “terror” para governar o país em nome da higiene moral.

Referências

Adorno, T. (1977). A indústria cultural. In G. Cohn (Org.), *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Editora Nacional.

Adorno, T. (1995). *Educação e emancipação* (W. L. Maar, Trad.). Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Benjamin, W. (1992). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d'Água.

Bueno, E. (2016). *Capitães do Brasil: A saga dos primeiros colonizadores* (Vol. 3). São Paulo: Estação Brasil.

Faoro, R. (2001). *Os donos do poder: formação do patronato político brasileiro* (3ªed. rev.). São Paulo: Globo.

Boris, F. (1996). *História do Brasil* (4ªed.). São Paulo: Edusp/FDE.

Freyre, G. (1990). *Sobrados e mucambos*. Rio de Janeiro: Record.

Freyre, G. (2006). *Casa-Grande & senzala*. São Paulo: Global Editora.

Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa* (F. R. Kothe, Trad.). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro

Holanda, S. B. de (2006). *Raízes do Brasil: Edição comemorativa - 70 anos*. São Paulo: Companhia das Letras.

Lopes, F. A. (2017). *Imagem digital: Significação cultural do acesso virtual ao museu*. (Dissertação de mestrado não publicada). Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde, Universidade FUMEC, Belo Horizonte, Brasil.

Lopes, F. (2012). *Vinte anos de televisão privada em Portugal: Vinte nomes que marcaram o audiovisual português*(1ªed.). Lisboa: Guerra e Paz Editores.

Martins, M. L. (2003). Por uma democracia a vir: A televisão de serviço público e a sociedade civil. In M. Pinto (Coord.), *Televisão e cidadania: Contributos para o debate sobre o serviço público* (pp. 7-10). Porto: Campos das Letras.

Martins, M. L. (2011). *Crise no castelo da cultura: Das estrelas para os ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor.

Ianni, O. (1996). *A ideia de Brasil moderno* (2ªed.). Brasília: Editora Brasiliense.

Pereira, S. (2011). Os estudos sobre televisão e crianças em Portugal. In J. F. Filho & G. Borges (Org.), *Estudos de televisão: Diálogos Brasil-Portugal* (pp. 275-306). Porto Alegre. Editora Sulina.

Reis, D. A. (2004). O Estado à sombra de Vargas. *Revista Nossa História*, 1(7).

Ricco, F. & Vannucci, J. A. (2017). *Biografia da televisão brasileira*. São Paulo: Matrix Editora.

Sevcenko, N. (2010). *História da vida privada no Brasil República: da BelleÉpoque à Era do Rádio* (Vol. 3). São Paulo: Companhia das Letras.

Souza, J. (2017). *A elite do atraso: Da escravidão à Lava Jato*. Rio de Janeiro: Leya.

Torgal, L. R. (2009). *Estados Novos, Estado Novo: ensaios de História Política e Cultural* (2ªed.). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Weber, M. (1984). *Economía y sociedad: Esbozo de sociología comprensiva* (2ªed.). México: Fondo de Cultura Económica.

Williams, R. (2016). *Televisão: tecnologia e forma cultural* (M. Serelle & M.F. I. Viggiano, Trad.). São Paulo: Boitempo.

Música popular e marcadores culturais na cidade contemporânea: o contexto no município de Cuiabá

Popular music and cultural markers in the contemporary city: the context in the municipality of Cuiabá

Yuji Gushiken & Helsio Amiro Motany de Albuquerque Azevedo
Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato
Grosso, Brasil

Universidade Eduardo Mondlane (ESHTI-UEM), Moçambique
yug@uol.com.br & helsioazevedo@gmail.com

Resumo

Músicas populares, entre afeto produzido na memória e conflitos simbólicos do cotidiano, constituem marcadores culturais na cidade histórica. No Brasil, a cidade de Cuiabá, nos seus 300 anos de fundação entre o cerrado e o Pantanal, registra três gêneros que historicamente atribuem singularidade ao local: cururu, rasqueado e lambadão. No modelo de estudos da comunicação como cultura (Lima, 2001), o objetivo é analisar como os gêneros musicais constituem-se historicamente como marcadores culturais na cidade em busca de singularização na rede nacional. No Oeste brasileiro, território já disputado entre os reinos de Portugal e Espanha, a cidade histórica se vê premida pelas conexões que a transformam, na experiência de modernização, em cidade genérica. Conclui-se que marcadores culturais, no caso da música popular, evidenciam na situação de globalização as características simbólicas que uma cidade produz na dialética entre a pressão exterior global e a resistência interior local.

Palavras-chave

Música popular; Marcadores culturais; Cidade; Brasil; Cuiabá.

Abstract

Popular songs, between affection produced in memory and symbolic conflicts of daily life, are cultural markers in the historic city. In Brazil, the city of Cuiabá, in its 300 years of foundation between the Cerrado and the Pantanal, registers three genres that historically attribute uniqueness to the place: cururu, rasqueado and lambadão.

In the model of studies of communication as culture (Lima, 2001), the objective is to analyze how musical genres are historically constituted as cultural markers in the city in search of singularity in the national network. In the West of Brazil, a territory that has already been disputed between the kingdoms of Portugal and Spain, the historic city finds itself pressured by the connections that transform it, in the modernization experience, into a generic city. It is concluded that cultural markers, in the case of popular music, show in the globalization situation the symbolic characteristics that a city produces in the dialectic between global external pressure and local internal resistance.

Keywords

Popular music; Cultural markers; City; Cuiabá; Brazil.

Introdução

No modelo de estudos da comunicação como cultura (Lima, 2001), que tem disciplinas das ciências sociais e humanas como apoio, este artigo visa analisar a relação entre músicas populares e marcadores culturais na cidade brasileira de Cuiabá, capital de Mato Grosso, e seu entorno imediato na Baixada Cuiabana. Nessa perspectiva teórica, marcada pela interdisciplinaridade e pela crítica ao modelo transmissivo, uma das definições de comunicação é “processo simbólico no qual a realidade é produzida, mantida, restaurada e transformada” (Lima, 2001, p. 36). A questão da pesquisa é, entre reprodução e rarefação no cotidiano e na virtualidade midiática, como distintos gêneros musicais populares (cururu, rasqueado e lambadão) constituem, na discursividade urbana, marcadores culturais da cidade histórica, que, atravessada pelos fluxos de escala global e nacional (Castells, 2007), se transforma em cidade genérica (Koolhas, 2010).

A cidade contemporânea, das comunidades enraizadas à sociedade massiva, enfatiza-se nos dias de hoje como atualização dos “espaços de fluxos”, conceito a partir do qual o sociólogo Manuel Castells (2007) aponta a emergência, na virada de século XX ao século XXI, de uma lógica espacial predominante de poder e função, na qual o espaço organiza o tempo na sociedade em rede. Esta condição espacial vincula-se à economia global, hoje em sua

característica de economia informacional, organizada em torno de centros urbanos de controle e comando, e esta é, modernamente, sua novidade empírica e conceitual.

Os espaços de fluxos coincidem, no plano teórico do urbanismo e da geografia, com a produção de distintas espacialidades que constituem um dos aspectos da nossa experiência moderna, o que inclui a circulação de produtos, serviços, pessoas, capitais, informações. Esta lógica de fluxos força a substituição, ao modo de um condicionante estrutural, do “espaço de lugares”, nos quais em geral se registram cotidianamente as experiências comuns das práticas culturais populares.

A experiência moderna é traduzida, em termos alegóricos, pela “atmosfera de agitação e turbulência”, em que as transformações estruturais e simbólicas se dão em escala vertiginosa, como aponta o cientista político americano Marshall Berman (1986). As cidades, no caso brasileiro, também se traduzem em meio ao turbilhão modernizador num processo de construção e reconstrução intenso das paisagens urbanas, e daí a imagem de cidade como ideia caótica do inacabado, como analisa a geógrafa brasileira Ana Fani Alessandri Carlos (2015, p. 67).

Para pensar a relação, moderna e transitiva, entre comunicação, cultura e cidade, na interface com as ciências sociais e humanas, consideramos a cidade em sua condição discursiva, paisagem citadina como texto urbano, traduzida (nas festas de santo, nos bailes de periferia, nas sociabilidades do cotidiano) pelos seus principais marcadores culturais.

Compreendemos marcadores culturais, conceito de difícil definição e originário dos estudos linguísticos, como “marcas reveladoras” que remetem, nas práticas de tradução e em leitura antropológica, a traços de valores e padrões de comportamento (Aubert, 2006). Entre os marcadores culturais no universo discursivo da cidade encontram-se as músicas populares, que atravessam as categorias de cultura material (CDs, suportes midiáticos), cultura social (as sociabilidades em torno da música), cultura religiosa (a presença da música nas festas de santo) e ainda a cultura ideológica (os apelos à música como recurso de propaganda).

A profusão de informações no mundo contemporâneo induz a considerar, na cidade, o que permanece como memória e o que flui sem instituir-se socialmente como valor simbólico, o que compete pela atenção das pessoas e o

que se captura e se mantém como elemento constituinte dos nossos hábitos na hoje impaciente e apressada vida urbana.

No turbilhão dos processos de modernização, os corredores semânticos de enunciação (Blikstein, 1999) competem pela organização e produção de sentido. Portanto, em perspectiva comunicacional, sentido é o que insiste em se instalar nas relações sociais, modernamente caracterizadas por abertura ao mundo, mas paradoxalmente também pela indiferença e pela intolerância à diferença. Distintos corredores semânticos, na modulação da visão de mundo de indivíduos e coletividades, colaboram para que se formem distintos marcadores culturais que passam invariavelmente a constituir assinaturas de um modo de estar no mundo.

A cidade e seus marcadores culturais

A cidade, cujos marcadores culturais equivalem a uma experiência de duração no tempo, é hoje atravessada por informações com origens diversas, em escala local ou mundial, tornando-se lugar simultâneo de estranhamento, indiferença e mesmo aversão ao desconhecido. Este “desconhecido” pode ser a novidade exterior, mas também, como pretendemos pautar neste artigo, pode ser o antigo que arduamente se atualiza nos processos de modernização. Este constrangimento se dá no encontro das identidades com suas alteridades, mas também no (des)encontro das identidades com elas mesmas em seu processo de transformação histórica, em momentos nos quais a identidade passa a estranhar a si mesma, continuamente, conforme o turbilhão da experiência moderna.

As expressões da cultura popular, tradicionais ou populares urbanas, conforme a subalternidade simbólica nos processos de modernização, passam a constituir fatores de estranhamento nas cidades onde elas puderam historicamente emergir e prosperar como visões de mundo, corredores semânticos de produção de sentido e marcadores culturais.

No mundo que se transforma vertiginosamente, as músicas populares, ainda que marcadores culturais e porto seguro na confusa modernidade, enquadram-se como elementos constituintes de uma margem social da cidade: distantes no tempo, porque “antigas” (no caso das músicas folclóricas) e distantes no espaço, porque “periféricas” (no caso das músicas populares urbanas).

Na cidade contemporânea, as tradições atuam como memórias de um passado que se distancia nas transformações contínuas e velozes da vida moderna, mas que, por força de seu poder simbólico, insiste em se manter de modo resiliente na memória coletiva. Já a cultura popular urbana, embora contemporânea de tantas outras manifestações simbólicas, também se refere aos processos de transformação cultural, mas não se constitui, necessariamente, através de códigos culturais hegemônicos, embora em geral esteja relacionada a práticas de amplas camadas da população.

A modernidade cultural nem sempre converge com a experiência de modernização política e econômica, apresentando, invariavelmente, mais conflitos de ordem simbólica do que arranjos pacíficos na construção das identidades culturais, sejam elas nacionais, regionais ou locais, até mesmo pelo atravessamento da modernidade e os deslocamentos que opera sobre os processos de construção identitária.

A cidade, portanto, apresenta-se como estranha de si mesma, não detendo para seus habitantes uma noção de configuração temporal e espacial homogênea que lhe garanta coesão social como totalidade simbólica. A cidade, evidentemente, encontra-se cindida por classes sociais, mas também por identidades, que se desdobram internamente e se contaminam externamente, e que nem sempre se declaram conscientes de si mesmas.

As relações entre as identidades são marcadas, em diversos graus, pelo desconhecimento, pelo estranhamento, pela intolerância e mesmo pela aversão, não raro simultâneas e também mútuas, aos contatos com a diferença. O que marca a vida urbana nos dias de hoje é o funcionamento de distintos corredores semânticos de produção de sentido, através dos quais os grupos sociais evidenciam distintas visões de mundo e os conflitos que traduzem as tensas relações sociais. Este é o momento em que, numa determinada identidade, os processos de substituição modernizadora relegam elementos da própria identidade às margens do mundo simbólico.

O enquadramento das expressões culturais no âmbito do tradicional ou do popular urbano reflete distintas conexões dos indivíduos e da sociedade com o processo de modernização por que passam os diferentes segmentos e grupos sociais. A distinção simbólica, se considerada uma medida ou reflexo dos processos de consumo cultural (distintas racionalidades do que se consome, em que condições materiais, com que objetivos), torna-se o princípio de dispersão dos marcadores culturais através dos quais um dia se imaginou a cidade como

totalidade ou sistema coeso em rede urbana nacional e, portanto, em termos funcionais e sistêmicos.

Em perspectiva comunicacional, trata-se dos modos como a noção de cultura tradicional ou popular urbana torna-se continuamente contemporânea na medida em que captura ou é capturada pelos processos de modernização, resultando em visibilidade ou esquecimento nos sistemas simbólicos, em especial o educacional e o midiático, numa espécie de existência que passa então a definir, na experiência moderna, os níveis de visibilidade a manifestações sociais distintas.

Numa versão da história das teorias da comunicação (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993; Wolf, 1995; Mattelart & Mattelart, 1997), a existência midiática refere-se à desgastada, mas ainda presente, ideia do poder de difusão da mídia e sua capacidade técnica (necessariamente política, porque modernamente condição estruturante) de instituir imaginários hegemônicos, em especial no caso da mídia industrial e de escala massiva.

No caso brasileiro, a instituição deste imaginário, na segunda metade do século XX (época em que se consolidaram redes nacionais de televisão) e ainda hoje nestas primeiras duas décadas do século XXI, liga-se invariavelmente ao poder da televisão aberta de atribuir visibilidade a pessoas e coisas junto a amplas massas populacionais, para as quais o acesso à televisão ainda constitui um dos únicos acessos a bens de consumo midiático.

Apesar das transformações intensas nas tecnologias midiáticas, a TV aberta, na realidade socioeconômica e política brasileira, continua sendo a principal mídia de acesso cotidiano para amplas faixas da população nacional, seja pela barreira econômica de acesso a outras mídias ou mesmo pelo hábito instituído por décadas de produção do gosto midiático.

As manifestações tradicionais ou populares urbanas são práticas culturais que não necessariamente cabem ou se enquadram de modo confortável na memória social das cidades, e precisamente na agenda dos meios de comunicação, incluindo os de alcance local e regional, dados os conflitos que operam na distinção entre o antigo e o novo, o pertencente à identidade local e ao que chega de fora, quem vê e quem julga, e portanto o que se torna ou não noticiável, numa tensão temporal que acaba por determinar a visibilidade ou o esquecimento de determinadas práticas culturais na cidade.

No caso específico das expressões tradicionais, trata-se de práticas ditas “antigas”, e que tendem a ser esquecidas com o envelhecimento de seus pra-

ticantes (em especial o folclore), ou são práticas de comunidades *outsiders*, marginalizadas o suficiente no plano econômico e no plano simbólico para não merecerem atenção das classes médias, para as quais a modernização torna-se imperativo econômico e modo de distinção social.

Não por acaso, a relação do folclore e das culturas populares urbanas com as cidades tende a evidenciar os conflitos simbólicos nos quais certa experiência de modernização dos espaços citadinos apresenta uma visão de mundo orientada mais para a virtualidade das inovações (comerciais, urbanísticas, tecnológicas etc.) do que para a memória dos antigos modos de desenvolver práticas culturais (ao que chamam de tradição, em sua transformação no popular urbano).

Ou seja, as cidades, em especial as cidades genéricas (Koolhaas, 2010), iguais às outras e sem identidade, que assim se constituem na racionalidade e na funcionalidade das redes urbanas locais, nacionais e globais, são estruturalmente genéricas porque forçadas a promover uma adesão ao poder modernizador, orientado para o futuro, embora nunca se saiba, exatamente e de antemão, do que se trata.

A tendência modernizadora torna-se também um forte corredor semântico de produção de sentido na formação do imaginário quando a escrita histórica, com a qual temos contato no ensino fundamental, apresenta as práticas populares como mero resíduo, sem qualquer dotação de subjetividade, reduzindo, no plano acadêmico e educacional, a relação de afeto de estudantes brasileiros com as dinâmicas das culturas populares.

A atenção, portanto, volta-se mais para o futuro incerto, mas de aventura e promessas típicas da modernidade, do que para saberes radicados nas memórias dos antigos, em especial nas memórias dos indivíduos cujas marcas de expressão não cabem como documentos na narrativa histórica. Como consequência, a atenção está orientada, em menor potência, para o passado, provavelmente pelo fato de que as memórias também já não permitem saber o que elas propriamente representam no presente. Necessário, nesta situação, anotar como expressões populares apresentam-se como produções culturais e reinventam as condições de sua própria reprodução, circulação e consumo na sociedade contemporânea.

Transformações na cidade e na música popular em Cuiabá (Mato Grosso)

No Brasil, a tricentenária cidade de Cuiabá, capital do Estado de Mato Grosso, na região Centro-Oeste, completou 300 anos de fundação em 2019 e representa e constitui através da sua população a formação histórica e as características do que o antropólogo Darcy Ribeiro designou como “povo brasileiro” (Ribeiro, 1995). Na cidade histórica, marcada por intensos fluxos migratórios internos a partir da década de 1970, as manifestações tradicionais e populares urbanas constituem expressividades nem sempre conhecidas de amplas faixas da população na própria cidade. Isto acontece na medida em que os modos de produção, circulação e consumo de bens culturais passam a se caracterizar por distintas condições de acesso ao que se produz e ao que se consome no próprio entorno urbano onde se vive.

Estas condições de produção, circulação e consumo, nem sempre favoráveis aos contatos culturais entre a população da própria cidade, evidencia as formas de distinção simbólica entre os grupos sociais na experiência de modernização. Como podemos inferir, no contexto estudado, trata-se de um reflexo do aumento populacional e da dispersão comunitária que se registra historicamente em Cuiabá e Várzea Grande, que, em sua conurbação, passaram a constituir o núcleo principal da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá (RMVRC), criada em 2009 (Chilieto, Lima, & Borges, 2013).

O município de Cuiabá, que tem origem nas práticas de garimpo, registra sua fundação em 1718 por bandeirantes paulistas, que singravam com suas monções os rios dos sertões adentro em busca de ouro no século XVIII. Conforme detalhe registrado no século XIX pelo viajante alemão Karl von den Stein, refazendo o percurso via fluvial dos bandeirantes a Cuiabá, a cidade foi fundada por Pascoal Moreira Cabral de Leme, “descendente da família de Pedro Álvares Cabral” (Von den Stein, 1942).

No redimensionamento do perímetro urbano a partir da década de 1970, o que inclui a circunvizinhança do município de Várzea Grande, com o qual constitui o núcleo da Região Metropolitana, as práticas culturais tradicionais e as práticas populares urbanas buscam manter e reinventar seus lugares de existência econômica e simbólica na expansão da cidade genérica, o que inclui

eventos nos bairros, nos distritos municipais e ainda sua grande recorrência no trânsito entre zonas rurais e urbanas.

Em perspectiva espacial, aponta-se ainda como condição de dispersão das práticas culturais populares a criação de bairros distantes da região central (origem do espaço citadino), a mudança de residência de amplas faixas da população para os bairros periféricos e o trânsito diário ou intermitente de moradores da Baixada Cuiabana entre o núcleo da Grande Cuiabá e demais municípios.

Na passagem do século XX ao século XXI, mais de um século depois das experiências de metropolização na Europa e nos EUA, as cidades brasileiras, entre capitais de estado e cidades do interior, vão registrando sua própria e tardia experiência de metropolização, passando da condição de cidades médias a cidades grandes, na medida em que esta experiência seja, nos termos da modernização, o novo que se institui como produção social do espaço urbano e da cidade genérica que torna obsoletas as identidades.

Em perspectiva comunicacional, a adesão imaginária a um modo de vida voltado para a individualização dos costumes como processo de subjetivação, a valorização do espaço privado do lar e o consumo cada vez mais intenso de produtos midiáticos também tiveram, ao menos como potencialidade, a tendência de manter a população local mais conectada virtualmente com o mundo do que proxemicamente com o próprio local.

Se a cultura contemporânea é enfaticamente uma cultura comunicacional, no caso de uma cidade tricentenária como Cuiabá trata-se de considerar que os enunciados midiáticos traduzem apenas a seu modo e conforme seus interesses as demandas dos grupos relacionados à cultura popular, numa relação produzida segundo estratégias mercadológicas, em que tais traduções não equivalem aos interesses dos segmentos representados.

No recorte das músicas populares, as grandes massas populacionais num aglomerado urbano como Cuiabá e Várzea Grande, já saindo da condição de cidades médias e na conurbação destes municípios, conhecem presencialmente já de modo bastante rarefeito a tradição performativa dos curueiros, que hoje conta com nova geração de instrumentistas, mas com participação majoritária de anciões guardadores dessa memória.

A performance destes senhores da viola de cocho está presente nos numerosos festejos, enfaticamente comunitários, em especial nas festas de santo da religiosidade do catolicismo popular, envolvendo em geral populações de

origem rural e hoje residentes, em grande parte, nos bairros de expansão dos perímetros urbanos e nas mais diversas esferas da vida social, dada a demanda pela singularidade que se torna rara.

A tradição do rasqueado, produzida nos interstícios das áreas ribeirinhas e das zonas rurais, vem sendo reproduzida pelas sucessivas gerações de músicos e instrumentistas de um segmento social letrado, incluindo a classe média culta, e, portanto, mais acessível e legível como marcador cultural para setores formadores de opinião. O rasqueado tem mais relações com a geração acima dos 40 ou 50 anos, havendo renovação, embora discreta, entre compositores e intérpretes. Na emergência das tecnologias digitais, com registros musicais em CDs e hoje em vídeos para canais do *Youtube*, o rasqueado mantém uma memória de intérpretes e compositores, ampliando o alcance no tempo e no espaço.

O lambadão, mais recente, é um gênero musical produzido e reproduzido desde a década de 1980 em casas de show, bailes na periferia e espaços de festas de santo como ponto de conexão da novidade da década de 1980 com a esfera das tradições. Ainda assim, em grande medida instituído nos bairros populares, é um gênero conhecido pela disseminação dos produtos midiáticos informais (CDs piratas e nos suportes de *pen drive*). É recorrente nos bairros da hoje expandida periferia de Cuiabá e Várzea Grande, mas apenas eventualmente passando pelo filtro da agenda midiática local.

Cururu, rasqueado e lambadão constituem alguns dos marcadores culturais no campo musical, relacionado ao âmbito das culturas populares, da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá. Nesta região brasileira, que em alguma medida tem equivalência com a denominação de “Baixada Cuiabana”, a experiência de modernização tendeu a tornar o antigo motivo de esquecimento histórico e também de marginalização dos locais de produção, circulação e consumo dos gêneros musicais populares no espaço urbano. Entre o folclórico e o popular urbano, estes três marcadores culturais, embora tenham evidentes conexões entre eles mesmos, desdobraram-se continuamente e de modos distintos nos processos de reprodução e reinvenção das culturas populares na Baixada Cuiabana.

Os três gêneros musicais, que evidenciam as transformações culturais experimentadas no âmbito da cultura popular urbana, passaram a coexistir com outros produtos e práticas culturais que emergiram no aglomerado urbano no desenrolar de sua história, em especial ao longo da segunda metade do século

XX, momento em que o Brasil, no âmbito da economia global, passou a constituir um amplo mercado consumidor de produtos da então nascente indústria de entretenimento dos países industrializados.

A modernização através dos processos de consumo teve, como consequência, a devida alteração nos hábitos culturais e a intensa mudança na ideia de cotidiano, com produção de diferentes expectativas em relação às experiências estéticas promovidas pelo acesso a rádio, cinema, televisão. A era do audiovisual, polêmica pela hegemonia da TV aberta e sua relação com o difusionismo cultural americano, trouxe um repertório de sons e imagens nunca antes percebido em tal intensidade, e o impacto desta intensidade ganha uma designação pertinente: cultura mundializada, nos termos do sociólogo brasileiro Renato Ortiz (2003).

Esse repertório produziu um imaginário que só pôde ser concebido com base na inovação tecnológica e nos devidos “efeitos” de sentido que a visibilidade midiática (*agenda-setting* se diria) traria na configuração do gosto nacional, agora mundializado, que passa a ser estruturalmente definido e subjetivamente marcado pelo que se consome no repertório da então chamada indústria cultural em sua dimensão internacional.

A população da Grande Cuiabá, na formação do “povo brasileiro” (luisitanos, negros, indígenas e seus mestiços no processo de deculturação das matrizes étnicas originárias), anotado pelo antropólogo Darci Ribeiro (1995), acentua sua heterogeneidade por origem étnica e nacional desde o século XIX, conforme recepção a vários grupos estrangeiros que aportaram na cidade (italianos, árabes, judeus, japoneses, okinawanos) e passa continuamente pela experiência do estranhamento de si.

A partir da década de 1980, a imigração interna, motivada politicamente pelo governo federal, visando amenizar a luta pela terra no Sul do país e com aporte de créditos da economia japonesa (Oliveira, 2009, p. 469), se realiza no grande contingente populacional que se deslocou para o Centro-Oeste, em especial para Mato Grosso, e passou a constituir a população estadual.

Na Grande Cuiabá, o estranhamento da população com seu próprio espelho torna-se visível a partir do momento em que toda uma geração nascida na cidade simplesmente já não conhece pessoalmente as rodas de cururu, invariavelmente tocado em ocasiões do calendário anual, como festas de santo, de caráter comunitário nos bairros nos arredores do Centro Histórico, no já

espraiado perímetro urbano na Grande Cuiabá e em municípios da Baixada Cuiabana.

O rasqueado, embora de origem popular e o gênero mais ligado ao imaginário da cultura cuiabana, é tocado e consumido em poucas casas noturnas populares especificamente dirigidas ao gênero musical. O rasqueado, no entanto, continua prática cultural apreciada em ocasiões que ensejam modos de festividade, sendo reproduzido por bandas e músicos profissionais que tocam nas noites cuiabanas e em especial nas festas de santo, realizadas no inverno brasileiro, no mês de junho, e em bandas profissionais que tocam em eventos recorrentes, como formaturas de estudantes universitários.

Este estranhamento cuiabano com elementos de sua própria identidade ganha novos contornos, na medida em que amplas faixas da classe média ignoram a existência de vários bailes de lambadão, que a partir da década de 1990 provavelmente se atualizou como o fenômeno cultural mais relevante em Mato Grosso pela capacidade de autoorganização e independência dos atores sociais – compositores, intérpretes, dançarinos e adeptos – com relação ao mercado cultural massivo das televisões abertas e também com relação a eventuais apoios dos poderes públicos constituídos.

Gêneros musicais populares e seus universos culturais

Na condição de marcadores culturais, os três gêneros da música tradicional e popular urbana que singularizam musicalmente a cidade Cuiabá evidenciam as experiências históricas da interculturalidade entre os distintos segmentos sociais que constituíram artisticamente o cururu, o rasqueado e o lambadão. Em meio à história enfaticamente lusitana, a produção musical evidencia a assinatura e a subjetivação indígena e negra na formação da cultura popular na Baixada Cuiabana. A seguir, passaremos a uma descrição não exaustiva dos três gêneros da música popular.

Cururu – Folguedo popular inscrito no âmbito do folclore, é uma das manifestações mais antigas como marcador cultural na região de Cuiabá, capital do estado de Mato Grosso, no Centro-Oeste brasileiro, sendo também recorrente em outros estados, como São Paulo e Mato Grosso do Sul. Como prática cultural, o cururu mereceu registro como verbete no *Dicionário de Folclore*, do pesquisador potiguar (nascido no estado do Rio Grande do Norte) Luís da

Câmara Cascudo (2012) e a viola de cocho foi tombada com registro em 2004 no livro do patrimônio imaterial do Instituto Nacional do Patrimônio Histórico (Iphan) (Vianna, 2005).

De modo mais recente, o cururu, como gênero musical ou através da viola de cocho, um de seus instrumentos, mereceu atenção de atividades de pesquisa no âmbito das ciências sociais e humanas, registrado metodicamente nos trabalhos acadêmicos de instrumentistas pesquisadores: Roberto Corrêa e Elizabeth Travassos (1988), com registro fonográfico/etnográfico e processo interpretativo sobre o cururu, e Ivan Vilela (2013), estudioso do universo cultural caipira, no qual se inserem a viola e, também, a viola de cocho dos cururueiros.



Foto 1: Cururueiros e suas violas de cocho em Festa do Senhor Divino, promovida anualmente no bairro Dom Aquino, em Cuiabá, por Maria Lorin, família e vizinhos. Foto: Yuji Gushiken

O cururu é tocado ao longo do ano, ainda com frequência, nas numerosas festas de santo realizadas na Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá e em seu entorno imediato. Trata-se de festas realizadas em âmbito comuni-

tário, com dinâmicas próprias em cada localidade, o que confere um caráter discreto em termos de visibilidade urbana, mas de grande afeto aos envolvidos na sociabilidade da prática cultural em âmbito comunitário.

As performances dos mestres cururueiros, que privilegiam o processo coletivo em detrimento de assinaturas artísticas individuais, são vistas em especial nos rituais de subida de mastro, com bandeiras artesanais de tecido, papel e adereços de aviamentos, que homenageiam os santos católicos. É uma prática cultural que remete ao imaginário rural da Baixada Cuiabana, das pequenas propriedades e de agricultura familiar, quando não agricultura de subsistência e das práticas econômicas baseadas na pesca e na coleta de produtos da natureza. As festas são acompanhadas de culinária popular, farta e de comensalidade comunitária na Baixada Cuiabana.

Outro modo de visibilidade do cururu é no modernamente inventado Festival de Cururu e Siriri (Gushiken & Silva; 2012; Osório, 2012), realizado de modo intermitente pela Prefeitura Municipal de Cuiabá, segundo a vontade e mesmo a má-vontade de cada gestão administrativa. O festival, não sendo universalizante em seu processo de inclusão, e daí uma de suas polêmicas e ineficácia como política pública, reúne parte significativa dos grupos de cururu (e siriri) que se reúnem em bairros da Grande Cuiabá e da Região Metropolitana, para cultivar as músicas e danças relacionadas ao gênero musical.

O universo simbólico das festas de santo, nas quais o cururu constitui-se entre outras marcas culturais tradutoras das narrativas cuiabanas, inclui visitas de festeiros às residências da comunidade, coleta de prendas para as festividades, rezas cantadas das místicas populares, missas comunitárias nas residências e culinária popular com pratos dos saberes tradicionais locais.

O cururu constitui os rituais das populações ribeirinhas, enfaticamente populações de origem indígena e negra, incluindo seus descendentes mestiços, que veneram santos no catolicismo popular e trouxeram as práticas de reza cantada e de rodas musicais com viola de cocho para o espaço urbano em Cuiabá, sendo recorrente na Baixada Cuiabana.

Embora muito praticado nas festas de santo, o lugar tradicional de circulação e consumo, a pouca visibilidade do cururu no sistema midiático e educacional sugere que se trata de um resíduo cultural, argumento difundido num indiscernível bairrismo, inclusive no sistema educacional local, o que evidencia a crise do lado supostamente moderno da cidade.

Os saberes do cururu instituíram-se como práticas poéticas que se passam

e se reproduzem em âmbito comunitário, em geral círculos familiares, de vizinhança e de amizades. Experiências de organização com gravação de CDs e apresentações em eventos de apelo turístico também passaram a ser modos de reprodução, audição e consumo do cururu em suas distintas formas de registro e difusão.

Os eventos espetacularizados, que representam o lado modernizador das tradições, passaram a evidenciar mais a dependência da classe média de formação universitária na reinvenção do mundo do trabalho do que propriamente a demanda dos anciões curueiros para entrada neste lado moderno da vida urbana.

Rasqueado – Com sua hipotética origem na polca paraguaia, conotando uma condição de informação estética que viaja e se enraíza, o rasqueado será resultado da miscigenação populacional em Mato Grosso após a Guerra do Paraguai, com parte dos soldados paraguaios permanecendo em território mato-grossense, segundo o compositor e pesquisador Milton Pereira de Pinho Guapo (2010).



Foto 2: Banda tocando rasqueado em festa de São João, realizada por família e amigos em chácara na Rodovia Cuiabá-Chapada dos Guimarães, agosto de 2011. Foto: Yuji Gushiken.

Segundo Guapo, o termo rasqueado provém da expressão ibérica “*rasguear la guitarra*”, de origem árabe-cigana (Guapo, 2010, p. 60). Nos contatos interculturais, transformou-se em um gênero musical dançante, popularmente música de festa e de baile, dançado a dois. As letras, não raro, referenciam a natureza da Baixada Cuiabana e a paisagem cultural da cidade de Cuiabá e de seu entorno entre rural e urbano na Região Metropolitana.

Entre os compositores e intérpretes encontra-se boa parte da intelectualidade ligada à política cultural na cidade e no estado, denotando uma forte relação entre o rasqueado e uma classe média culta que ascendeu à condição de elite artística nas últimas décadas e que passou a reconstituir a face mais visível do gênero como item do que compreendemos como cultura popular urbana.

Para amplas faixas da classe média local, o rasqueado se constitui como elemento mais conhecido da musicalidade em Cuiabá quando se trata de pro-

cessos de identificação simbólica no âmbito da cultura popular. Entre os compositores e intérpretes mais reconhecidos popularmente pelo próprio campo musical do rasqueado encontram-se, em lista não exaustiva, a velha geração (o grupo Os Cinco Morenos, Mestre Albertino, Mestre China, Mestre Bolinha) e artistas da geração subsequente, como João Elói, Roberto Lucialdo, Milton Pereira de Pinho Guapo, Gilmar Fonseca, a dupla Zuleica Arruda e Vera Baggetti, a dupla Henrique e Claudinho, nomes que já atuavam de modo independente no campo musical antes mesmo de o gênero passar a depender, ao menos na carreira de alguns artistas, de visibilidade midiática como controle de *agenda-setting* na TV aberta.

O rasqueado, contando hoje com artistas de diferentes gerações (Arruda, 2007), é um gênero musical presente em festas de santo, eventos os mais diversos e bailes populares, além de ser tocado, embora nos dias de hoje de modo intermitente, em casas noturnas dançantes na Grande Cuiabá e arredores da Baixada Cuiabana destinadas ao lambadão (*ver a seguir*), lembrando que bandas deste gênero também têm o rasqueado em seu repertório.

Gravação de CDs e DVDs, num primeiro momento, e de vídeos para plataformas como *Youtube*, posteriormente, a partir da emergência das mídias digitais, também tem sido um modo de reprodução e difusão do rasqueado, com compositores e intérpretes de maior presença na cena do gênero musical e outras dezenas que atuam num universo ainda pouco pesquisado. Bandas profissionais, que tocam no carnaval e em bailes (de formatura de estudantes, por exemplo), tem o rasqueado no repertório, uma vez que o público destas bandas invariavelmente demanda o gênero nesses eventos festivos.

A partir da música, revolve-se uma ecologia simbólica que inclui outras heranças das relações interculturais com as vizinhanças do Paraguai, por exemplo, na culinária: no tradicional chá-com-bolo cuiabano, por vezes, de modo confuso, consomem-se chipa (tipo de biscoito salgado, de origem paraguaia, feito de queijo, semelhante ao bolo de queijo cuiabano) e chá-mate gelado espumante (produto oriundo de plantações na fronteira entre o hoje Mato Grosso do Sul e o Paraguai, mas habitualmente consumido como marcador cultural na culinária em Cuiabá).

Lambadão – O fenômeno do lambadão, mais recente na paisagem cultural local, constitui um gênero musical que tem como hipotética, e, portanto, imprecisa, origem os contatos de mato-grossenses da Baixada Cuiabana e bra-

sileiros do Norte e Nordeste do país em regiões de garimpo em Mato Grosso e no Pará.



Foto 3: Banda tocando lambadão no Clube do Zé Pimenta, em Várzea Grande, casa que teve importante papel na consolidação do gênero na Baixada Cuiabana. Foto: Yuji Gushiken.

Da audição da lambada e da guitarrada paraense, os mato-grossenses da Baixada Cuiabana e de seu entorno geográfico imediato criaram o lambadão, versão tocada inicialmente com guitarra, contrabaixo e bateria, além do vocal. Posteriormente, o lambadão ganhou dinâmica em bandas mais completas (com uso de metais, principalmente trombone, saxofone, trompete) e versões reduzidas (teclados eletrônicos que tendem a diminuir o número de músicos, substituindo-os no artifício da música digitalizada). Embora não seja oficial, dados preliminares apontavam, nas primeiras décadas dos anos 2000, para mais de 30 bandas de lambadão em atividade nas cidades da Baixada Cuiabana e, de modo menos registrado, no interior de Mato Grosso (Gushiken & Souza, 2013).

Após as primeiras bandas do lambadão, assim denominadas, como Estrela Dalva e Os Maninhos, outras também constituíram o gênero musical com produção local independente de CDs e DVDs, encontrados no comércio informal, e com obras hoje disponibilizadas também nas plataformas de compartilhamento: Stillo Pop Som, Real Som, Erre Som, Mega Boys, Scort Som, Os Amigos, Amigos Banda Show, entre outras.

O lambadão hoje provavelmente é o gênero musical de maior amplitude e interesse entre o segmento jovem na região, com amplo apelo também entre adultos, considerando a década de 1990 como recorte temporal e que os jovens daquela década hoje chegam à faixa de 40 anos de idade ou mais.

Na década de 2010, de quinta-feira a domingo encontravam-se casas noturnas dedicadas especificamente ao gênero em Várzea Grande e domingueiras em Cuiabá, municípios onde o gênero tem grande apelo popular. O gênero, hoje fortemente relacionado à Grande Cuiabá, tem sido uma espécie de reprodutor de gêneros populares de outras regiões, na medida em que sucessos da parada musical de outros gêneros musicais populares do país ganham versões dançantes no gênero cuiabano (as “lambadáveis”).

Com origem entre a lambada, o tecnobrega do Pará e o arrocha e a axé music da Bahia, o lambadão, pela força de consumo existente entre o segmento jovem, assumiu seu território de emergência: os salões de festa no espaço urbano entre Cuiabá e Várzea Grande, com evidentes fluxos musicais que advêm do interior da Baixada Cuiabana e entorno (municípios de Barão de Melgaço, Rosário Oeste, Nossa Senhora do Livramento, Poconé, Santo Antônio de Leverger, entre outros).

O lambadão, que emerge como gênero musical no território da Baixada Cuiabana, indica as relações de trocas culturais entre trabalhadores de Mato Grosso e do Norte-Nordeste do país nas regiões de garimpo em atividade, muitas vezes clandestina, na ampla faixa de território na divisa dos dois estados (Mato Grosso e Pará) e na região de passagem do cerrado do Centro-Oeste para a Floresta Amazônica.

No vocabulário popular do Norte do país, “brega”, em especial no interior do estado do Pará, designa os lugares de diversão com sexo pago e audição de gêneros musicais populares. Entre eles, provavelmente o carimbó paraense, que se ouvia em Cuiabá com a difusão do gênero através de artistas hoje “clássicos” como Pinduca, um dos ícones da música popular paraense e um

dos primeiros a difundir a musicalidade do Pará ao país todo pelo sistema da indústria fonográfica em escala nacional.

Deste entremeio do mundo do trabalho e do lazer nas regiões de garimpo de ouro, nos estados do Pará e de Mato Grosso, emerge o lambadão da Baixada Cuiabana como produto das relações experimentadas na ocupação do amplo território do Centro-Oeste e da Amazônia.

Considerações Finais

A tradição do cururu, a travessia do rasqueado e a invenção do lambadão sugerem distintas experiências da modernidade cultural na cidade de Cuiabá e região, que refletem também a modernização socioeconômica, e os modos como a musicalidade se transforma junto com a cidade em sua experiência de metropolização. Considerado num espectro maior, no qual a paisagem cultural se amplia na emergência de novas experimentações musicais, o estranhamento das identidades em sua própria transformação se atualiza como condição de subjetividade numa cidade marcada pelas vertigens promovidas pela modernização brasileira, o que inclui a alocação do estado de Mato Grosso como produtor de matéria-prima vegetal no sistema de monocultura para exportação mundial.

Num primeiro momento, a diferença de si (cururu-rasqueado-lambadão) aponta para a cidade como totalidade identitária heterogênea, mas constituída num processo dialético de produzir internamente sua própria alteridade que reforça uma ideia de identidade. Num segundo momento, a cidade busca produzir diferença na rede urbana nacional, ao apresentar, na tessitura de gêneros musicais que lhe são próprios, um modo de singularização com relação à cultura nacional em seu amplo espectro constituído de outras culturas regionais e locais.

As múltiplas subjetividades fazem emergir uma sociedade que arduamente busca se reconhecer em sua própria diversidade cultural. Quando se trata de marcadores culturais nas cidades, interessa-nos apontar como as diversidades se afirmam, como favorecem a vinculação social e como se propagam no espaço urbano, a ponto de constituírem o difuso imaginário da cidade.

Evidentemente, este imaginário urbano não se constitui sem os conflitos de ordem simbólica que também fazem emergir as diversas tensões sociais no

âmbito das práticas culturais. Entre folclore e cultura urbana, os gêneros musicais do cururu, do rasqueado e do lambadão, ao constituírem seus próprios circuitos culturais, denotam as transformações do popular em popular urbano, situação em que distintas temporalidades concorrem para a formação de uma sensação comum de habitarmos o mesmo tempo e o mesmo espaço.

O sociólogo alemão Ulrich Beck, ao propor um cosmopolitismo metodológico, fala em “multiplicidade de interdependências” (Beck, 2005). O sociólogo francês Alain Touraine sugere o diálogo intercultural não como “encontro de culturas”, mas como “construção cultural” (Touraine, 1996). O comunicólogo brasileiro Luiz Beltrão sugere pensar a produção de múltiplas margens sociais na sociedade brasileira (Beltrão, 1980).

Os gêneros musicais, dadas as conexões e diferenças entre eles, dialogam entre si e convergem ou se distanciam como marcadores culturais da cidade que se torna metrópole e experimenta o já conhecido processo de fragmentação já registrado no desenvolvimento das cidades brasileiras.

A demanda, hoje, na crítica modernização brasileira, é por autorreflexividade sobre as transformações por que passa a cidade. Cabe, portanto, considerar o que significa o reconhecimento de marcadores culturais e em que medida a proliferação da diversidade e as novas ambiências simbólicas são percebidas pela população como sendo algo próprio da cidade ou como elemento estranho que a constitui.

A cidade experimenta o cosmopolitismo banal que lhe dá sustentação e unidade mínima como totalidade no âmbito da rede urbana nacional, com o detalhe de, uma vez conectada às redes mundiais de telecomunicações, ser atravessada cada vez mais por informações que provém de longe e tendem a disputar a população local por um momento de atenção.

Cosmopolitizar a realidade torna-se uma questão no campo da comunicação, o que exige ainda atenção com as memórias que historicamente constituem o cotidiano citadino, na medida em que o antigo passa a constituir uma diferença interna, e não necessariamente hegemônica, dada a força dos elementos exteriores que passam a constituir sua trajetória no processo histórico.

A cidade como espaço de fluxos se traduz pelos modos como as tradições e as invenções populares urbanas se produzem e se reproduzem, constituindo os espaços de lugares (os bailes, as festas de santo, os eventos) e incluindo os processos comunicacionais que lhe são próprios através de usos midiáticos, já não mais reféns da visibilidade atribuída pela mídia industrial.

Na condição de marcadores culturais, os gêneros musicais cururu, rasqueado e lambadão evidenciam distintas práticas culturais que promovem uma ideia de lugar que insiste em se manter em meio à cidade atravessada pela profusão dos espaços de fluxos.

Os gêneros musicais populares apresentam-se como marcadores culturais de caráter híbrido, a partir de distintas temporalidades e com evidências de distintas espacialidades, que se presentificam em sua constituição singular. Entre cururu, rasqueado e lambadão encontram-se, justapostos, mixados, traços oriundos da herança negro-africana, a poética indígena, a caipiragem paulista, a alteridade paraguaia, a caboclagem paraense/amazônica, a resiliência nordestina.

Trata-se, portanto, de marcadores com origem nos intercâmbios historicamente produzidos por uma população e seus trânsitos culturais. A cidade, no caso, incrustada no sertão de Mato Grosso, constitui-se como nó identitário, espécie de hub de informações que transitam, ficam, se esvaem.

Nos termos do conjunto identitário cururu-rasqueado-lambadão o que há é imprevisibilidade, mas os corredores semânticos locais apontam para o desejo de um “espaço de lugar”. A totalidade identitária se constitui em certa organicidade, embora se apresente sempre em risco pelas distensões no âmbito de uma identidade sempre em forçada recomposição.

Pode-se, portanto, pensar a cidade através de seus marcadores culturais, e o universo simbólico que se produz em torno deles. Em comum aos três gêneros, a ideia de uma sociabilidade comunitária, independente de sua visibilidade midiática, questão ainda hoje conflituosa no Brasil, na medida em que distintas visões de mundo competem na definição do que merece visibilidade e o que, como consequência, passa a não ter existência por não estar no panorama do que se constitui no âmbito do comunicacional.

Há, evidentemente, um universo cultural nem sempre capturado pela percepção da produção midiática, seja ela qual for (jornalismo, publicidade, cinema). O relativo poder midiático de visibilidade e a existência simbólica nestas condições sugerem reavaliar a crítica da comunicação, na medida em que, para amplos setores da classe média hoje em Cuiabá, parece haver uma guerra silenciosa e dissimulada ao tradicional e ao popular urbano, marcada por racismo e bairrismo, ambos estruturais, que vem determinando a relevância ou importância, a visibilidade ou o esquecimento, das memórias populares. O bairrismo, que seria querela de menor intensidade, disfarça racismos

impronunciáveis, visto que as culturas populares urbanas, no Brasil, invariavelmente equivalem a práticas oriundas de grupos de matrizes étnicas mais vulneráveis socialmente.

No caso da Grande Cuiabá, convém explicitar que as culturas populares apresentam-se minoritárias não apenas internamente diante das elites locais, que ora as ignoram ora as tornam ferramentas para enfrentar a modernização local. As culturas populares, vistas como produtos locais, também são ignoradas e indiscriminadamente combatidas por serem simplesmente locais – é o caso em que a constituição migrante, ao ocupar espaços meliorativos na modernização local, não disfarça, nas entrelinhas e mesmo na frustração de classe média que não alcança a modernidade, uma relação de conflito e de subalternização das expressões populares locais, provavelmente o lado mais fraco das relações sociais.

A cidade, nestas situações de conflito no plano simbólico, demanda uma atitude: o ir a campo, entrar em contato com a diversidade que povoa o espaço urbano, o dar-se às relações interculturais para as quais as novas gerações estão sendo produzidas com os preconceitos típicos da classe média brasileira, orientada a esquecer um passado do qual ensinam que a ele não pertencem e a dirigir-se a um futuro em relação ao qual não sabem qual é a direção certa.

A cidade, evidentemente, marca-se pelo tédio de um presente cindido, na medida em que o passado resiliente é deixado às margens da memória, e o futuro precário é colocado acima da capacidade das promessas da modernidade. Marcadores culturais, na velocidade das transformações e na violência simbólica da modernização dos costumes, indicam a vontade de lugar da vida social na cidade. Na vertigem contemporânea, em que tudo se altera de modo forçado, a intensidade das músicas populares talvez tenha equivalência com a produção de uma memória no tempo e no espaço urbano. Tempo e espaço, raridades na cidade contemporânea. Músicas populares: fartura que insiste em constituir o tempo e o espaço.

Referências

Arruda, Z. (2007). *O que é o rasqueado cuiabano?* Cuiabá: Entrelinhas.

Aubert, F. H. (2006). Indagações acerca dos marcadores culturais na tradução, *Revista de Estudos Orientais*, 5, 23-36.

Beck, U. (2005). *La mirada cosmopolita o la guerra es la paz*. Barcelona: Paidós Iberica

Beltrão, L. (1980). *A comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez.

Berman, M. (1986). *Tudo que é sólido desmancha no ar: A aventura da Modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras.

Blikstein, I. (1999). *Kaspar Hauser ou a fabricação da realidade*. São Paulo: Cultrix.

Carlos, A. F. A. (2015). *A cidade*. São Paulo: Contexto.

Cascudo, L. da C. (2012). *Dicionário do folclore brasileiro*. São Paulo: Global.

Castells, M. (2007) *A sociedade em rede Vol. 1: A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. São Paulo: Paz e Terra.

Chiletto, R. de C., Oliveira, D. M. D. F., & Borges, F. R. (2013). Governança na Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá: O funcionamento dos arranjos de gestão e o desenvolvimento das funções públicas de interesse comum – Transporte e mobilidade. In M. A., Costa, & I. T. L. Tsukumo (Orgs.). *40 Anos de Regiões Metropolitanas no Brasil* (pp. 287-308). Brasília: Ipea.

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1993). *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Gushiken, Y., & Silva, L. A. da. (2010). Folkcomunicação nas relações socioeconômicas e políticas contemporâneas, *Revista Internacional de Folkcomunicação* [online], 8(15). Recuperado de: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/1132>

Gushiken, Y., & Souza, S. R. M. (2013). Lambadão: A invenção de um circuito cultural e comunicacional na Baixada Cuiabana. *Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Manaus, AM, Brasil, 36. Recuperado de: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0734-1.pdf>

Lima, V. A. de. (2001). *Mídia: Teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Koolhaas, R. (2010). *Três textos sobre a cidade*. Barcelona: Gustavo Gili.

Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). *História das teorias da comunicação*. Lisboa: Campo das Letras.

Oliveira, A. U. (2009). Agricultura brasileira: Transformações recentes. In J. L. S., Roos (Org.). *Geografia do Brasil* (pp. 466-534). São Paulo: Edusp.

Ortiz, R. (2003). *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense.

Osório, P. S. (2012). Os festivais de cururu e siriri. *Anuário Antropológico* [online], 37 (1), 237-260. Recuperado de: <https://periodicos.unb.br/index.php/anuarioantropologico/article/view/6909>

Ribeiro, D. (1995). *O povo brasileiro: A formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia da Letras.

Touraine, A. (1996). *Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina S. A.

Travassos, E., & Corrêa, R. *Cururu e outros cantos das festas religiosas*. Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, 2008.

Vianna, L. (2005). O caso do registro da viola de cocho como patrimônio imaterial. *Sociedade e Cultura: Revista de Ciências Sociais* [online], 8(2), 53-62. Recuperado de: <https://www.revistas.ufg.br/fcs/article/view/1011/1206>

Vilela, I. (2013). *Cantando a própria história: Música caipira e enraizamento*. São Paulo, Edusp.

Von den Stein, K. (1942). *O Brasil Central: Expedição em 1884 para exploração do rio Xingu*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.

Wolf, M. (1995). *Teoria da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.

Interseccionalidade, orientalismo e representatividade: Um estudo de caso na série Sex Education Intersectionality, orientalism and representativity: A case study in the Sex Education series

Heloisa Keiko Saito André
Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Portugal
heloisakiko97@gmail.com

Resumo

Este ensaio tem como objetivo analisar o desenvolvimento da personagem Olivia Hanan na série Sex Education, visando compreender de que forma é estabelecida a representação de sua identidade, uma vez que ela é uma mulher com ascendência sul-asiática. Para isso, buscou-se os conceitos de Stuart Hall sobre identidade, para, em seguida, promover uma reflexão por meio do que Edward Said argumenta acerca do Orientalismo. A coexistência de identidades em um indivíduo, como é o caso de Olivia, levou este trabalho a levantar discussões acerca da Interseccionalidade, termo cunhado por Kimberlé Crenshaw e, mais recentemente, utilizado para a abordagem da identidade de mulheres americanas sul-asiáticas, por Bandana Purkayastha. Dessa forma, observou-se que a série foge de alguns padrões de representação do oriente que foram descritos por Said e Purkayastha, como aqueles que geram estereótipos ou desumanizam os orientais. Conclui-se, portanto, que Sex Education procura promover a identificação por meio de fatores identitários, condizendo com a crescente movimentação de produções audiovisuais nesse sentido.

Palavras-chave:

Globalização; Audiovisual; Identidade; Interseccionalidade; Orientalismo.

Abstract

This article aims to analyze the development of the character Olivia Hanan in the Netflix's series Sex Education, in order to understand in which way her identity is represented, considering her south-asian heritage. To do so, Stuart Hall's concepts on identity were used to promote a reflection through the writings of Edward Said in terms of the Orientalism. The coexistence of identities in one person, which is Olivia's case,

led to the discussion on Interseccionalidade, a term created by Kimberlé Crenshaw, and more recently used by Bandana Purkayastha to speak about south-asian American women's identity. Thus, it could be observed that this series does not represent the Orient according to the stereotypes described by Said and Purkayastha, which leads to the conclusion that Sex Education aims to promote identification through identity factors, a path which has been growing in the audiovisual productions field.

Keywords:

Globalization; Audiovisual; Identity; Interseccionalidade; Orientalism.

A era da Globalização, segundo McGrew, refere-se aos processos, operados em escala global, que atravessam fronteiras nacionais e integram e conectam comunidades e organizações – tornando, assim, o mundo mais conectado, tanto em realidade quanto em experiência (McGrew 1992 *apud* Hall, 2006, p. 67). Stuart Hall entende que um efeito da Globalização é o de contestar e deslocar as formas de identificação, antes tidas como centradas e fechadas, e que ela “tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e mais diversas” (Hall, 2006, p. 87). Surge, então, o sujeito pós-moderno, definido por Hall como um indivíduo cuja identidade é “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (Hall, 2006, p. 12). O autor também argumenta acerca da formação da identidade por meio da interação entre o eu e a sociedade, afirmando que, ainda que o sujeito tenha uma essência interior que representa seu “eu real”, ele é formado e modificado por um diálogo contínuo com mundos culturais exteriores e as identidades oferecidas por eles (Hall, 2006, p. 11). Nesse contexto, observa-se que, mais do que nunca, questões identitárias são valorizadas em obras audiovisuais, seja por meio de um enredo que questiona opressões como as de raça, gênero ou sexualidade, ou até mesmo por meio da representatividade, com personagens que carregam diferentes identidades.

Segundo Lotz, cada vez mais a televisão funciona por meio de programas, canais e mecanismos de distribuição que são produzidos com o objetivo de

alcançar certos nichos de público. Assim, as redes televisivas operam como um meio de comunicação de massas diferente daquele formato tradicional (com programas generalistas, feitos para agradar a todos os tipos de público), agregando uma coleção de audiências segmentadas (Lotz, 2014, p. 33). É nesse contexto que surgem os serviços de streaming como a Netflix, que permitem ainda mais personalização para o público. Assim, é possível escolher, entre uma série de títulos disponíveis, quais se deseja assistir – dessa vez, sem ficar refém de horários de exibição ou programações dos canais. Como Lotz descreve, “qualquer programa que você desejar, quando você desejar, em qualquer tela que você desejar” (Lotz, 2014, p. 2)¹.

É nesse contexto de representação de identidades por meio de obras audiovisuais e da crescente popularidade dos serviços de streaming que é lançada, em 2019, a série *Sex Education*, produzida pela empresa de vídeo sob demanda Netflix e criada pela roteirista Laurie Nunn. A série tornou-se um dos títulos mais conhecidos da plataforma², além de representar a crescente busca do público por produções que trazem para as telas uma maior representatividade. Segundo dados do site agregador de críticas de cinema e televisão Rotten Tomatoes³, a primeira temporada da série obteve 91% de aprovação da crítica, com base em 75 avaliações, e 94% de aprovação por parte do público, de que obteve 1527 avaliações. Já a segunda temporada, lançada em 2020, pontuou 97% de aprovação da crítica, com base em 37 avaliações (a porcentagem do público ainda não foi divulgada). Esses dados são relevantes para compreender tanto o alcance de audiência da série, já que a Netflix não divulga esses números ao público, quanto para que se possa ter dimensão da aceitação e da aprovação da obra.

A série é ambientada em uma escola do interior do Reino Unido, em que adolescentes enfrentam dúvidas relacionadas à sexualidade, mas são reprimidos pelo tabu e pela vergonha. Pensando nisso, o protagonista Otis, filho de uma terapeuta sexual, e sua amiga Maeve criam uma espécie de empreendimento, no qual ele dá conselhos sobre sexo para os estudantes, de forma confidencial, em troca de dinheiro. O desenvolvimento da série é similar aos

¹Tradução da autora.

²Disponível em: <https://www.omelete.com.br/netflix/sex-education-serie-mais-pesquisada>. Acesso em: 12 mai 2020.

³Disponível em: https://www.rottentomatoes.com/tv/sex_education/s01 e https://www.rottentomatoes.com/tv/sex_education/s02. Acesso em: 12 mai 2020.

tradicionais filmes e séries adolescentes, mas pensado diante de uma perspectiva que leva em conta essas diferentes identidades e busca representá-las de forma orgânica - como, por exemplo, com a presença de figurantes de diferentes raças e ascendências em diversas cenas. Em uma entrevista, a criadora da série comentou sobre a recepção positiva do público em relação à forma como a série abordou temas como sexo e identidades⁴ e que, para isso, recorreu a roteiristas que faziam parte de certos grupos identitários, que seriam abordados na série, para que o desenvolvimento dos personagens fosse mais orgânico e representativo⁵.

Nesse contexto de representações identitárias de diferentes personagens, a série apresenta uma personagem - Olivia Hanan -, membro do grupo dos populares da escola, conhecidos por seus comentários maldosos e por posicionarem-se com superioridade em relação aos outros estudantes. Na primeira temporada da série, pouco é mostrado sobre Olivia além disso - entretanto, é possível sugerir, diante de seu fenótipo, que a personagem possui ascendência oriental. É apenas no início do terceiro episódio da segunda temporada, no entanto, que essa origem é introduzida ao espectador: logo no início do episódio, a personagem aparece performando uma dança tradicional indiana para sua mãe, vestindo as roupas apropriadas para esse tipo de performance cultural. Durante a dança, alguns efeitos visuais são introduzidos, criando um efeito de caleidoscópio ao fundo. A mãe faz comentários negativos a respeito da leveza da mão de Olivia durante a dança, e o momento é interrompido quando Malek, o namorado da jovem, toca a campainha. Ele possui ascendência iraniana, mas Olivia pede para que se passe por indiano e afirma para sua mãe que é um colega que vai auxiliá-la com seus passos de dança - uma vez que sua mãe a proibiria de subir para seu quarto com um garoto e, também, reprovaria o relacionamento da filha com alguém que não tivesse a mesma ascendência dela. Já no quarto, Olivia aumenta o volume da música indiana, com o objetivo de aparentar estar dançando com seu parceiro, quando, na verdade, estão tendo

⁴O tema foi abordado em uma entrevista de Nunn, disponível em: <<https://theface.com/culture/laurie-nunn-sex-education-netflix-asa-butterfield-gillian-anderson>>acesso em: 13 mai 2020.

⁵A entrevista na qual Nunn trata sobre o assunto está disponível em: <<https://rts.org.uk/article/sex-education-creator-laurie-nunn-transforming-awkward-teenage-experience-tv-masterpiece>>acesso em: 13 mai 2020.

relações sexuais – durante as quais a garota permanece vestindo as roupas típicas indianas com as quais estava dançando para sua mãe.

A análise desta cena pode ser contextualizada diante da teoria de interseccionalidade. O termo foi cunhado por Kimberlé Crenshaw, que questionou a posição da mulher negra frente aos movimentos feminista e negro. Segundo a autora, interseccionalidade é o que ocorre, por exemplo, quando uma mulher de um grupo minoritário tem de lidar não apenas com uma forma de opressão, mas com todas elas - criando, assim, uma cobertura de muitas camadas de opressão (Crenshaw, 1993).

Mais recentemente, pesquisadoras como Bandana Purkayastha passaram a ampliar a análise a partir da interseccionalidade, utilizando-a para compreender de que forma diferentes identidades podem, quando somadas, influenciar na composição do indivíduo. Purkayastha (2010, p. 30) entende a interseccionalidade como uma estrutura para a compreensão da intersecção de raça, classe, gênero, idade, sexualidade e outros sistemas socialmente construídos de dominação. Voltada para a interseccionalidade entre gênero e nacionalidades hifenizadas, a autora aponta críticas ao movimento feminista, questionando seu posicionamento ocidentalizado que busca definir modelos de gênero orientais a partir da perspectiva do ocidente:

Feministas transnacionais chamaram a atenção para o poder das feministas ocidentais de ignorar as histórias, realidades, vozes e agência de outras mulheres, a fim de formular modelos orientalistas de gênero que salvaguardem seu poder de definir como o "gênero" é compreendido e desafiado. (Purkayastha, 2010, p. 31)⁶

Sobre a relação entre descendentes de sul-asiáticos e a cultura do país oriental do qual descendem, Purkayastha afirma que a geração pós-imigração encontra, no contexto familiar, um ambiente em que não são marcados ou marginalizados racialmente e, por isso, a participação da cultura em família é a forma como podem expressar suas experiências livres de preconceitos (Purkayastha, 2010, p. 35). Diante desse contexto, é possível retomar o desenvolvimento da personagem Olivia na série *Sex Education*: até o início da segunda

⁶Tradução de: "Transnational feminists have pointed to the power of Western feminists to ignore the histories, realities, voices and agency of other women, in order to formulate orientalist models of gender that safeguard their power to define how 'gender' is understood and challenged."

temporada, ela foi retratada apenas como a garota popular da escola - vestida em roupas ocidentalizadas e consideradas desejáveis, e com comportamentos igualmente naturalizados nessa sociedade. É apenas na presença da mãe, e em um contexto familiar, que Olivia demonstra performar práticas culturais indianas - e é apenas então que o público pode conhecer sua ascendência e esse aspecto identitário da personagem. É importante ressaltar que, em nenhum momento, entende-se que Olivia esconde sua ascendência no ambiente escolar - no entanto, é notável que a personagem sente-se mais confortável em performar as práticas tradicionais indianas com sua família, o que aproxima a relação de Olivia com essa cultura ao que é descrito por Purkayastha.

Outra questão levantada por Purkayastha é em relação à construção, por parte do Ocidente, das mulheres sul-asiáticas. A autora afirma que estereótipos construídos pelos meios de comunicação reforçam a ideia de que essas mulheres são subordinadas por sua cultura e religião, e negam a habilidade de mulheres hindus e muçulmanas de terem sua própria voz (Purkayastha, 2010, p. 37). Também é questionado o fato de que grupos dominantes têm seus costumes e comportamentos vistos como “normativos” e, portanto, outras práticas culturais e religiosas são marginalizadas. Para Purkayastha, é de situações como essa que parte a pesquisa interseccional e, por meio dela, é possível compreender a marginalização racializada e relacionada a aspectos de gênero que mulheres hindus e muçulmanas sofrem no Ocidente, que leva à construção ideológica de que elas são diferentes, não-modernas e, por isso, inferiores em relação às mulheres cristãs (Purkayastha, 2010, p. 41).

Ainda que as práticas culturais indianas sejam somente performadas no ambiente familiar por Olivia, seu fenótipo revela sua etnia e ascendência - e o fato de ela fazer parte do grupo dos populares (chamados “The Untouchables”, que pode ser uma possível referência ao sistema de castas indiano, ainda que nada seja explicado sobre esse assunto na série) pode demonstrar que esses estereótipos descritos por Purkayastha, que tendem a inferiorizar mulheres de origem sul-asiática, não são repetidos na série. A personagem não apenas é aceita e integrada como uma aluna comum, mas também é vista como um modelo a ser seguido, dada a sua popularidade e o grupo ao qual pertence.

Em relação a aspectos identitários de Olivia que dizem respeito especificamente a sua ascendência, é possível estabelecer um diálogo com o Orientalismo, de Edward Said. Segundo o autor, o Ocidente cria uma imagem e constrói uma narrativa acerca “Do Oriental”, ou seja, retira dessas pessoas

sua humanidade (Said, 1979, p. 27). Isso também pode ser associado ao conceito do “Oriente Misterioso”, que traz o sentimento e a ideia de um lugar exótico e desconhecido, provocando a sensação de que tudo o que é provindo do Oriente diferencia-se do Ocidente (Said, 1979, p. 21).

Said também aborda a questão da representatividade oriental por parte do Ocidente, que usualmente vale-se de estereótipos para construir uma imagem que, segundo o autor, transforma a outridade, sempre distante e ameaçadora, em figuras que são relativamente familiares (Said, 1979, p. 21-22).

Diante desses conceitos desenvolvidos por Said, é possível partir para a análise da personagem de *Sex Education*: tanto a imagem do oriental dissociada de uma humanidade quanto o caráter misterioso, atribuído aos orientais, além da representação estereotipada, que vale-se de elementos que remetem ao Oriente de maneira a tornar a outridade mais familiar, são características extremamente comuns em peças audiovisuais. Filmes e séries com um personagem asiático cujo papel é, justamente, o de ser asiático - obedecendo estereótipos como a falta de socialização, exclusão social, pronúncia com sotaque, submissão à cultura ou religião, entre outras características. No caso de Olivia, essa representação do Oriental não é repetida: a personagem é apresentada, primeiramente, como pertencente ao grupo dos populares, e sua “orientalidade” só é introduzida depois da consolidação da personagem, e não o contrário, como é costume em diversos filmes, que apresentam o estereótipo e depois o desconstroem, entendendo o personagem primeiro como oriental e, só posteriormente, como ser humano. Olivia é, antes de tudo, uma das garotas populares da escola - e sua identidade e ascendência cultural vêm depois. Apesar disso, elementos de outrificação ainda são identificados na cena em questão: o tradicionalismo da mãe, que não aceitaria um relacionamento da filha com um garoto que não seja descendente de indianos; o uso das roupas tradicionais indianas, que são usadas para reforçar a pertença dessa família à cultura em questão; a exotização atrelada ao fato de que Olivia não tira essas roupas típicas na hora de fazer sexo com seu namorado - ainda que de forma indireta, esse tipo de representação pode reforçar a ideia de mistificação do Oriente. Mesmo com uma narrativa que opera em sentido contrário ao que se está acostumado a ver em grandes produções cinematográficas, o enredo de Olivia ainda é carregado de alguns estereótipos e elementos que a outrificam. Apesar disso, a caracterização da personagem pode ser entendida como

um avanço, em termos de representatividade, em produções audiovisuais do gênero adolescente.

Assim como é o caso de outros personagens na série, a interseccionalidade é uma forma que *Sex Education* encontrou de tornar a representatividade mais realista e próxima de seu público. A série atende ao crescente interesse em identificar-se com os enredos e à busca por filmes e séries que não retratem apenas o padrão inatingível, até há pouco tempo repetido por grande parte das produções. *Sex Education*, inclusive, vai um pouco além: tanto por meio de segmentos secundários, como é o caso de Olivia, quanto através de outros mais protagonistas, é perceptível o interesse da série em retratar essa diversidade de identidades – não apenas entre indivíduos, mas, também, no processo de formação de um único sujeito. E, enquanto em alguns casos essas características são fundamentais para o desenvolvimento da história dos personagens, em outras elas apenas compõem uma parte da história daquele papel. Isso é significativo por mostrar que, por mais que fatores e características identitárias componham e formem a todos como indivíduos, não é preciso que eles sejam determinantes em todos os aspectos da vida de alguém. No caso de Olivia, por exemplo, ser do gênero feminino e possuir ascendência sul-asiática são fatores identitários que operam grande influência na forma como ela se enxerga e é enxergada pelos outros. No entanto, durante uma grande parte do desenvolvimento da série, a personagem enfrentou situações que independem disso: a necessidade de comparecer às festas, para manter seu lugar no grupo dos populares, por exemplo, ou um problema de autoestima que reflete sua necessidade de estar sempre bonita, dada a sua popularidade.

Ainda que representações como as descritas por Said, em que pessoas asiáticas são carregadas de estereótipos e elementos de outrificação, ou, no caso das mulheres, como Purkayastha argumenta, vistas como submissas a sua religião e inferiores às mulheres ocidentais, sejam comuns, a forma como *Sex Education* retrata uma personagem asiática reflete um movimento crescente em produções do gênero. É o caso de filmes da própria Netflix, como “Para Todos os Garotos que Já Amei” e “Você nem Imagina”, ou de séries da mesma produtora, como “Master of None” - para citar casos em que a interseccionalidade opera entre a ascendência asiática e outras identidades.

Uma das principais características da Globalização é que ela permite que pessoas do mundo todo estejam por todo o mundo. Cada vez mais, identidades se cruzam e interligam-se, e sua grande pluralidade, descrita por Stuart

Hall, as tornam ainda mais fluidas e flutuantes. A interseccionalidade, por sua vez, reforça a possibilidade da coexistência dessas identidades em um indivíduo - que já não aceita mais representações vagas e sem profundidade ao assistir um filme ou uma série. A crescente preocupação, por parte de produtoras de obras audiovisuais como *Sex Education*, em retratar as múltiplas identidades de forma mais orgânica e próxima da realidade – fugindo de estereótipos e generalizações – somada aos índices que evidenciam a aceitação dessa série tanto por parte do público quanto da crítica, demonstram que, de fato, há um interesse não apenas na comercialização desse tipo de conteúdo, mas, também, uma vontade por parte da audiência em consumi-lo.

Referências

Crenshaw, K. (1993). *Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color*. Los Angeles: University of California.

Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A

Lotz, A. (2014). *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press.

Purkayastha, B. (2010). Interrogating intersectionality: Contemporary globalisation and racialised gendering in the lives of highly educated South Asian Americans and their children. *Journal of Intercultural Studies*, 31(1), 29-44

Said, E. (1979). *Orientalism*. New York: Vintage Books.

A Era do Streaming no Espaço Lusófono: Uma geografia dos canais de TV na CPLP

Age Streaming in the Lusophone Space: A geography of TV channels at CPLP

Sonia V. Moreira, Ricardo M. A. Rios & Vitor P. Almeida

Programa de Pós-graduação em Comunicação,

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil

soniavm@gmail.com, ricmrios@gmail.com & vitoralmeida_cefet@hotmail.com

Resumo

Este capítulo identifica e analisa se e como os cinco principais canais de televisão aberta nos países da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) utilizam a Internet para distribuir e fazer circular programação via plataformas streaming (próprias e de terceiros). Considera países produtores e consumidores para mapear a inserção digital dos canais de TV, bem como a utilização do espaço digital para a circulação de produções próprias da CPLP. Aspectos históricos, culturais e linguísticos da Lusofonia permeiam a análise. O levantamento mostra que apenas dois canais em dois países – Globo (Brasil) e RTP (Portugal) – têm produção própria em plataformas streaming e que, nos países consumidores, as empresas privadas e públicas não possuem estratégias fortes para a transição à Internet.

Palavras-chave:

TV aberta; programação; streaming; países lusófonos; geografias da comunicação.

Abstract

This chapter identifies and analyzes whether and how the five main open television channels in the countries of the Community of Portuguese Speaking Countries (CPLP) use the Internet to distribute and disseminate programming via streaming platforms (own and third parties). It considers producer and consumer countries to map the digital insertion of TV channels, as well as the use of digital space for the circulation of CPLP's own productions. Historical, cultural and linguistic aspects of

Lusophony permeate the analysis. The survey shows that only two channels in two countries – Globo (Brazil) and RTP (Portugal) – have in-house production on streaming platforms; and that, in consumer countries, private and public companies do not have strong strategies for the transition to the Internet.

Keywords:

Broadcast TV; Programming; Streaming; Lusophone countries; Geographies of communication.

Introdução

Dados de 2017 da Associação de Reguladores de Comunicações e Telecomunicações da CPLP (ARCTEL-CPLP) mostram que dos cerca de 300 milhões de habitantes dos países membros da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) pouco mais de 13% têm acesso à banda larga fixa. Segundo o Banco Mundial (2020), serviços de banda larga fixa são protocolos de conexão TCP/IP (comunicação em rede via internet) com velocidade a partir de 256 Kbps. Apesar de ser a menor na escala de transmissão de dados, essa velocidade permite ao usuário acesso a telefonia de voz sobre IP, fazer buscas, ler e-mail, participar de redes sociais e assistir vídeos online. O YouTube, por exemplo, requer velocidade de conexão de pelo menos 256 Kbps. A CPLP reúne 32,7 milhões de assinantes de banda larga fixa, número bastante reduzido se comparado ao total de usuários de banda larga móvel na região, que no mesmo período chegava a quase 210 milhões (ARCTEL-CPLP, 2017).

Atualmente, o mercado lusófono da mídia se debruça sobre o futuro da televisão. Segundo a ARCTEL-CPLP, em 2017 os países da Comunidade somavam 23,8 milhões de assinantes de TV paga. Como atualmente não é possível pensar no futuro da TV sem considerar o processo de *streaming* e de *video on-demand* (VOD), mesmo com problemas sérios de conexão à internet e à TV por assinatura, que não contempla a totalidade da população, é importante verificar e refletir sobre as formas como os canais de televisão aberta (FTA) da CPLP se preparam para o processo digital.

Usando tabelas e gráficos, este texto se propõe a mapear a inserção atual dos cinco principais canais abertos de televisão dos países da CPLP, com base no levantamento da produção de *live streaming* da programação e da disponibilidade de *video on-demand* destes canais. A finalidade é agregar dados

quantitativos dos canais que disponibilizam meios alternativos de acesso via internet, seja por plataforma proprietária de *Over-The-Top* (OTT) ou de terceiros. Espera-se, assim, que o levantamento possa contribuir no debate sobre o futuro da televisão no espaço lusófono.

Dados de usuários de banda larga fixa, móvel e TV paga na área da CPLP

País	População	Banda Larga Fixa	Banda Larga Móvel	Pay-TV
Angola	25.789.024	96.919	3.934.094	1.537.343
Brasil	210.147.125	28.859.819	188.855.142	18.000.354
Cabo Verde	560.899	14.993	381.875	10.085
Guiné Bissau	1.792.338	853	175.120	N/A
Guiné Equatorial	1.222.442	13.100	450.000	15.500
Moçambique	27.909.798	41.414	7.626.485	516.336
Portugal	10.562.178	3.574.047	7.114.834	3.792.292
São Tomé e Príncipe	187.356	1.479	70.135	0
Timor Leste	1.167.242	68.472	770.780	N/A

Fonte: ARCTEL-CPLP (2017), com tabulação dos autores.

Lusofonia, identidade e cultura

O Dicionário Michaelis define lusofonia como o uso da língua portuguesa como língua materna, segunda língua ou língua franca. Também considera o uso do português no conjunto de países onde é o idioma oficial ou o mais falado. Bastos e Brito (citados em Martins *et al.*, 2006, p. 65) afirmam que não há consenso sobre o conceito de Lusofonia por parte dos oito países que compõem a chamada “comunidade lusófona”.

De imediato, instaura-se um problema de natureza etimológica e semântica: o substantivo abstrato “lusofonia” remete à Lusitânia, “província romana pertencente à Hispânia, habitada pelos lusitanos” e a forma luso, “do latim lusu, remete a lusitano, português, relativo a Portugal”. Assim é que, fora do espaço “Portugal”, esse fator semântico acarreta, por vezes, um certo desconforto pela evocação que faz à centralidade da matriz portuguesa em

relação aos sete outros países (Bastos & Brito, citados em Martins *et al.*, 2006, p. 70-72).

Já Godoy *et al.* (2015, p. 3-5) trabalham com um conceito político para a Lusofonia:

Levando em conta a etimologia do termo lusofonia, o prefixo “luso” remete a lusitano, que significa português, ou seja, alguém nascido em Portugal, e “fonia” se refere à fala, pode-se afirmar que a essência da palavra remete a um espaço onde a língua portuguesa é utilizada. Os países que adotam oficialmente o português como idioma oficial são Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. Esta comunidade se expande quando se leva em conta as regiões lusófonas – Casamansa, Damão, Diu, Galiza, Goa – (Cristóvão, Amorim, Marques, & Moita, 2007) e as minorias linguísticas que falam português em países com variadas dimensões, a exemplo da África do Sul, Argentina, Canadá, Cingapura, China, Índia e Venezuela. [...]

Apesar de os temas relacionados à lusofonia terem emergido com mais força depois da criação da CPLP, a partir desta comunidade dela originou-se um elo cultural pelo fato de terem a mesma língua como referência, o que sugere ainda a criação de um elo que não seja apenas cultural, mas também econômico e político (Freixo, 2009; Lopes, 2003). Portanto, a lusofonia não se limita ao uso da língua portuguesa, pois “usar a palavra ‘luso’, em vez de ‘português’ corresponde a uma forma de ultrapassar o nacionalismo e entrar no domínio do mítico e do simbólico” (Cristóvão et al., 2007, p. 652). (Godoy *et al.*, 2015, p. 3-5)

A noção da Lusofonia como agregadora de nações induz à ideia de que este grupo de países falantes da Língua Portuguesa seja uma “comunidade imaginada”, como aquela descrita por Anderson (2008, p. 32) ao considerar nação como um produto de comunidades imaginadas: os membros de um mesmo país jamais conhecerão, encontrarão ou ouvirão falar da maioria de seus pares, mesmo que em suas mentes exista a imagem de comunhão entre todos. A comunidade imaginada agrega, assim, a concepção de nação com uma profunda camaradagem horizontal (p. 34) e o processo de construção dessa comunidade projeta o nacionalismo como discurso ideológico forte.

Zahreddine (2015), por sua vez, estabelece parâmetros dimensionais para a existência de institucionalização de grupos: 1) grau de compartilhamento

das expectativas sobre comportamentos e entendimentos adequados; 2) grau de especificação de tais expectativas na forma de regras; 3) capacidade da instituição de alterar suas próprias regras sem depender de outros atores. A Lusofonia chegou a essas três dimensões ao aprovar o Acordo Ortográfico de 1990, que gerou a unificação da Gramática da Língua Portuguesa¹. Mesmo sendo opcional para os países da CPLP, foi adotado pelos dois países com maior população (Brasil e Portugal). O restante da Comunidade tende a seguir a unificação gramatical por conta do equilíbrio de poder, porque não é possível ficar alheio a esse processo.

A evolução da língua é um fator cultural que estimula laços identitários. As identidades não são categorias estanques e impostas porque operam por meio da materialização linguageira (Rios, 2017, p. 90). A adesão a esses dizeres atua de forma temporária e parcialmente estável a cada situação comunicativa. Assim, os discursos se transformam em sentidos de identificação sugestionáveis, com efeitos limitados, os quais podem ou não ser recebidos e exercidos pelos receptores.

No caso específico da língua portuguesa, é possível observar o fator cultural como definidor da continuidade da língua em dois países da CPLP. Em Moçambique, segundo Bastos e Brito (citados em Martins *et al.*, 2006, p. 70-72), a língua se transformou de movimento para ascensão social (o moçambicano poderia falar a língua da metrópole) em fator unificador durante a Guerra da Independência ao quebrar as barreiras linguísticas dos diferentes dialetos locais. No caso timorense, Hull (2000b) observa que, durante o processo de libertação de Portugal na década de 1970, as correntes independentista e pró-Indonésia do então Timor Português eram favoráveis em um ponto: a valorização da língua portuguesa como elemento ancestral e integrado à cultura nacional. O discurso do então presidente de Timor-Leste, Xanana Gusmão (2002-2007), na IV Conferência de Chefes de Estado e de Governo da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa em 2002 deixa claro a importância da cultura gerada pela língua portuguesa como unificadora do Estado recém-independente:

A opção política de natureza estratégica que Timor-Leste concretizou com a consagração constitucional do Português como língua oficial a par com a língua nacional, o Tetúm, reflecte a afirmação da nossa identidade pela

¹Disponível em: <http://www.capes.gov.br/36-noticias/1875>

diferença que se impôs ao mundo e, em particular, na nossa região onde, deve-se dizer, existem também similaridades e vínculos de carácter étnico e cultural com os vizinhos mais próximos. Manter esta identidade é vital para consolidar a soberania nacional. Para tal, torna-se importante estabelecer e implementar um programa vasto para ensinar, disseminar e generalizar o Português. Serão várias as vertentes de um tal programa que desejamos debater com e no seio da CPLP e destacamos as três que consideramos determinantes para que, num prazo de 10 a 15 anos, a língua portuguesa esteja já popularizada e generalizada em Timor: a rede escolar, a administração e a comunicação social. Nestes três sectores, não será apenas a introdução de materiais de apoio que permitirá atingir o objectivo pois significa também capacitar técnica e cientificamente os timorenses, em Português. A re-introdução da língua portuguesa e o desenvolvimento do Tetúm constituirão os pilares fundamentais da nossa existência como Povo. (Xanana Gusmão, 2002)

Em seu discurso, Xanana Gusmão oferece um interessante panorama: os aparelhos culturais são fundamentais para a reintrodução, expansão e consolidação da língua portuguesa. Cinema, novelas e músicas produzidas no mundo lusófono ajudam no reforço do Português como fator identitário nacional. Para ele, falar Português é pertencer ao mundo contemporâneo e romper com o jugo indonésio, fato confirmado por Hull (2000a), que considerou a dominação da Indonésia mais violenta que a de Portugal.

Mesmo com o Acordo Ortográfico de 1990, entretanto, a língua portuguesa possui muitas faces. Bastos e Brito (2013, p. 3) observam as diferenças entre o “Português Brasileiro” e o “Português Europeu” como um exemplo dessas facetas. Martins (2018) pontua que o fato de milhões de pessoas falarem Português não significa que exista uma comunidade lusófona, já que a comunidade falante da língua é multicultural e possuidora de “uma hibridez que resulta da miscigenação, ou seja, da mistura, do encontro daquilo que é diverso e heterogêneo” (Martins, 2018, p. 8). Essas múltiplas facetas linguísticas e a hibridez definida por Martins constituem a cultura lusófona em seus mais diversos segmentos: arquitetura, cinema, culinária, danças, literatura, música, representações culturais e outras formas de expressão cultural.

O aspecto religioso foi muito importante para o sincretismo cultural do mundo lusófono ao abrir espaço para a incorporação de significados, práticas, discursos e saberes às regiões colonizadas que posteriormente, com a independência, mantiveram as características culturais da dominação portuguesa

em suas culturas. Aqui, não se trata de uma defesa do domínio português, mas sim, da observação sobre a forma pela qual o colonizador aglutinou as diferentes matrizes culturais em torno da língua portuguesa e da religião. Mesmo separadas geografica e socialmente, as diferentes regiões lusófonas compartilham a cultura híbrida criada pelos portugueses no processo de dominação e de jugo.

Fluxos e contrafluxos no espaço lusófono

O ato comunicacional é um fluxo. Como observa Pernisa Júnior (2019), a comunicação pode ser considerada um processo que se apoia em sistemas. Nos estudos da Biologia, por exemplo, o organismo é identificado como um sistema aberto que mantém estabilidade e evolui a patamares de complexidade crescente devido ao intercâmbio ininterrupto de energia e informação com o meio ambiente. O sistema não é fechado em seu próprio meio, possui *fraturas* e pode evoluir para outras funções alimentado por novas informações. Assim como um organismo, a Comunicação evolui nas trocas ambientais por meio dos fluxos – de forma líquida, como Bauman define², e mutável. Em relação aos fluxos, Castells (1999) observa que eles dominam a vida contemporânea, seja na forma de capital, de tecnologia, de interação, de imagens, sons e símbolos. No ambiente de mídia, Thussu (2007, p. 27) define assim o movimento dos fluxos:

Fluxos de mídia e contrafluxos fazem parte da luta maior pelos fluxos de informação que determinam as relações de poder na economia global da informação. Na era do “domínio de largo espectro” e da “rede de informação global”, é provável que uma cultura americana *glocal* e hibridizada circule com maior rapidez, em maior volume e com valor econômico superior. Não é coincidência que, no logotipo do Escritório de Conhecimento da Informação do Pentágono, o lema seja ‘*Scientia est potentia*’ - conhecimento é poder”. Apesar do movimento maciço da mídia em continentes, culturas e comunidades, não se deve perder de vista o fato de que o “su-

²Para Zygmunt Bauman, em *Vida líquida* (2007), a liquidez é definida como um processo de mudança mais curto do que o necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir. Tudo é mutável e a vida líquida, assim como a sociedade líquido-moderna, não pode manter a forma ou permanecer em seu curso por muito tempo.

ave” poder da mídia está fortemente ancorada no “duro”³ poder político e econômico. (Thussu, 2007, p. 30) [Tradução livre dos autores]

Thussu identifica três fluxos midiáticos dentro dos processos de comunicação: o dominante, o transnacional e o contrafluxo geocultural (2007, p. 11). O primeiro, também denominado global, é dominado pelos Estados Unidos⁴ (com a produção de Hollywood e dos canais dos grupos Disney⁵, pela AT&T⁶, Viacom⁷, Comcast⁸, News Corporation⁹), pelo Reino Unido (via BBC) e pelos *animes* (desenhos animados) japoneses. Apesar de não se aprofundar em outros players relevantes, como produtoras de formatos, o fluxo global apresentado pelo autor tem origem em grupos do Hemisfério Norte, porções ricas e dominantes do cenário econômico global.

O segundo movimento é o contrafluxo transnacional, formado por *Bollywood*, a indústria cinematográfica da Índia; a TV estatal *Al Jazeera*, do Catar; as telenovelas (diversas vezes referidas pelo autor como latino-americanas, ainda que seja intensa a produção na Coreia do Sul, em Portugal e na Turquia); os filmes sul-coreanos; os canais de TV públicos, estatais ou com fortes ligações com governos, como TV5 (França), *Telesur* (consórcio sul-americano liderado pela Venezuela), *Radio France Internationale* (França), CCTV-9 (canal estatal chinês em língua inglesa), *Russia Today* (fundado pelo governo Vladimir Putin e pertencente à agência estatal russa RIA Novosti) e o canal *Euronews* (da European Broadcasting Union,¹⁰ criado em resposta à americana CNN).

Finalmente, o contrafluxo geocultural é o terceiro movimento reconhecido por Thussu (2007):

Uma terceira categoria de mídia geocultural atende a públicos linguísticos-

³Nota dos autores: neste ponto, Thussu fez um jogo com os conceitos políticos de *Hard Power* e *Soft Power*, que guiam parte do raciocínio deste trabalho.

⁴O autor também cita como *players* o grupo Discovery e o Google.

⁵Disney e ESPN.

⁶CNN, propriedade da Warner Media, subsidiária da AT&T.

⁷MTV.

⁸CNBC.

⁹*The Wall Street Journal*.

¹⁰A European Broadcasting Union (EBU) é um órgão europeu que integra emissoras de rádio e televisão da Europa, em sua maioria públicas, que podem ou não possuir relações tácitas com governos.

culturais específicos, que podem estar espalhados pelo mundo. O canal de televisão chinês Phoenix e a rede pan-arábica de entretenimento MBC são exemplos de mídia representando o que pode ser rotulado como "fluxos geoculturais", destinados em grande parte às populações diaspóricas, que podem não necessariamente ser definidas apenas pela linguagem - por exemplo, uma rede como a Zee TV da Índia é assistida por britânicos asiáticos de segunda geração que podem não ter proficiência em hindi. As redes transnacionais e geoculturais emergentes representam contracorrentes e podem operar em ambas as dimensões. (Thussu, 2007, p. 13-14) [Tradução livre dos autores]

Devido à sua natureza, portanto, a Comunicação é um fluxo em constante mudança. Por isso Thussu identifica nos "fluxos subalternos" (2007, p. 21), aqueles que envolvem *players* do Sul Global ou de países em desenvolvimento, um movimento novo nos fluxos midiáticos. Grande parte desse fluxo acontece pela profusão de canais via satélite disponível via TV por assinatura ou FTA¹¹ e, mais recentemente, por *torrent* e *streaming*, cuja programação mantém aqueles em movimentos de diásporas vinculados à sua origem. Dois exemplos desse fluxo subalterno são as novelas da Coreia do Sul (*doramas*) que se tornaram um fenômeno tanto entre adolescentes sul-coreanos como para um público global; e as telenovelas produzidas pela Televisa, no México, e pela TV Globo, no Brasil, que movimentam um mercado regional de US\$ 1,6 bilhão nas Américas (Thussu, 2007, p. 23).

Entendemos que, no caso da CPLP, as produções lusófonas de televisão aberta que circulam por *streaming* se encaixam nessa categoria do fluxo subalterno. Com exceção de Portugal, todos os outros países se localizam no Sul Global, sendo a maioria países em desenvolvimento. Esse processo faz com que a troca e o consumo via *streaming* e/ ou VOD se manifestem naturalmente, consequência da língua e das características culturais compartilhadas como frutos da colonização portuguesa.

¹¹Sigla de Free-To-Air, canal aberto.

Leis e políticas públicas de Comunicação no ambiente da CPLP

A regulamentação e a legislação que tratam da concentração da mídia são relevantes desde a criação da CPLP, tanto que em outubro de 2009 é criada a Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa (PER). Sete dos nove integrantes da CPLP constituem a PER (Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste). As únicas exceções são o Brasil e a Guiné Equatorial (país membro mais recente, associado em 2014, antes da criação da Plataforma). A PER tem o propósito de “ser um fórum de discussão e cooperação, de intercâmbio de informações regulares e de investigação em matérias relativas à regulação da comunicação social”¹². Com relação específica à legislação de TV destacamos a seguir os órgãos responsáveis, por país.

Em Angola, a regulamentação e aplicação das leis da área de comunicação social são da responsabilidade do Conselho Nacional de Comunicação Social (CNCS) e do Ministério da Comunicação Social. Como meios públicos, operam a Televisão Pública de Angola (TPA), rede de televisão estatal e principal emissora do país, pelos canais TPA1 e TPA2. A principal emissora comercial é a TV Zimbo. Em Cabo Verde, a Autoridade Reguladora da Comunicação Social de Cabo Verde (ARC) e a Direcção Geral da Comunicação Social são os órgãos que regulam a comunicação nacional. Cabo Verde possui quatro canais de televisão: Televisão Cabo Verde - TCV e TCV Internacional (públicos), Record Cabo Verde e Tiver, que ainda não possui registro junto à ARC. Na Guiné-Bissau, o Conselho Nacional de Comunicação Social é o órgão regulador da comunicação e sua atuação diz respeito ao único canal de televisão existente no país, a TV Guiné-Bissau. Em Moçambique, o Conselho Superior da Comunicação Social de Moçambique (CSCS) é o órgão oficial responsável pela legislação de mídia no país. Miramar, STV, TVM1, TIM e RTP África são os canais com maior audiência no país.

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) tem por finalidade “a regulação e supervisão de todas as entidades que prossigam atividades de comunicação social em Portugal”. Operam no país seis canais de TV aberta

¹²Acesso em: <http://plataforma-per.org/conteudo.php>

– quatro públicos (RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória) e dois comerciais (SIC e TVI), além dos canais RTP Açores, RTP Madeira e ARTV.

O Conselho Superior de Imprensa é o órgão responsável pela legislação da comunicação em São Tomé e Príncipe e o país possui apenas um canal de televisão, a TVS. O Timor-Leste mantém dois órgãos de regulação da mídia: a Secretaria de Estado da Comunicação Social e o Conselho de Imprensa de Timor-Leste. Apenas um canal de televisão está em operação, a Rádio e Televisão de Timor Leste.

Nesse quadro, fica evidente a diferença do Brasil no que diz respeito à regulação específica para os meios de comunicação, porque não há no país aparato legal que trate das questões contemporâneas de regulamentação, legislação e concentração de mídia. A Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel é responsável pela fiscalização do setor de mídia e de telecomunicações (Lei Geral das Telecomunicações, de 2017, alterada em 2019). O país carece de normas atuais, porque segue em vigor o Código Brasileiro de Telecomunicações, sancionado pelo Presidente João Goulart em agosto de 1962, no período imediatamente anterior à instauração do regime militar (1964-1985), que precedeu o advento das novas tecnologias, em especial a internet.

Breve panorama sobre o acesso à internet nos países da CPLP

Os países da Comunidade possuem problemas que vão além da conexão com a internet¹³. País da costa ocidental da África, Angola tem população estimada em 2020 em 32.5 milhões e PIB de US\$ 193.6 bilhões (est. 2017). Em 2016, apenas 40% dos seus habitantes tinham acesso a eletricidade, o que ainda hoje dificulta o acesso à internet ou o torna impossível: em 2019, 21,1% habitantes possuíam acesso à internet¹⁴, conforme o Instituto Angolano das Comunicações (Inacom). Pinheiro (2019) aponta que em 2014 eram “7.803.810 de habitantes com 5 ou mais anos com serviços de telefone móvel, enquanto 2,1 milhões de pessoas tinham acesso a internet e a computador”. Único país da CPLP na América do Sul, o Brasil é o mais populoso, com 211.7 milhões

¹³Dados do CIA World Factbook, disponíveis em <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>.

¹⁴Disponível em <https://inacom.gov.ao/ao/internet/>. Acesso em 27 set. 2020

de habitantes (est. julho 2020) e PIB de US\$ 3.248 trilhões (est. 2017). A população tem acesso a energia elétrica e 67,5% algum acesso à internet (est. 2018). Cabo Verde, arquipélago vulcânico próximo à costa noroeste da África, tem população estimada em 583.255 (est. 2020), PIB de US\$ 3.777 bilhões (est. 2017) e 93% da população com energia elétrica disponível. Segundo a Agência Nacional das Comunicações (ANAC)¹⁵, 397 mil habitantes tinham acesso à internet em 2017, o correspondente a 68% da população.

Situado na África Ocidental, a Guiné Bissau tem 1,9 milhões de habitantes (est. 2020) e PIB de US\$ 3.17 bilhões (est. 2017). Em 2016, pouco menos de 15% da população tinha acesso a eletricidade e, em 2018, apenas 3,93% tinha algum acesso à internet. Dados da Autoridade Reguladora Nacional da Guiné Bissau informam que, em 2013, 1.542 habitantes tinham algum acesso à internet¹⁶. A Guiné Equatorial, na África Ocidental, tem população estimada em 837 mil pessoas (est. 2020) e PIB de US\$ 31.5 bilhões (est. 2017). Em 2016, 68% da população tinha acesso a eletricidade, ainda que não de forma ininterrupta e, segundo a ARCTEL (2017)¹⁷, 37,5% tinha acesso a banda larga móvel e 1% tinha a banda larga fixa. Localizado no sul do continente africano, Moçambique tem população estimada em 30.1 milhões (est. 2020), PIB de US\$ 37 bilhões (est. 2017) e 24,2% da população possui acesso à eletricidade em 2016. Segundo a ARCTEL¹⁸, 26,4% dos moçambicanos tinham serviço de banda larga móvel e 0,1% de banda larga fixa.

País europeu com população estimada de 10.3 milhões de pessoas (est. 2020) e PIB de US\$ 314.1 bilhões (est. 2017), Portugal é o único país da CPLP onde 100% da população tem acesso à eletricidade. Segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2019¹⁹ 81% dos portugueses tinham acesso à internet. São Tomé e Príncipe, país insular localizado no golfo da Guiné, na costa equatorial ocidental da África Central, tem população de 211

¹⁵Dados disponíveis em http://www.anac.cv/images/indicadoresestatisticos2017/comunicacoes_electronicas.pdf. Acesso em 27 set. 2020.

¹⁶Dados disponíveis em <https://arn.gw/internet/>. Acesso em 27 set. 2020.

¹⁷Dados disponíveis em <http://www.arctel-cplp.org/app/uploads/publicacoes/4782554725dced5a140e04.pdf>. Acesso em 27 set. 2020

¹⁸Dados disponíveis em <http://www.arctel-cplp.org/app/uploads/publicacoes/4782554725dced5a140e04.pdf>. Acesso em 27 set. 2020

¹⁹Dados disponíveis em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=354447559&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt. Acesso em 27 set. 2020

mil habitantes (est. 2020), PIB de US\$ 686 milhões (est. 2017) e 68% da população (2017) com acesso a eletricidade e quase 30% com algum acesso à internet (2018). Finalmente, o Timor-Leste, situado na parte oriental da ilha de Timor, no Sudeste Asiático, tem 1.4 milhões de habitantes (est. 2020), PIB de US\$ 7.4 bilhões (est. 2017). Sessenta e três por cento da população conta com serviços de eletricidade e, segundo a ARCTEL²⁰, 60% tinha acesso a internet de banda larga móvel em 2017 (não há informação sobre banda larga fixa no país).

Condições para o streaming em países lusófonos

O uso da internet pelos canais de TV lusófonos não é novo, do ponto de vista histórico. Desde a década de 1990, as emissoras desenvolveram websites institucionais. O primeiro no mundo lusófono foi o da RTP (rtp.pt). Registrado em 1993, o site da RTP apresentava informações sobre a emissora e a programação, mas só começou a apresentar seus primeiros vídeos em 1999 e disponibilizou VOD a partir de 2000²¹. A possibilidade de *video streaming* pela internet se popularizou em 1997, com o protocolo desenvolvido pela Real Networks, entretanto o primeiro streaming data de 1993, com um show da banda australiana Severe Tire Damage. No Brasil, a TV Globo começou a disponibilizar *streaming* em 1998, inicialmente no canal pago de notícias GloboNews²², além de vídeos curtos. Estes só foram utilizados de forma recorrente pelo canal a partir de 2000, quando o portal Globo.com foi lançado como parte do *business plan* da empresa.

A internet faz parte das estratégias das emissoras de TV dos países lusófonos, mas nunca teve tanta relevância como na segunda metade da última década. Com o aumento do uso de smartphones e a melhoria da conexão, o público criou demanda e mercado para uma maior expansão de players globais e regionais de vídeos. Assim, este capítulo se propõe a mapear, a seguir,

²⁰Dados disponíveis em <http://www.arctel-cplp.org/app/uploads/publicacoes/4782554725dce5a140e04.pdf>. Acesso em 27 set. 2020

²¹Disponível em: <http://web.archive.org/web/20000622073733/http://video.rtp.pt/video/rtpvideoB.htm>

²²Disponível em: <http://web.archive.org/web/19981202194215/http://www.redeglobo.com.br/globonews/>

os serviços de streaming e Over-The-Top (OTT) disponíveis nos canais de TV da CPLP.

Angola

Segundo Mainsel (2016), a televisão em Angola começou com testes locais em 1962. Onze anos depois, surge a Televisão de Angola (TVA), que dá lugar à Rádio Televisão Portuguesa de Angola (RTPA) em 1974. Em 1975, a RTPA é substituída pela Televisão Popular de Angola (TPA). Em 1997, a TPA muda seu nome e se transforma em Televisão Pública de Angola. No ano 2000, de acordo com Mainsel (2016), foi criado o segundo canal da TPA 2 e em 2006 o site da TPA foi lançado. Em 2008, surge o terceiro canal aberto de Angola, o TV Zimbo. Primeira emissora privada angolana, a TV Zimbo foi nacionalizada pelo Estado Angolano em 2020, de acordo com a Deutsche Welle (2020).

Os três canais abertos angolanos não possuem plataformas próprias de OTT, seja para a transmissão de streaming ou disponibilização de VOD, como mostra o mapeamento abaixo, dependendo de serviços externos, como SAPO, Vimeo e YouTube. A falta de investimentos na área fica evidente no caso da TV Zimbo, que só disponibiliza trechos de programas no Facebook Watch e não atualiza seus vídeos no YouTube desde 2019. Algo importante para a profusão dos VODs no Facebook é que o país possui o projeto *Free Basics*, que permite o acesso à rede social sem desconto do plano de dados do celular, o que beneficia o Facebook na briga concorrencial com outros sites.

Tabela 1

Distribuição de streaming dos canais de TV abertos de Angola

Canal	Plataforma de streaming	Plataforma proprietária?	Distribui em outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
TPA 1	Vimeo Livestream	Não	Não	Grátis
TPA 2	Não possui	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica
Zimbo TV	Não possui	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 2*Distribuição de VOD dos canais de TV abertos de Angola*

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas completos em outras plataformas?
TPA 1	SAPO Vídeos	Não	Sim. YouTube e Facebook Watch
TPA 2	Não possui	Não possui	Não se aplica
Zimbo TV	Facebook Watch	Não	Não

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Brasil

O Brasil protagonizou em 1948, em Juiz de Fora (MG), a primeira demonstração pública de TV no âmbito da CPLP, mas o primeiro canal a operar regularmente foi a TV Tupi, fundada em 1950 em São Paulo. De todos os Estados-membros da CPLP, o Brasil tem o maior mercado privado de televisão e, por isso, o maior número de canais de TV aberta. Para esta análise, escolhemos os cinco maiores em audiência, de acordo com Feltrin (2020): Globo, SBT, Record, Bandeirantes e RedeTV!. A discussão sobre o *streaming* no Brasil faz-se necessária porque é hoje o segundo recurso audiovisual de maior consumo, ainda segundo Feltrin (2020).

Com exceção das TVs Globo e Record, que desenvolveram estratégias próprias de OTT, os outros três canais dependem de plataformas estrangeiras para a distribuição da sua programação online. O Grupo Globo vem investindo muito neste tipo de serviço e o Globoplay é um exemplo, sendo hoje a maior plataforma de streaming desenvolvida no Brasil.

Tabela 4*Distribuição de streaming dos canais de TV aberta do Brasil*

Canal	Plataforma streaming	Plataforma proprietária?	Distribui streaming em outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
Globo	Globoplay	Sim	Não	Grátis
SBT	SBT Vídeos e YouTube	Sim/Não	Sim, YouTube	Grátis
RecordTV	Playplus	Sim	Não	Pago
Band	Transmite alguns programas selecionados pelo band.uol.com.br e app Band	Site é proprietário do UOL. O app é da emissora.	Não	Grátis
RedeTV!	RedeTV! Plus	Sim	Sim. Alguns programas são exibidos no YouTube e no Periscope.	Pago

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 5*Distribuição de VOD dos canais de TV aberta do Brasil*

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas em outras plataformas?
Globo	Globoplay	Sim	Não
SBT	SBT Vídeos	Sim	Sim. YouTube, Dailymotion e Netflix
RecordTV	Playplus	Sim	Não
Band	band.uol.com.br	Parcialmente (hospedado no UOL)	Sim. YouTube e Amazon Prime
RedeTV!	RedeTV! Plus	Sim	Sim. YouTube

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Cabo Verde

De acordo com Rodriguez *et al.* (2007), a televisão em Cabo Verde começou em 1984, com a pública TVEC (Televisão Experimental de Cabo Verde). Em 1990 o canal foi renomeado para TNCV (Televisão Nacional de Cabo Verde).

Em 2001, o canal passou a se chamar TCV (Televisão de Cabo Verde), nome que mantém até hoje. Em 1997, após um acordo entre Cabo Verde e Portugal, o país passou a receber via sinal aberto a RTP Internacional e em 2006 ganhou seu primeiro canal privado, a TV Record Cabo Verde. O país possui quatro canais de TV abertos: TCV, que é público, RTP África, RecordTV Cabo Verde e Tiver. Os dois últimos são canais privados. No processo de digitalização da TV, o país ganhará a RTP 3, o France 24 e a TV5 Afrique.

Com exceção da TCV e da RTP África, os canais privados cabo-verdianos fazem poucos investimentos em streaming. RecordTV e Tiver dependem, necessariamente, de plataformas externas para seus OTTs. A Tiver exhibe alguns programas ao vivo via Facebook Watch. Já para o consumo *on-demand*, Record e Tiver utilizam Facebook e YouTube. A Tiver possui em seu site uma plataforma de VOD que não é atualizada desde 2018. Já a TCV utiliza o SAPO e YouTube.

Tabela 6

Distribuição de streaming nos canais de TV aberta de Cabo Verde

Canal	Plataforma de streaming	Plataforma proprietária?	Distribui o streaming em outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
TCV	TCV Internacional em Direto	Sim	Não	Grátis
RecordTV Cabo Verde	Não possui	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica
Tiver	Facebook Watch	Não	Não	Não se aplica
RTP África	RTP Play	Sim	Não	Grátis

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 7*Distribuição de VOD dos canais de TV aberta de Cabo Verde*

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas completos em outras plataformas?
TCV	SAPO Vídeos	Não	Sim. YouTube.
RecordTV Cabo Verde	recordcabo Verde.com (os trechos de programas são hospedados no Facebook Watch e YouTube)	Não	Não
Tiver	Mantém trechos de programas no Facebook Watch	Não	Não
RTP África	RTP Play	Sim	Não

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Guiné-Bissau

A Guiné-Bissau possui apenas um canal de televisão: a Televisão de Guiné-Bissau (TGB). A TGB nasceu em 1989 e surgiu através de um convênio entre os governos de Guiné-Bissau e de Portugal. A TGB mantém vídeos de programas completos no seu perfil do Facebook²³, que também administra a página do canal na rede social. A atualização dos programas não é constante e o canal não possui *website*. A página da TGB no Facebook²⁴ coloca trechos de reportagens do telejornal da emissora, através do Facebook Watch. Dada a descentralização das ações online, fica evidente que não há uma chefia digital na TGB e nem uma estratégia definida para a internet.

²³Disponível em: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100041433278799>

²⁴Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/TGB-Televisão-da-Guiné-Bissau-105117960878805/videos/>

Tabela 8*Distribuição de streaming nos canais de TV aberta de Guiné-Bissau*

Canal	Plataforma de streaming	Plataforma proprietária?	Distribui o streaming em outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
TGB	Não possui	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 9*Distribuição de VOD dos canais de TV aberta de Guiné-Bissau*

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas completos em outras plataformas?
TGB	Facebook Watch	Não	Não

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Guiné Equatorial

A Guiné Equatorial possui dois canais de televisão: a estatal Televisão da Guiné Equatorial (TVGE) e a privada Asonga TV. A TVGE nasceu em 1968 como um sinal guineense da Televisión Española (RTVE). A Asonga TV foi fundada em 2014 e é o único canal privado do país, propriedade de Teodoro Nguema Obiang Mangue, vice-presidente da Guiné Equatorial e filho do ditador Teodoro Obiang. Apesar de estar alinhado ao governo sofre censura estatal. Segundo a Agência Lusa (2020), o programa “Buenos Días Guinea” foi suspenso no dia 1º de maio após jornalistas criticarem o espancamento de pedestres por militares responsáveis por manter as ações governamentais de contenção ao COVID-19.

O *streaming* da TVGE funciona com boa qualidade e em plataforma própria. Em compensação, o TVGE VOD não é atualizado e não tem marcação

de datas nos poucos vídeos disponíveis²⁵. Entretanto, o canal NaWetin no YouTube²⁶ faz o streaming completo de todos os telejornais da TVGE (bem como a disponibilização de VOD), que são transmitidos em língua espanhola. Não há informação se o canal é privado ou financiado pelo governo da Guiné Equatorial. A presença online da Asonga TV é nula.

Tabela 10

Distribuição de streaming dos canais de TV aberta da Guiné Equatorial

Canal	Plataforma de streaming	Plataforma proprietária?	Distribui streaming outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
TVGE	TVGE ao vivo – transmite o sinal internacional da TVGE	Sim	Não	Grátis
Asonga	Não possui	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 11

Distribuição de VOD dos canais de TV aberta da Guiné Equatorial

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas completos em outras plataformas?
TVGE	TVGE Live VOD	Sim	Não
Asonga	YouTube	Não	Não. A última atualização do canal no YouTube foi feita em 2015.

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

²⁵Disponível em: <http://www.tvgelive.gq/vod.php>

²⁶Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCTS7X2PNadaMNFrHDLjc3tQ>

Moçambique

Segundo Miguel (2008, p. 115-116), a televisão em Moçambique começa a operar em 1981 com a TVE (Televisão Experimental de Moçambique), mais tarde canal público TVM (Televisão de Moçambique). Em 1993, o país inaugura o primeiro canal privado, RTK, emissora fechada após a morte do seu fundador, Carlos Klink. Em 1998, começam a operar no país a TV Miramar, do grupo brasileiro Record / Igreja Universal do Reino de Deus, e a RTP África. Em 2002, entra no ar a Soico Televisão (STV), do grupo moçambicano de comunicação Soico, e em 2006 a Televisão Independente de Moçambique (TIM). Dados da Intercampus de 2011 indicam que os cinco canais de televisão abertos com maior audiência em Moçambique eram Miramar, STV, TVM 1, TIM e RTP África.

Assim como Angola, Moçambique também possui o Free Basics do Facebook, que permite o acesso gratuito ao site aos usuários da rede social. A estratégia de utilizar o Facebook Watch como plataforma de VOD e de streaming se justifica do ponto de vista de atração de audiência. Dos cinco canais, apenas RTP e STV não usam o Facebook no processo, já que possuem plataformas próprias de streaming bem consolidadas, como mostram as tabelas a seguir.

Tabela 12

Distribuição de streaming dos canais de TV aberta de Moçambique

Canal	Plataforma de streaming	Plataforma proprietária?	Distribui streaming outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
Miramar	Vimeo Livestream	Não	Alguns programas próprios são transmitidos via Facebook Watch e YouTube	Não se aplica
STV	STV Play	Sim	SAPO Videos	Grátis
TVM 1	TVM Play	Sim	Não	Grátis
TIM	Não possui	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica
RTP África	RTP Play	Sim	Não	Grátis

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 13*Distribuição de VOD dos canais de TV aberta de Moçambique*

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas completos em outras plataformas?
Miramar	Não possui plataforma própria	Não	Facebook Watch e YouTube
STV	STV Play	Sim	Não
TVM 1	TVM Play	Sim	Facebook Watch e YouTube
TIM	Não possui plataforma própria	Não	Facebook Watch e YouTube, que não são atualizados
RTP África	RTP Play	Sim	Não

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Portugal

A televisão em Portugal começou suas atividades com a RTP1 em 1957. Em 1968 surgiu a RTP 2 e em 1992 o mercado de televisão foi aberto ao mercado privado com o leilão de duas novas redes de TV: a SIC e a TVI. Dado o caráter público, a RTP possui maior número de canais abertos se consideramos todo o grupo Rádio e Televisão Portuguesa e não isolamos, por exemplo, RTP 1, 2, 3 e Memória.

Portugal é o único país da CPLP onde todos os canais abertos possuem estratégias bem definidas e próprias de plataformas OTT. É necessário destacar o RTP Play como uma plataforma robusta que consegue reunir todos os canais do grupo público, evitando que o espectador saia do ecossistema RTP para buscar vídeos em outros serviços.

Tabela 14*Distribuição de streaming dos canais de TV aberta de Portugal*

Canal	Plataforma de streaming	Plataforma proprietária?	Distribui streaming outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
RTP	RTP Play	Sim	Não	Grátis
SIC	Opto	Sim	Não	Paga
TVI	TVI Player	Sim	Não	Grátis

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 15*Distribuição de VOD dos canais de TV aberta de Portugal*

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas completos em outras plataformas?
RTP	RTP Play	Sim	Não
SIC	Opto	Sim	Não
TVI	TVI Player	Sim	Não

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

São Tomé e Príncipe

O país possui apenas um canal de TV: Televisão Santomense (TVS), criada em 1992. Seus vídeos não são atualizados no YouTube desde 2019. A TVS possui um link de “em direto” em seu site, o tvs.st, mas só possui um player estático do YouTube, com um vídeo de 2019.

Tabela 16*Distribuição de streaming dos canais de TV aberta de São Tomé e Príncipe*

Canal	Plataforma de streaming	Plataforma proprietária?	Distribui o streaming em outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
TVS	Não possui	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 17*Distribuição de VOD dos canais de TV aberta de São Tomé e Príncipe*

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas completos em outras plataformas?
TVS	YouTube	Não	Não

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Timor Leste

A televisão em Timor Leste começou em 2000, durante o mandato da Organização das Nações Unidas na Região, com a Televisão de Timor Leste (TVTL). Com a proclamação da independência de Timor Leste da Indonésia, em 2002, a TVTL se tornou emissora pública e se tornou a Rádio e Televisão de Timor Leste (RTTL), fundada em 2002. Do ponto de vista de streaming, a RTTL possui um link de “em direto” em seu site, mas pede que as pessoas acompanhem os telejornais ao vivo no YouTube. A programação jornalística em Português e Tétum é transmitida pelo Facebook e pelo YouTube.

Tabela 18*Distribuição de streaming dos canais de TV aberta de Timor Leste*

Canal	Plataforma de streaming	Plataforma proprietária?	Distribui streaming outras plataformas?	Plataforma proprietária é grátis ou paga?
RTTL	Facebook Watch e YouTube	Não	Não se aplica	Não se aplica

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Tabela 19*Distribuição de VOD dos canais de TV aberta de Timor Leste*

Canal	Plataforma	Plataforma proprietária?	Distribui programas completos em outras plataformas?
RTTL	rttlep.tl	Não – reproduz os vídeos do YouTube	Facebook Watch e YouTube

Fonte: Dados reunidos pelos autores nos websites dos grupos proprietários

Em boa parte da CPLP, o processo de *streaming* das TVs lusófonas é extremamente dependente de grupos privados dos Estados Unidos. Com exceção do Brasil e de Portugal, que desenvolveram estruturas e sistemas de streaming e VOD, os outros países dependem de empresas como Facebook, Vimeo e YouTube para o acesso à internet. Dos 24 canais de televisão aqui analisados, 14 utilizam serviços de uma ou duas dessas três empresas, o que corresponde a 58% da circulação de programas. Outro ponto a destacar é a relação entre a Altice (dona do portal português SAPO) e os canais de TV da África Lusófona. Três canais (TPA, de Angola; TCV, de Cabo Verde; e STV, de Moçambique) utilizam o SAPO para seus serviços de VOD, da mesma forma que a SIC TV, de Portugal, o utilizou até 2016.

Considerações finais

O processo OTT dos canais abertos lusófonos mostra que, salvo exceções, é extremamente deficitário e não acompanha o desenvolvimento global, seja por questões estruturais de acesso, falta de *business plan* ou por puro desinteresse. O desenvolvimento pleno, com produtos próprios e robustos, está restrito a dois canais: Globo (Brasil) e RTP (Portugal). Assim, é impossível afirmar que, no espaço da CPLP, o streaming é o futuro da televisão, porque o meio não está pronto para a plataforma.

A estratégia de muitos canais de restringir o VOD ao Facebook e ao YouTube encontra justificativa em três fatores: acesso grátis (com os projetos Free Basics e Internet.org, do Facebook, nos PALOP); remuneração via Ad-Sense (no caso do YouTube); e economia com infraestrutura. Regidos por leis estrangeiras, Facebook e YouTube podem excluir conteúdos a qualquer momento, por violações de direitos autorais ou outras questões de que os canais não têm controle.

A precariedade do streaming no espaço lusófono demonstra que as empresas (privadas e públicas) não possuem estratégias fortes para a transição à internet. Dado o acesso restrito em muitos países da CPLP, o público do streaming tem alto poder aquisitivo e é atraente ao mercado publicitário. Os canais precisam investir em plataformas e ferramentas atualizadas e próprias para obterem lucro ou ao menos atenderem de forma mais efetiva um público mais amplo.

Este artigo traz uma discussão que entende ser importante para o mercado: como fazer a transição do analógico ao digital? Os resultados mostram que a primeira providência é fazer com que os canais criem planos de negócios de longo prazo e setores dedicados ao OTT para desenvolver produtos e plataformas de acesso. Boa parte dos canais aqui identificados depende de terceiros para as suas estratégias digitais. Por isso é necessário pensar em plataformas próprias como questão de segurança para o próprio acervo e para a memória audiovisual nacional. Os recursos financeiros para os projetos devem ser definidos pelo setor comercial de cada canal ou por dotação financeira do Estado (caso dos canais públicos que não veiculam publicidade). Só assim poderá ocorrer a transição natural para o digital. Como os canais possuem audiência de massa e interesse de milhares de pessoas, a entrada no mundo digital pode ser aceita e consumida sem problema pelos espectadores nacionais.

Referências

Anderson, B. (2008). *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. São Paulo: Companhia das Letras.

Agência Lusa (2020). *Repórteres Sem Fronteiras denunciam censura sobre pandemia na Guiné Equatorial*. Disponível em: https://www.rtp.pt/noticias/mundo/reporteres-sem-fronteiras-denunciam-censura-sobre-pandemia-na-guine-equatorial_n1229853

ARCTEL-CPLP (2017). *Anuário das Comunicações 2017*. Disponível em: <http://www.arctelcplp.org/app/uploads/publicacoes/4782554725dced5a140e04.pdf>

Bastos, N. & Brito, R. (2006). Dimensão semântica e perspectivas do real: comentários em torno do conceito de lusofonia. In Martins, M. et alli. *Comunicação e Lusofonia* (pp. 65-78). Porto: Campo das Letras.

Bastos, N. & Brito, R. (2013). Cultura e lusofonia: unidade e pluralidade. *Nhengatu - Revista iberoamericana para Comunicação e Cultura contrahegemônicas*, 1(1), 1-14.

Castells, M. (1999). *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.

Deutsche Welle (2020). *Grupo da TV Zimbo passa para as mãos do Governo angolano*. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-002/grupo-da-tv-zimbo-passa-para-as-m%C3%A3os-do-governo-angolano/a-54395509>

Feltrin, R. (2020). *Streaming já é o 2º maior ibope do país e só perde para Globo*. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2020/07/08/streaming-ja-e-o-2-maior-ibope-do-pais-e-so-perde-para-globo.htm>

Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York: New York University Press.

Godoy, R. *et alli* (2015). *Uma leitura sobre a lusofonia - Estudo bibliométrico de teses desenvolvidas entre 2004 e 2014*. Disponível em: <https://estudo.geral.sib.uc.pt/handle/10316/42298>

Hull, G. (2000a). *Current language issues in East Timor*. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20080117084543/http://www.asianlang.mq.edu.au/INL/speech1.html>

Hull, G. (2000b). *East Timor: Identity, language and educational policy*. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20080202193308/http://www.asianlang.mq.edu.au/INL/cnrtenglish.html>

INACOM (2020). *Internet*. Disponível em: <https://inacom.gov.ao/ao/>

Lourenço, E. (2001). *A nau de Ícaro*. São Paulo: Cia das Letras.

Mainsel, S. (2016). *Breve historial da Televisão Pública de Angola*. Disponível em: <http://tpa.live/wp-content/uploads/2016/09/HISTORIAL-DA-TELEVISAO-CC830-JA.pdf>

Martins, M. (2018). A lusofonia no contexto das identidades transnacionais e transcontinentais. In *Letrônica*, 11(1), 3-11.

Mendes, C. (2015). *Sociedade anárquica*. Belo Horizonte: PUC Minas, 2015.

Miguel, J. (2008). *Mídia, política e mercado na sociedade moçambicana: o setor televisivo aberto*. São Leopoldo: Unisinos.

PER (2017). *Plataforma das entidades reguladoras da comunicação social dos países e territórios de língua portuguesa*. Disponível em: <http://plataforma-per.org/conteudo.php>

Pinheiro, O. (2019). *Como é de fato o acesso à internet em Angola*. Disponível em: https://medium.com/@oliveira_pinheiro/como-%C3%A9-de-fato-o-acesso-a-internet-para-os-angolanos-87eb8c8fcdfe.

Rodriguez, L. et alli (2007). *História dos media em Cabo Verde*. Disponível em: <http://www1.ci.uc.pt/iej/alunos/media/hm.htm>. Acesso em: 12 set. 2020.

The World Bank (2020). *Fixed broadband subscriptions - Timor-Leste*. Disponível em: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.BBND?locations=TL>. Acesso em: 22/7/2020.

Thussu, D. K. (2019). *International communication, continuity and change*. London: Bloomsbury.

Thussu, D. K. (2007). *Media on the move: Global flow and contra-flow*. New York: Routledge.

Torres, E. & Burnay, C. (2013). A telenovela em Portugal: Estreias, Importação e Exportação (1993-2012). In Martins, M. et alli. *Interfaces da Lusofonia* (pp. 126-138). Braga: Universidade do Minho.

UNESCO (2008). Brasil no rumo da inclusão. *Tecnologia, Informação e Inclusão*, 1(1). Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001585/158502por.pdf>

Zahrredine, D. (2015). *Institucionalismo*. Belo Horizonte: PUC Minas.

Xanana Gusmão, K. (2003). *Alocução de Sua Excelência, Kay Rala Xanana Gusmão, Presidente da República Democrática de Timor-Leste*. Disponível em: www.cplp.org/noticias/ccegc/di7.htm

O Jornalismo de Dados no espaço Lusófono: notas sobre os perfis de profissionais do Brasil e de Portugal

Data Journalism in the Lusophone space: Notes on the profiles of professionals from Brazil and Portugal

Vanessa Teixeira de Barros
Centro Universitário FIAM-FAAM, São Paulo, Brasil
vanessabarros.jor@gmail.com

Resumo

O Jornalismo de Dados é um tipo de produção jornalística que demanda habilidades e procedimentos técnicos diferentes daqueles que conhecemos no jornalismo de redação tradicional. Deste modo, este trabalho teve como objetivo caracterizar os perfis dos profissionais de Jornalismo de Dados no Brasil e em Portugal durante 2019. Como metodologia, optamos pela aplicação de um questionário online modelo *survey* a 28 profissionais que atuam na área nos dois países, e as respostas foram analisadas a partir dos apontamentos teóricos utilizados no referencial. Entre as conclusões, observou-se que o jornalista de dados no Brasil era um profissional mais valorizado que os demais colegas, se considerarmos um cenário de enxugamento das redações e desregulamentação profissional. Já em Portugal, a prática parecia caminhar a passos lentos, com poucas iniciativas jornalísticas centradas nessa prática e nenhuma diferenciação na carreira entre profissionais de dados e convencionais.

Palavras-chave:

Jornalismo de Dados; Perfil profissional; Lusofonia.

Abstract

Data Journalism is a type of journalistic production that requires skills and technical procedures that are different from those we know in traditional newsroom journalism. Thus, this work aims to characterize the profiles of data journalism professionals in Brazil and Portugal. As a methodology, we opted for the application of an online survey model questionnaire to 28 professionals working in the area in both countries, and the responses were analyzed based on the theoretical notes used in the framework. Among the conclusions, it is observed that the data journalist in Brazil seems to be a more valued professional than the other colleagues, if we consider

a scenario of downsizing the newsrooms and professional deregulation. In Portugal, however, the practice seems to be moving at a slow pace, with few journalistic initiatives focused on this practice and no career differentiation between data and conventional professionals.

Keywords:

Data Journalism; Professional Profile; Lusophony.

Introdução

O Jornalismo de Dados é uma modalidade de jornalismo investigativo baseado em dados, proporcionada pelos avanços das tecnologias digitais da informação, pelo volume de informação disponível no contexto do *Big Data* e pelos movimentos de pressão por transparência pública que fez com que governos começassem a publicitar as suas informações em rede. Em estudo recém-publicado foram encontradas iniciativas de Jornalismo de Dados pelo Brasil (Lima-Santos, 2019). Portugal também conta com iniciativas de Jornalismo de Dados, mas numa configuração diferente do Brasil, pois existem poucos profissionais dedicados a esta modalidade jornalística e que o fazem de forma autónoma nas próprias redações tradicionais.

Isso posto, e considerando as discussões sobre o lugar e as particularidades do jornalista no processo de produção jornalística, o principal objetivo deste trabalho é caracterizar o perfil dos profissionais envolvidos neste tipo de jornalismo; identificar as condições de trabalho e caracterizar semelhanças e divergências entre o perfil profissional de ambos países.

Entendemos que fenómenos como a refuncionalização do jornalista, novas atribuições e mudanças de perfis profissionais estão intimamente conectadas com as transformações do jornalismo digital, por isso buscamos trazer no referencial teórico deste trabalho um breve panorama sobre as transformações no jornalismo e os impactos nos perfis profissionais; indicar as práticas antecedentes ao Jornalismo de Dados até chegar ao contexto da *Big Data* como o conhecemos hoje; contextualizar o estado do Jornalismo de Dados no Brasil e em Portugal, para finalmente caracterizar o perfil dos profissionais que atuam nesta modalidade em ambos países.

Transformações no Jornalismo e impactos nos perfis profissionais

Expressivas transformações sociais, produtivas e organizacionais a nível mundial estão a acontecer nas últimas décadas, dentre elas, transformações tecnológicas que permitem outras formas de produção e circulação de informação, colocando em cena novas práticas e atores no cenário informacional. Essas transformações tornaram-se mais frequentes nos últimos anos, em especial com as novidades tecnológicas das últimas duas décadas.

No relatório "Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos" os autores discorrem sobre o ecossistema jornalístico enquadrando-o como "todo o aspeto da produção de notícias que não está sob controlo direto de uma única instituição" (Anderson, Bell & Shirky, 2013, p. 22). Este ecossistema, no decorrer de todo o século XX, foi regido de forma linear: repórter apura o acontecimento e escreve, editor revisa e ajusta, e dali a notícia é transmitida ao público através do jornal, ou pelas ondas do rádio, ou ainda pela televisão. O que vemos neste início do século XXI é a dissolução desse modelo, e nessa perspetiva de um ecossistema jornalístico como um sistema mais abrangente, as mudanças estruturais e institucionais interferem nos processos, nos modelos de negócio e nas relações com a audiência.

Esse fenómeno propiciou o surgimento de novos atores no processo comunicacional a partir de iniciativas não jornalísticas, como o *Wikileaks*, uma organização sem fins lucrativos que foi fundada em 2006 para divulgar informações confidenciais de interesse público, através de uma plataforma de bases de dados que contemplam documentos de diversos formatos. Sobre o *Wikileaks*, Anderson, Bell e Shirky discorrem sobre a mudança de lógica na relação com a fonte:

A lógica era que o WikiLeaks fornecia o material de base para seu trabalho. Isso faz sentido quando detentores de informações importantes não podem difundir-las por conta própria e quando um meio de comunicação não divide com outros o material obtido de uma certa fonte. Já não há, contudo, resposta certa para a pergunta: "Quem publica e quem é fonte?". O WikiLeaks é uma fonte capaz de publicar no mundo todo. E é um meio que colabora com outros no repasse de informações em estado bruto. (Anderson, Bell & Shirky, 2013, p. 62)

Para Adghirni (2012, p. 11), o processo de convergência que começou na informatização das redações, passou para as telecomunicações e evoluiu para convergência dos media, alterou as rotinas de produção criando novas formas e postos de trabalho. A autora também destaca outros fatores como os principais pontos de tensão nas transformações do jornalismo deste século: a desregulamentação profissional, mudança nas rotinas produtivas e a alteração dos perfis e identidades dos jornalistas. A não exigência do diploma possibilita também o envolvimento de profissionais de outras áreas técnicas na produção da notícia, como é o caso de estatísticos e matemáticos que tratam números e dados brutos para transformá-los numa reportagem jornalística.

A velocidade dos media também é considerada uma das principais marcas de transformações estruturais no jornalismo. Segundo Elizabeth Brandão (1999, p.56), foi nos anos 80 que o termo “notícia” passou a ser substituído por “informação” nos jornais. A substituição dos termos, apesar de ter surgido nos segmentos de jornalismo económico, generalizou-se não como “moda” mas como uma conceção de um modo de se fazer jornalismo a fim de atender às necessidades do cliente, quando o leitor passa a ser visto como usuário de informação. No Brasil, a adoção dessa conceção de jornalismo de informação datado final da década de 80 quando professores da Universidade de Navarra (Espanha) vieram prestar consultoria em grandes jornais brasileiros para implementarem a noção de jornais como “usinas de informação” (Adghirni, 2012, p. 42).

Foi somente a partir de 2008 com os discursos de convergência tecnológica que equipas de jornalismo online e tradicional passaram a se mesclar. Com a combinação de conteúdos em vídeo, áudio e textos para plataformas digitais, os modos de produção de notícia se transformaram e passaram a exigir dos profissionais novas habilidades.

O estudo “Perfil profissional do jornalismo brasileiro”, (Bergammo, Mick & Lima, 2012) apontou o surgimento de novas funções e atividades exercidas por jornalistas no Brasil:

“Analista de mídias sociais”, “pesquisador de conteúdo”, “assistente de conteúdo”, “coordenador de mídias digitais e estratégia”, “analista de conteúdo digital”, “atualização de redes sociais”, “gestão de mídias sociais”, “elaboração de conteúdo para mídias sociais”, “redator de blog”, “produtor de conteúdos”, “analista de mobilização social”, “gerente de conteúdo

em mídias digitais”, “*webwriting*”, “gestão de canais online”. (Bergammo, Mick & Lima, 2012, p. 2)

No que diz respeito ao cenário português, o estudo mais recente sobre o perfil profissional de jornalistas portugueses foi publicado pelo Centro de Investigação e Estudos em Sociologia (CIES-IUL) do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) em parceria com o Sindicato dos Jornalistas (SJ), e o apoio da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ). “Os Jornalistas Portugueses são Bem Pagos? Inquérito às Condições Laborais dos Jornalistas em Portugal”. Os dados obtidos nesse estudo foram analisados pelo Observatório da Comunicação (Obercom) que publicou em 2017 o relatório “Jornalistas e Condições Laborais: Retrato de uma Profissão em Transformação”.

O propósito deste inquérito é a) analisar as condições laborais dos jornalistas portugueses; b) conhecer a diversidade de percursos e perfis jornalísticos; c) identificar os principais constrangimentos e desafios que se colocam ao exercício da profissão; d) discernir o nível de satisfação profissional; e) compreender as práticas quotidianas; f) captar as representações da condição de jornalista; g) conhecer os desafios do jornalismo; h) apreender as representações da condição de jornalista no futuro (Crespo, Azevedo, Sousa, Cardoso & Paisana, 2017, p. 6)

Entre os diversos apontamentos do relatório, destacamos que dois terços dos jornalistas que responderam ao questionário têm formação superior em Ciências da Comunicação ou Jornalismo, 54% consideram o jornalismo uma prática específica que necessita experiência e boa formação daqueles que o fazem, mas essa formação não necessariamente precisa ser em comunicação ou jornalismo.

Antecedentes do Jornalismo de Dados

As potencialidades do jornalismo na web como a estruturação narrativa a partir de bases de dados; a disseminação de dados públicos a partir de movimentos sociais por transparência e a consolidação de leis de acesso à informação são alguns dos fatores que consolidaram a noção de Jornalismo de Dados como conhecemos hoje, mas ainda assim não aconteceram de forma isolada

e temporal. O emprego de dados no jornalismo não é uma novidade deste século, há registros de experiências que antecederam essas transformações e que são considerados as bases do Jornalismo de Dados.

Um dos primeiros registros e bom exemplo disso são os dados que o jornal *The Guardian* utilizou em sua primeira edição, em 5 de maio de 1821. Na ocasião, o britânico utilizou uma tabela para mostrar a lista das escolas de Manchester e Salford, na Inglaterra, número de alunos e o gasto médio anual do governo com cada uma dessas escolas (Grandin, 2014, p.23). Na segunda metade do século passado foi a vez do jornalista norte-americano Philip Meyer inovar no jornalismo. Entre 1966 e 1967 Meyer esteve na Universidade de Harvard com o colega Nieman, com quem aprendeu métodos de análises quantitativas das ciências sociais. Ainda em 1967, quando fazia parte do *Detroit Free Press*, ele foi escalado para fazer a cobertura dos motins que aconteciam em Detroit. Em campo, Meyer aplicou o trabalho científico das ciências sociais, (com uso de computador para testes estatísticos) que havia aprendido em Harvard e o resultado de sua cobertura rendeu a ele o Prêmio Pulitzer em 1968. A partir dessa experiência e dos estudos Meyer criou o conceito *Precision Journalism* que consiste em aplicar métodos de pesquisas científicas à produção jornalística. *Precision Journalism* foi publicado em forma de livro pela primeira vez em 1973, e não tratava apenas do uso de computadores no jornalismo especificamente, mas também de aplicações de métodos de análise das ciências sociais. Segundo Meyer, Jornalismo de Precisão é a aplicação de métodos científicos de investigação social e comportamental à prática do jornalismo (Meyer, 1991, p. 86).

Outro termo utilizado que também pode ser considerado como antecedente do Jornalismo de Dados praticado atualmente é Reportagem Assistida por Computador (*Computer Assisted Reporting*). Ainda que alguns investigadores como Mancini e Vasconcellos (2016, p.72) prefiram indicar a década de 90 como o período de surgimento do termo RAC a partir do processo de informatização dos computadores nas redações, Cox (2000, p.30) defende que a primeira vez que um computador foi utilizado numa informação jornalística foi em 1952 pela rede de TV CBS durante a transmissão do resultado acirrado de uma eleição presidencial nos Estados Unidos.

Um dos principais marcos no desenvolvimento das RACs, ainda segundo Cox, ocorreu mais tarde, em 1989, com a fundação do *National Institute of Computer-Assisted Reporting* formado pela *Organization of Investigative Re-*

porters and Editors, em conjunto com a Escola de Jornalismo da Universidade de Missouri. O objetivo do Instituto era desenvolver em jornalistas "habilidades práticas de encontrar, soltar e analisar informações eletrônicas"(Cox, 2000, p. 18).

No Brasil, Toledo (2011, p.131) defende que a RAC se deslocou para o *data driven journalism* (jornalismo guiado por dados) diante da evolução tecnológica das duas últimas décadas e que essa noção de jornalismo não existiria como um conceito antes de se estabelecerem como parâmetros metodológicos as técnicas e métodos das ciências sociais no jornalismo iniciadas por Meyer. O autor acredita que o diferencial, tanto da RAC quanto do Jornalismo de Dados, se estabelece nas ferramentas de trabalho e nas formas de produção de conhecimento verificável que se aperfeiçoaram nessas últimas décadas (Toledo, 2011, p.134).

Para uma definição de Jornalismo de Dados

O mais famoso guia que sistematiza o Jornalismo de Dados como conhecemos hoje foi criado em 2012 pelo *European Journalism Centre* e a *Open Knowledge Foundation*: o *The Data Journalism Handbook* (Bradshaw, 2014), um documento colaborativo com análises de especialistas de diversos países. Os autores reconhecem que o Jornalismo de Dados não se conceitua pela utilização dos dados somente, mas “pelas novas possibilidades que se abrem quando se combina o tradicional ‘faro jornalístico’ e a habilidade de contar uma história envolvente com a escala e o alcance absolutos da informação digital agora disponível” (Bradshaw, 2014, p.23).

Para Lima Júnior, o conceito de Jornalismo de Dados passa pelo uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), e pela popularização das RAC dentro das redações. Segundo o autor, esse tipo de jornalismo se valoriza dentro do contexto tecnológico, pois exige dos jornalistas novas habilidades, classificadas por ele como “*hacking journalism*”, ou seja, a “capacidade explorar tecnologias filtrando informações e colocando-as de forma visual”(Lima Junior, 2012. p. 57). Mancini & Vasconcellos propõem a mensuração de competências jornalísticas para compreender a prática:

A nosso ver, uma forma de melhor entender o que é e como se faz Jornalismo de Dados é construir uma matriz que leve em consideração três

dimensões, que dizem respeito às competências que o jornalismo pode ou não adotar: a *dimensão investigativa* (atuação proativa na busca de dados e revelações), a *interpretativa* (capacidade ou interesse em expor relações de causas ou consequências entre os dados) e a *dimensão comunicativa* (a centralidade da visualização do dado, compreendido aqui como um componente que ajuda o leitor a entender por imagens as relações entre os dados). (Mancini & Vasconcelos, 2016, p. 13)

É possível encontrarmos hoje diferentes nomenclaturas para denominar o uso de dados numa narrativa jornalística. Jornalismo Guiado por Dados (Träsel, 2014b); Jornalismo Digital em Base de Dados (Barbosa, 2013), Jornalismo de Dados (Mancini & Vasconcelos, 2016); entre outros menos comuns. Optamos neste trabalho pelo termo Jornalismo de Dados por considerá-lo o que melhor contempla a noção de profissionais que trabalham com dados no jornalismo.

O estado do Jornalismo de Dados no Brasil

No Brasil, a popularização dessas técnicas foi impulsionada pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) que se debruça não só sobre cursos de jornalismo computacional, mas também sobre oficinas de Jornalismo de Dados, seminários de jornalismo investigativo e cursos sobre lei de acesso à informação.

Outras instituições também fazem um trabalho significativo na formação de profissionais e na disseminação da cultura de dados. É o caso da Escola de Dados, um projeto que surgiu no Reino Unido em 2012 com o objetivo de popularizar a cultura de dados abertos e está no Brasil desde 2013 oferecendo recursos e metodologias para indivíduos e organizações.

Das principais iniciativas da Escola de Dados destaca-se a Conferência Brasileira de Jornalismo de Dados e Métodos Digitais (Coda.Br) criada em 2016 que se repete anualmente para reunir alguns dos principais investigadores e profissionais do Jornalismo de Dados no Brasil e no mundo; e a criação do primeiro curso online MOOC de Jornalismo de Dados com o *Knight Center Journalism for the Americas*, criado em 2015.

Das iniciativas jornalísticas, o jornal O Estado de São Paulo criou em 2012

o Estadão Dados – o primeiro núcleo brasileiro exclusivamente de Jornalismo de Dados:

Um núcleo de profissionais dedicados a capturar e tratar informações usando técnicas estatísticas, algoritmos e formas visuais de apresentação. Além de organizar os dados, o produto final permite, na internet e nos tablets, que os usuários façam suas próprias análises. Para o jornal impresso, gera infográficos de última geração. (*Estadão*, 2012)

O jornal *Folha de S. Paulo* também conta com um blog de jornalismo investigativo baseado em dados, chamado DeltaFolha, onde jornalistas e programadores se dedicam a reportagens especiais. Também destacamos o projeto de Jornalismo de Dados do G1 chamado “Monitor da Violência”, feito em parceria com o Núcleo de Estudos da Violência da Universidade de São Paulo e o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, o qual venceu o maior prêmio de Jornalismo de Dados do mundo em 2018, o *Data Journalism Awards*. Além de grandes veículos perceberem o potencial do Jornalismo de Dados e começarem a incorporá-los nas suas editorias, também há pequenas iniciativas de jornalismo em crescimento, como os meios independentes nativos digitais Jota, Nexo, e a primeira agência especificamente de Jornalismo de Dados, o Volt Data Lab.

O estado do Jornalismo de Dados em Portugal

Enquanto iniciativas jornalísticas de Jornalismo de Dados já estabeleceram no Brasil como uma prática popular, em Portugal as iniciativas caminham de forma incipiente. Para a investigadora Dora Santos Silva (2014,s.p.), o Jornalismo de Dados nas redações portuguesas foi impulsionado pelo meio acadêmico ao disponibilizar investigadores para trabalhar em colaboração com os jornalistas. O grande exemplo disso é o projeto *Reaction (Retrieval, Extraction and Aggregation Computing Technology for Integrating and Organizing News)*, um projeto de jornalismo computacional desenvolvido pela Universidade do Texas em parceria com o jornal Público, que elaborou trabalhos jornalísticos baseados na exploração de dados de 2010 a 2014.

Gehlen (2019) foi um dos investigadores que tentou caracterizar as práticas do Jornalismo de Dados em Portugal. No seu estudo, o autor aponta três

eixos de modificações que essa prática tem proporcionado frente às práticas e rotinas do jornalismo convencional, são eles: rotinas produtivas; conteúdos produzidos; e formação profissional. Em Portugal quase não há veículos com núcleos especializados em Jornalismo de Dados, mas sim poucos jornalistas que aprenderam a técnica por conta própria e passaram a aplicá-la nas suas rotinas produtivas de forma autônoma.

Os métodos de pesquisa que norteiam este trabalho foram o levantamento de pesquisa bibliográfica e coleta de informações de grupos de profissionais brasileiros e portugueses por meio de questionário em rede via internet modelo *web survey* ou *online survey*. O conjunto perguntas dos questionários desta investigação aborda assuntos como: a formação acadêmica dos profissionais; atividades desenvolvidas no trabalho; opinião sobre obrigatoriedade do diploma; regimes de contratação; entre outros. As perguntas do questionário submetido especificamente aos profissionais do Brasil foram inspiradas na pesquisa “Perfil do jornalista brasileiro – Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012”, realizada pelo Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina (TMT/UFSC) sob coordenação do professor Jacques Mick (2012).

Já no caso do questionário para os profissionais de Portugal, optamos por nos basear parcialmente no trabalho de Mick (2012): mantivemos perguntas sobre formação acadêmica; cursos de especialização e áreas de atuação; mas alteramos algumas questões que julgamos ser necessário para adaptar o questionário à realidade portuguesa, nesses casos, nos inspiramos na pesquisa “Os Jornalistas Portugueses são Bem Pagos? Inquérito às Condições Laborais dos Jornalistas em Portugal”, publicado pelo Centro de Investigação e Estudos em Sociologia (CIES-IUL) do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) em parceria com o Sindicato dos Jornalistas (SJ), e o apoio da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ). Trata-se do mais recente estudo sobre perfil de jornalistas portugueses e foi realizado também de forma online com 1.494 jornalistas que responderam a questões sobre práticas cotidianas, condições de trabalho, formação, e constrangimentos organizacionais. Desenvolvemos os questionários num formato misto de perguntas, com possibilidade de respostas abertas e de múltipla escolha.

Selecionamos, como *corpus* de investigação, profissionais que trabalham no Jornalismo de Dados no Brasil e em Portugal. A amostra que corresponde aos profissionais brasileiros é composta por 24 respondentes e repre-

senta o misto entre o que Carmo (2013,s.p.) define como amostragem não-probabilística e amostragem de conveniência. Por questões de geolocalidade ou disponibilidade, todos os entrevistados nesta pesquisa foram contatados via e-mail ou telefone. Alguns dos profissionais brasileiros aceitaram participar da pesquisa desde que de forma anônima, logo; na tentativa de manter um padrão, decidimos que nenhuma identidade deste grupo seria revelada.

Já a amostra portuguesa corresponde ao modelo de amostragem Bola de Neve (*SnowBall*). Segundo Carmo, “envolve pedir às pessoas que participam de uma pesquisa para nomear outras pessoas que estariam dispostas a participar. Esta técnica é frequentemente usada quando a população for de difícil identificação pelos pesquisadores” (Carmo, 2013, p. 9). Pela dificuldade em encontrar iniciativas de Jornalismo de Dados em Portugal, chegamos a quatro profissionais, são eles: Raquel Albuquerque (jornal *Expresso*); Joana Beleza (jornal *Expresso*); Rui Barros (rádio Renascença) e Milton Cappelletti (Startup Frames).

Análise dos resultados

A nossa amostra dos respondentes brasileiros conta 37,5% de mulheres e 62,5% de homens. São 90% deles entre 23 e 40 anos (dos quais, 45,8% tem de 23 a 30 anos e outros 45,8% se encontram entre 31 a 40 anos). As primeiras questões, sobre o gênero e idade dos jornalistas respondentes mostram tendências diferentes das redações e das escolas de jornalismo, já que na pesquisa “Perfil do jornalista brasileiro – Características demográficas, políticas e do trabalho” (Bergammo, Mick& Lima, 2012) a mostra foi majoritariamente feminina (64%) e jovem (59% têm até 30 anos).

A investigadora brasileira Bárbara Castro (2018) após mapear a divisão sexual do trabalho na área de Tecnologia da Informação (TI), concluiu que as mulheres se ocupavam majoritariamente as funções denominadas como ‘*softs*’ (analistas de sistemas, líderes de equipes e gerentes), enquanto os homens ocupavam as funções mais ‘*hards*’ (programação, bancos de dados, redes). A autora concluiu ainda que “esse cenário se estabelece socialmente a partir de uma ideia fixa de masculinidade e tecnologia” (2018, p. 16). Logo, essa ideia de que mulheres desempenham melhor funções de comunicação e relações pessoais pode também influenciar nessa discrepância de gênero em relação ao

Jornalismo de Dados, uma vez que essa é uma prática desenvolvida a partir de técnicas de programação, estatísticas e computação.

Sobre a etnia, 75% dos respondentes da nossa pesquisa se consideram de brancos, enquanto 20% e 5% se classificaram como pardos e amarelos/asiáticos, respectivamente. 83,3% dos respondentes estão localizados na região Sudeste, outros 8,3% na região Centro-Oeste e 8,3% na região Sul. O que nos indica que a grande maioria dos jornalistas de dados se concentra em regiões mais centrais, enquanto as regiões norte e nordeste não aparecem entre os respondentes. Esse é um resultado coerente se considerarmos que os principais veículos de informação se concentram nos grandes centros urbanos, logo o número de jornalistas nesses locais é proporcional a oferta de veículos.

Através das questões relacionadas a formação profissional, levantamos que 62,5% dos respondentes tem formação de graduação específica em jornalismo; 4,1% tem formação em outra área que não a jornalística; 25% tem pós-graduação em comunicação; 8,3% tem pós graduação em outra área que não comunicação. No levantamento “Perfil do jornalista brasileiro – Características demográficas, políticas e do trabalho” (Bergammo, Mick & Lima, 2012) consta que 98% tinham formação superior, sendo 9 em cada 10 formados especificamente em Jornalismo, e 40% detinham pós-graduação. Percebe-se na nossa amostra ainda que a maioria seja formada em jornalismo, que também há uma certa diversidade de formações para além da de graduação em jornalismo para o profissional que atua com dados, se olharmos também para os pós-graduados.

Ainda em formação, a nossa pesquisa coletou que 45% se graduou em instituição privada e 49% em instituição pública e 4,1% em instituição internacional. Sobre a formação para Jornalismo de Dados, 50% fez cursos específicos em jornalismo e comunicação para dados; 20,8% realizou cursos de matemática, estatística, tecnologia, métricas, etc; 25% declarou ter feito outros cursos; 4,1% declarou não ter nenhum curso específico para atuar com Jornalismo de Dados. Independente de instituição privada ou pública, a procura por formação continuada se mostra grande para o jornalista de dados da mostra, e esta se dá mais por cursos curtos e livres do que em lato ou stricto sensu. Nessa questão, os respondentes podiam descrever os cursos específicos que os capacitaram para atuar com Jornalismo de Dados, logo, os 25% correspondentes à resposta ‘outro’ justificaram terem adquirido conhecimento suficiente para atuar com Jornalismo de Dados de forma autodidata, ou por meio de tutoriais,

curso livres e ensino à distância (EAD). Ou seja, para os respondentes parece ser essencial obter alguma capacitação que lhes possibilite dominar habilidades específicas para extrair, analisar, tratar e apresentar dados num contexto digital, independente dessa capacitação ser feita por cursos “oficiais” ou de forma autodidata, já que o número de profissionais que não fizeram nenhum curso específico é muito baixo (4,1%).

Essas respostas dialogam com a questão referente à opinião sobre a obrigatoriedade do diploma, onde 58,3% dos respondentes acreditam que pessoas formadas em outras carreiras (que não o jornalismo) possam atuar em Jornalismo de Dados; 29,1% não acham necessário nem ter formação superior para trabalhar em Jornalismo de Dados; e apenas 12,5% defendem a exigência de diploma em jornalismo para trabalhar na área. Chama atenção que enquanto os teóricos defendem a obrigatoriedade do diploma para evitar a perda da centralidade do jornalista na mediação da produção da informação, para a maioria destes profissionais, o envolvimento de profissionais de outras áreas técnicas na produção da notícia (como estatísticos e matemáticos) não parece ser um problema, já que mais da metade dos respondentes defendem que profissionais de outra formação possam operar no Jornalismo de Dados.

A desregulamentação ou liberação do jornalista de dados também se nota na questão sobre sindicalização: quando perguntados sobre filiação sindical, 70,8% responderam não serem filiados a nenhum sindicato, 16,6% já foram, mas deixaram de sê-lo, e apenas 12,5% se mantêm sindicalizados enquanto na pesquisa brasileira de nível nacional (Bergammo, Mick & Lima, 2012), um em cada quatro jornalistas estava filiado a algum sindicato. Se considerarmos que a filiação a um determinado sindicato também corresponde a se enquadrar numa categoria específica, as respostas dos profissionais que trabalham com dados nos indica uma impossibilidade de enquadrá-los num modelo sindicalizado (se pretendido fosse), pois os níveis de formação - e principalmente as percepções sobre quem está apto a desenvolver esse tipo de trabalho ou não - são muito discrepantes.

A maioria dos respondentes (70,8%) foram estagiários em veículos de mídia tradicionais, como TV, rádio e impressos; 16,6% nunca foram estagiários antes de serem jornalista de dados; 8,3% iniciaram a carreira em empresas de comunicação (como marketing, assessoria, etc.). 54,1% dos respondentes trabalham com carteira assinada ou registro profissional; 16,6% atuam como jornalistas em modalidade pessoa jurídica, outros 16,6% declararam-se em-

presários; 8,3% como freelancers e 4,1% como prestador de serviços. Essas respostas sobre regime de contratação mostram como a atividade de jornalista de dados pode estar valorizada no mercado profissional ao ponto de mais da metade dos profissionais estarem formalmente contratados e outros 25% terem trabalho, num ambiente de demissões e cortes em redações.

A maioria deles (58%) atua num único emprego; 37,5% em dois ou mais empregos; e 4,7% não respondeu. Sobre a jornada de trabalho, 54,1% dos respondentes trabalham de 8 a 12 horas por dia; 33,3% trabalham de 5 a 8 horas; 8,3% trabalham até 5 horas e apenas 4,1% declarou trabalhar mais de 12 horas por dia.

Sobre a remuneração dos respondentes, 65,2% recebem acima de cinco salários mínimos; 20,8% recebem de três a cinco; e 16,7% de um a três salários mínimos, são, portanto salários condizentes ao de um jornalista pleno (já que um salário mínimo é R\$ 998 e o piso dos jornalistas em SP é em média, R\$ 3.162 reais, segundo a Federação Nacional dos Jornalistas). Na pesquisa “Perfil do jornalista brasileiro – Características demográficas, políticas e do trabalho” (Bergammo, Mick & Lima, 2012), descobriu-se em 2012 que 59,9% jornalistas recebiam até cinco salários mínimos. Na nossa amostra, pode-se dizer que a parcela que apresenta remuneração superior a 5 salários é bem maior, e uma das justificativas pode ser o fato de esses profissionais possuírem habilidades que vão além do jornalismo tradicional, representando um tipo de mão-de-obra mais valorizada em termos de remuneração. Entretanto, consideramos importante lembrar que essa amostra é reduzida, e essa diferença pode ser devida à representatividade limitada desse recorte amostral.

Sobre área de atuação, 58% trabalha unicamente em media (tanto jornalismo quanto comunicação). Três respostas tiveram 12,5% de respondentes: os que trabalham exclusivamente fora dos media (podemos incluir aqui aqueles que trabalham como freelancer ou prestadores de serviços e, portanto não se consideram parte dos media); os que trabalham nos media e fora dela (trabalham em jornalismo, mas prestam serviços para outras áreas, e vice-versa); e os que trabalham como docentes. Essas respostas também podem ser relacionadas com o envolvimento de profissionais de outras áreas, na medida em que percebemos o Jornalismo de Dados como uma modalidade que permite a participação de pessoas habilitadas em linguagem de programação, matemáticos, hackers, profissionais de tecnologia, etc. para o seu desenvolvimento.

Portanto, neste modelo pode haver uma maior circulação de profissionais que trabalhem fora dos media.

Sobre o suporte da sua atuação, os respondentes que trabalham na internet são 58,3%, em impresso são 20,8%; em agência de notícias 8,3%; e TV/rádio/outros suportes são 4,1% cada. Assim como vimos no referencial teórico, o Jornalismo de Dados é normalmente difundido pela web. Logo, 62,5% dos respondentes declararam que o seu trabalho é divulgado integralmente na internet; 25% tem divulgação parcial na internet; e 12,5% não tem o trabalho divulgado na internet.

Sobre atividades realizadas no trabalho, metade dos respondentes de nossa pesquisa afirmam realizar reportagem; outros 41,6% indicaram que sua principal função é analisar dados; 4,1% produzem pautas. Neste caso, Jornalismo de Dados parece que ainda carrega sua origem de jornalismo investigativo e de interpretação tal como o Jornalismo de Precisão, de Meyer, dada o maior número de respostas em 'Reportagem', mas o baixo índice em 'Produção de Pauta', por exemplo.

A amostra correspondente a Portugal é formada por quatro respondentes: duas mulheres e dois homens. Três deles tem entre 31 e 40 anos de idade, e um está na faixa dos 23 aos 30 anos. Essas primeiras questões, sobre gênero e idade indicam tendências semelhantes ao cenário nacional de jornalistas portugueses, caracterizado no estudo "Os Jornalistas Portugueses são Bem Pagos? Inquérito às Condições Laborais dos Jornalistas em Portugal", onde os resultados mostram equilíbrio em relação ao gênero: 51,8% homens e 48,2% mulheres, e a faixa etária do maior grupo respondente é entre 35 a 44 anos.

Sobre a etnia, um dos respondentes optou por não responder, e os outros três responderam "Branco / Português Branco / De origem europeia". Também são três profissionais localizados na região da grande Lisboa, e um ao Norte, o que nos indica que a maioria dos profissionais estão concentrados na região central do país e corrobora com os indicativos do estudo de nível nacional, onde a maioria dos jornalistas se também se concentram na região central, seguida do Norte.

Sobre a formação profissional, descobrimos que três respondentes além de terem a graduação em Jornalismo também possuem pós-graduação em alguma área específica da Comunicação, e um deles tem mestrado em outra área, que não a Comunicação. Mas independente do curso, todos eles realizaram a formação acadêmica em instituições públicas.

Sobre a formação complementar para operar em Jornalismo de Dados, um respondente realizou cursos na área de matemática, estatística, tecnologia, métricas, etc. e os outros três não fizeram nenhum curso específico. Isso pode ser um indicativo de que a atuação no Jornalismo de Dados em Portugal acontece sobretudo entre profissionais com nível de formação acima da graduação, mas no que diz respeito a formação específica para Jornalismo de Dados a maioria dos profissionais o fazem a partir de conhecimentos adquiridos de forma autodidata, ou através de workshops e cursos livres online. Esse resultado corrobora com os apontamentos de Gehlen (2019) que caracterizou em seu estudo o autodidatismo entre os profissionais portugueses. Nossa hipótese é de que as habilidades para atuar com Jornalismo de Dados são adquiridas dessa forma devido à baixa popularização dessa modalidade de jornalismo em Portugal, e conseqüentemente à pouca oferta de cursos específicos para tal.

Nas respostas sobre a obrigatoriedade do diploma, dois respondentes defendem que pessoas formadas em outras carreiras (que não o jornalismo) possam atuar em Jornalismo de Dados; um não acha necessário ter formação superior para trabalhar em Jornalismo de Dados; e outro defende a exigência de diploma em específico em jornalismo para trabalhar na área. Na questão sobre sindicalização, percebe-se que nenhum dos respondentes é filiado a sindicato, sendo que dois deles já foram em algum momento, mas hoje em dia deixaram de sê-lo. Aqui a sindicalização não parece ser percebida como uma forma de limitar o campo jornalístico somente àqueles formados na área, pois nenhum profissional da amostra é sindicalizado e isso pode dialogar com o fato de somente um deles defender a formação em jornalismo para atuar na área.

A maioria dos respondentes (três, dos quatro totais) foram estagiários em veículos dos media tradicionais, como TV, rádio e impressos) e um único não foi estagiário em qualquer área. Em relação ao regime de contratação, todos os respondentes declararam trabalhar em um único emprego e com carteira assinada ou registo profissional. Também nos chamou atenção o fato de todos eles possuírem remuneração compatível entre si: de um a três salários mínimos. Em Portugal, o salário mínimo atual é 600 euros, segundo o Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social. Um pouco mais de dois salários e meio no Brasil, considerando o valor atual do salário mínimo brasileiro (998 reais, segundo o Dieese) A duração da jornada de trabalho diária foi um

tema equilibrado entre as respostas. Metade dos respondentes trabalha de 5h a 8h por dia, e a outra metade trabalha de 8h a 12h por dia.

Sobre área de atuação, a maioria (três profissionais) trabalha unicamente nos média (tanto jornalismo quanto comunicação) e um deles trabalha como docente, e em função auxiliar em uma startup de comunicação.

Sobre o suporte de sua atuação, três respondentes trabalham na internet e tem seus trabalhos divulgados integralmente no online, sendo que um desses três também desenvolve trabalho no rádio. Também há um profissional que atua no meio impresso, mas tem o trabalho parcialmente divulgado na internet. Essas respostas também dialogam com a noção de Jornalismo de Dados como uma prática que acontece, sobretudo, a partir dos avanços do jornalismo digital e da disponibilidade de informações públicas em rede.

Das atividades realizadas no trabalho, um respondente se debruça em análise de dados e infografia; um desempenha atividades de reportagem, redação, produção de pautas, edição, análise de dados e infografia; um outro declarou desenvolver análise de dados, edição e reportagem; e um último também atua com reportagem, edição, fotografia, e análise de dados. Logo, entre os profissionais portugueses que trabalham com Jornalismo de Dados a principal atividade realizada no trabalho é a análise de dados, seguida de ‘reportagem’ que aparece três vezes entre as respostas. Aqui a noção de jornalista “multi-função” aparece forte, pois ainda que todos esses profissionais trabalhem em um único emprego e com carteira assinada, cada um deles precisa desenvolver ao menos três atividades diferentes no dia a dia.

Os quatro profissionais portugueses que se ocupam de jornalismo de dados indicaram que as planilhas do Excel e extensões do Google são as ferramentas mais utilizadas nesta modalidade jornalística. Já a apresentação dos dados ao público acontece através de gráficos estáticos, ou animados digitalmente, dependendo de a versão ser online ou impressa. Uma das entrevistadas, que é repórter do *Expresso* (online) indicou que a infografia dos dados tratados por ela é feita por uma equipa específica, ficando à sua responsabilidade apenas “traduzir” aos designers gráficos a forma como a informação deve ser apresentada. Quando perguntados sobre as dificuldades de acesso à informação em bases de dados públicas, os entrevistados consideram que a cultura de dados abertos em Portugal ainda não está muito desenvolvida, e que a maior dificuldade são os formatos em que os dados muitas vezes são disponibilizados.

O jornalismo de dados se diferencia justamente por técnicas e ferramentas

que permitem a raspagem e o tratamento de dados brutos (códigos, ou planilhas desordenadas, por exemplo) para os transformá-los em informação compreensível aos leitores. Quando a informação disponibilizada está em algum formato que nem mesmo essas ferramentas podem decodificar, a transparência pública está limitada, e consequentemente o trabalho do jornalista também, já que disponibilizar dados nem sempre resulta em disponibilizar informação de fato, a depender da forma como os dados são oferecidos.

Considerações Finais

Interessava-nos neste trabalho entender especificamente a caracterização do perfil do profissional que trabalha com Jornalismo de Dados no Brasil e em Portugal, e para atender a esse objetivo, questionamos profissionais dos dois países para entender suas condições e especificidades.

Não é possível traçar um perfil específico para os profissionais que trabalham com Jornalismo de Dados no Brasil a nível nacional pois o nosso recorte amostral é reduzido, e mesmo nesse recorte as respostas são muito variadas. Apesar disso, o perfil contido nesta amostra reduzida mostra que o profissional brasileiro que atua com dados pode não necessariamente ser jornalista por formação, pois há o envolvimento de profissionais formados em outras áreas - que não o jornalismo, mas são na grande maioria capacitados a partir de cursos de especialização profissional e estão empregados em diversas modalidades de contratação (registrados, *freelaancers*, PJs, etc.).

Essas características condizem com o cenário de desregulamentação profissional que atinge o jornalismo brasileiro. Todavia, os ganhos financeiros destes profissionais estão acima dos média de um jornalista tradicional e a maioria deles estão contratados de alguma forma, portanto consideramos que o cenário de desregulamentação não parece ser maléfico nessa área, a considerar também a opinião da maioria deles sobre a obrigatoriedade do diploma para operar no jornalismo. O que esses dados nos indicam é uma tendência das redações já perceberem os profissionais de dados como valiosos. Conclui-se também que a variedade de cursos com essa temática, a quantidade de profissionais envolvidos e o número de iniciativas em crescente nos indicam que o Jornalismo de Dados no Brasil já se encontra em fase de popularização.

Em Portugal ainda há poucos profissionais envolvidos nessa prática, mas

apesar de pequena, a amostra se revela homogênea, pois as respostas que obtivemos indicam que eles possuem a mesma formação, todos estão em um único emprego e registo profissional, a média salarial é condizente a um jornalista tradicional e a maioria opera no Jornalismo de Dados a partir de conhecimentos adquiridos de forma autônoma.

O desenvolvimento do jornalismo de dados em Portugal encontra-se em fase incipiente e há de se considerar alguns caminhos a serem percorridos para que a prática alcance popularização, entre eles, destacamos que universidades e instituições de ensino devem fomentar o uso de dados, estatística e programação nos cursos de jornalismo de modo a capacitar os novos profissionais em práticas e técnicas de programação e criar uma cultura analítica dentro das redações.

Os próprios meios de comunicação também têm papel fundamental nesse processo. É preciso valorizar os profissionais que possuem habilidades para essa modalidade jornalística e criar condições para que o trabalho a ser desenvolvido mostre ao público - forma clara e imediata - como esse tipo de jornalismo pode dimensionar e trazer outras perspectivas para aqueles que o consomem, num contexto em que todo o tipo de informação está acessível ao público.

E por fim, é preciso investir na educação de base e na literacia dos média – de ambos países - para educar a população a perceber o que está a ser apresentado, pois não faz sentido produzir jornalismo de dados se não existir público interessado e principalmente com condições para consumir esse tipo de narrativa.

O que esperamos - ainda que essa pesquisa apresente um panorama a partir de um recorte reduzido - é que esses resultados permitam que os profissionais de um país olhem para as potencialidades e limitações do outro a fim de promoverem trocas e experiências que resultem no aperfeiçoamento mútuo, resguardando as particularidades de cada um, e que incentivem outras iniciativas acadêmicas a se debruçarem no tema.

Referências

Adghirni, Z. L. (2012). Mudanças estruturais no jornalismo: travessia de uma zona de turbulência. In F. Pereira, Z. L. Adghirni & D. Moura (Eds.), *Jornalismo e sociedade: teorias e metodologias* (pp. 61-79). Florianópolis: Insular.

Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: adaptando-se ao presente. *Revista de Jornalismo da ESPM*, 5(2),30-89.

Barbosa, S. (2007). *Jornalismo digital em base de dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos* (Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia, Brasil).

Bergammo, A., Mick, J., & Lima, S. (2012). *Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho: síntese dos principais resultados*. Florianópolis: UFSC/ FENAJ.

Bradshaw, P. (2014). Data journalism. In L. Zion & D. Craig (Eds.), *Ethics for digital journalists: Emerging best practices* (pp. 202-219). Londres: Routledge.

Brandão, E. P. (2000). *Da ciência ao mercado, a informação em tempo real* (Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, Brasil).

Carmo, V. (2013). *O uso de questionários em trabalhos científicos*. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina.

Castro, B. (2018). Feminizando chefias? Uma análise da dinâmica da divisão sexual do trabalho no setor de TI. *Revista da ABET*, 17(1). DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1676-4439.2018v17n1.41161>

Cox, M. (2000). *O Desenvolvimento da Reportagem Assistida por Computador*. Relatório apresentado na Associação para Educação em Jornalismo Comunicação de Massa. Chapel Hill: Universidade de Carolina do Norte.

Crespo, M., Azevedo, J., Sousa, J., Cardoso, G., & Paisana, M. (2017). *Jornalistas e condições laborais: retrato de uma profissão em transformação*. Lisboa: OBERCOM. Disponível em: <https://obercom.pt/jornalistas-e-condicoes-laborais-retrato-de-uma-profissao-em-transformacao/>

Estadão Dados. (2012). *Estadão Dados une transparência e interatividade*. Disponível em: http://politica.estadao.com.br/noticias/g_eral,estadao-dados-une-transparencia-e-interatividade,872163

Federação nacional dos jornalistas (2007). *Código de ética dos jornalistas brasileiros*. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf

Gehlen, M. A. (2019). *As práticas de Jornalismo de Dados em Portugal*. (Tese de Doutoramento, Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal).

Grandin, F. R. (2014). *A contribuição do jornalismo guiado por dados na criação de valor nas organizações jornalísticas*. (Dissertação de Mestrado, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil).

Lima Junior, W. T. (2012). Big Data, jornalismo computacional e data journalism: estrutura, pensamento e prática profissional na Web de dados. *Estudos em Comunicação*, 12, 207-222.

Lima-Santos, M. F. (2019). TEM #DDJBR AQUI? Mapeando a presença do jornalismo de dados no Brasil (Trabalho apresentado no 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom – Belém do Pará, Brasil). Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1396-1.pdf>

Mancini, L., & Vasconcellos, F. (2016). Jornalismo de Dados: conceito e categorias. *Fronteiras - estudos midiáticos*, 18(1), 69-82. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2016.181.07>

Meyer, P. (1991). *The new precision journalism*. Bloomington: Indiana University Press.

Mick, J. (2015). Trabalho jornalístico e convergência digital no Brasil: um mapeamento de novas funções e atividades. *Pauta Geral*, 2(1), 15-37.

Moura, I. C. (2018). *O estado do Jornalismo de Dados no cenário luso-brasileiro* (Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Portugal).

Silva, D. S. (2014) Academia y periodismo de datos en Portugal: una relación feliz. In F. Perry & M. Paz (Eds.), *Manual de Periodismo de Datos Iberoamericano*. Fundacion Poderomedia. Disponível em: <http://manual.periodismodedatos.org/dora-santos-silva.php>

Toledo, J. R. D. (2011). Reportagem Assistida por Computador (RAC) e jornalismo investigativo. In R. Christofolletti & F. J. Karam (Eds.), *Jornalismo investigativo e pesquisa científica: fronteiras*. Florianópolis: Insular.

Träsel, M. R. (2014a). *Entrevistando planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil* (Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil).

Träsel, M. R. (2014b). Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 11(1) (2014). DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n1p291>

Mapa da mídia no Tocantins: levantamento dos veículos entre 2016 e 2020

Media map in Tocantins: survey of vehicles between 2016 and 2020

Liana Vidigal Rocha, Sarah Melisa Barros de Sousa
Yago Modesto Alves
Universidade Federal do Tocantins, Brasil
lianavidigal@uft.edu.br, shmelisa.barros@gmail.com
& yagoma07@gmail.com

Resumo

O objetivo desta pesquisa é apresentar o mapeamento dos veículos de comunicação presentes no Estado do Tocantins (Brasil), a fim de gerar um banco de dados a ser utilizado em investigações futuras, além de produzir conhecimento que ajude a compreender os aspectos que envolvem a mídia local. Trata-se de uma pesquisa do tipo aplicada cuja forma de abordagem é classificada como quantitativa. Foi feita ainda uma comparação dos dados coletados em 2016 e a atualização das informações em 2020. A coleta do material foi realizada em banco de dados de assessorias de comunicação e de associações de veículos, captação direta em sites de busca, anuários e contato com profissionais da área. Como resultado, destacamos a desativação de jornais impressos que passaram a investir na versão on-line; a concentração de veículos em determinadas microrregiões do Estado, sobretudo em relação às emissoras de TV e de rádio.

Palavras-chave:

Mapeamento, Mídia, Tocantins.

Abstract

The objective of this research is to present the mapping of the media located in Tocantins State (Brazil) in order to generate a database to be used in future investigations as well as to produce knowledge that will help to understand aspects involving the local media. This is an applied research whose approach is classified as quantitative. A comparison was also made from the data collected in 2016 and the information updated in 2020. The information collection was carried out in a database of

communication departments and media associations, direct capture in search engines, yearbooks and contact with professionals. As a result, we highlight the deactivation of printed newspapers that began to invest in the online version; the concentration of media in certain microregions of the state, especially in relation to TV and radio stations.

Keywords:

Mapping, Media, Tocantins.

Introdução

Com a consolidação da internet e o movimento de globalização da informação, a mídia local, contrariando algumas previsões, se fortaleceu. Apesar de nem sempre receber a devida atenção por parte das pesquisas científicas, este tema, que representa o ponto focal desta investigação, recebeu destaque na área acadêmica a partir do final da década de 90 (Peruzzo, 2005, p.70). Embora o desenvolvimento, principalmente da televisão, tenha centralizado a produção nos grandes centros, as produções regionais permaneceram presentes nos meios de comunicação.

Para as mídias locais o fator proximidade representa um elemento gerador de interesse por parte do público, não só em uma dimensão territorial, considerando proximidade física e geográfica, como também em dimensões temporais, sociais, culturais e psicoafetivas (Camponez, 2012). No caso do Brasil, o jornalismo local representa um potencial para a construção da realidade social, principalmente considerando a diversidade cultural do país e a pluralidade de características e especificidades presentes em cada região.

No entanto, a mídia local brasileira ainda encontra obstáculos estabelecidos pela forma como os veículos se desenvolveram ao longo do tempo. Em casos como o da televisão, que começou nos grandes centros e se expandiu em forma de filiais, o tempo destinado à programação local é limitado e tem de se encaixar nos padrões da emissora, dessa forma a produção local acaba atrofiada (Peruzzo, 2005).

No Tocantins, um problema enfrentado pelas mídias locais é a falta de sustentabilidade econômica, em grande parte dos casos, sobrevivem os veículos ligados aos grupos maiores de mídia. De acordo com Rocha, Soares e Araújo (2014, p. 174) “mesmo com um número considerável de veículos de

massa, a mídia local encontra-se distribuída entre poucos grupos empresariais ou famílias”. Tal realidade acaba por estabelecer um padrão de produção de conteúdo que não abrange a diversidade local. Assim, veículos sem poder econômico para investir em meios de produção mais caros, como televisão e jornal impresso, encontram refúgio em sites, blogs e páginas em redes sociais.

Diante desse contexto, observamos a importância de voltar a atenção e os esforços de pesquisa para investigar e acompanhar a trajetória da mídia local tocantinense, a fim de descobrir como tem se dado seu desenvolvimento, quais suas características e suas peculiaridades. Dessa forma, é possível suscitar dados que possam servir de referência para pesquisas futuras.

Este trabalho é uma pesquisa do tipo aplicada, pois tem como objetivo gerar conhecimento para aplicação prática, envolvendo verdades e interesses locais. Em relação à forma de abordagem é uma pesquisa do tipo quantitativa, porque são quantificados os veículos de comunicação existentes no Tocantins, sendo que na fase final essa quantificação é traduzida em números e informações com o objetivo de apontar e classificar a presença dos veículos no Estado.

Mídia local e regional

É fato que as definições de local e regional são complexas e que apresentam variações entre os pesquisadores e os contextos nos quais são inseridos. Mesmo sem proporcionar um conceito único, fazemos uma breve explanação sobre os termos, visto que as mídias local e regional apresentam uma variedade de estrutura, de plataforma e de modelo de negócio¹.

A expressão local não está restrita às “demarcações de fronteiras físicas”, pois o conceito carrega os sentidos de identidade, relações, proximidade, valores e busca pelas raízes (Volpato & Oliveira, 2007; Peruzzo, 2003). Nesse sentido, é possível afirmar que o significado de local está associado ao que nos circunda, pois oferece uma sensação de conforto em função da proximidade, além de proporcionar um sentimento de acolhimento com a familiaridade (Ortiz, 1999, p. 59; Peruzzo & Volpato, 2009, p. 145).

¹Informações obtidas no relatório da Ofcom. Disponível em: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0027/15957/lrmuk.pdf. Acesso em 10 jun 2020.

A noção de local engloba desde aspectos técnicos, como os limites físicos – rios, oceanos, lagos, montanhas, diferenças climáticas, características de solo, aspectos político-econômicos –, até diversidade sociocultural, histórica, de identidade, linguística, de tradições e valores etc., ou seja, estão em jogo as várias singularidades nas quais se constroem as práticas sociais. (Peruzzo & Volpato, 2009, p. 146)

No que diz respeito à região, Gomes (2003, p. 53) explica que o conceito pode ser entendido como “um conjunto de áreas onde há o domínio de determinadas características que distingue aquele espaço dos demais”. Apesar de tratar-se de um conceito ligado ao senso comum e não necessariamente à geografia científica, essa explanação mostra que não há uma precisão de limites e muito menos de escala espacial.

Já Peruzzo e Volpato (2009, p. 148) entendem que região é “um espaço contraditório e incerto”, visto que está relacionado com dimensões espaciais, porém composto por aspectos histórico de fluxos, elementos físicos, socioculturais e outras particularidades, como as proximidades territorial e simbólica (“sentimento de pertença à questão dos interesses”).

Posto isso, frequentemente nos deparamos com os dois termos sendo utilizados como sinônimos. No entanto, Aguiar (2015, p. 2-6) revela que a questão regional, quando se refere aos sistemas midiáticos, “é indissociável da sua variabilidade escalar, especialmente em um país com dimensões continentais e diversidade geográfica como o Brasil”, pois mesmo dentro dos maiores recortes espaciais brasileiros (regiões Norte, Sul, Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste), encontramos outras “regiões tradicionais ou político-administrativas” que se configuram a partir de diferentes características de identidade, de cultura e até mesmo de economia (ex: Região dos Lagos; Vale do Paraíba, Bico do Papagaio). Deste modo, no que tange à Comunicação, Aguiar (2015, p. 07) entende que a diferença entre local e regional é:

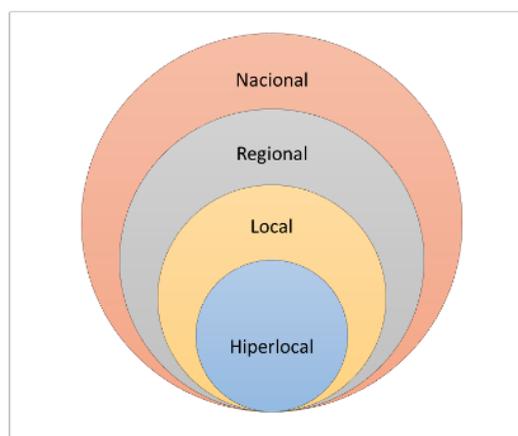
apenas uma questão da escala a partir da qual se observam as práticas midiáticas em questão: se um bairro, uma comunidade, uma cidade ou um município; ou se um aglomerado de localidades reconhecido por uma identidade (geográfica, sociocultural, histórica) ou por uma denominação político-administrativa. (Aguiar, 2015, p. 07)

Em setembro de 2009, o Ofcom (*Office of Communications*)² publicou o relatório *Local and Regional Media in UK*, no qual apresentou informações sobre

²Ofcom é a entidade reguladora dos serviços de comunicação do Reino Unido. Disponível em: <www.ofcom.org.uk>.

a mídia local e regional presente no Reino Unido. Entre informações sobre consumo, economia e panorama dos veículos, o documento apresentou uma proposta resumida de classificação de mídia local e regional a partir da percepção do público (ver figura 01).

Figura 01 – Proposta de Classificação da Mídia local e regional



Fonte: Ofcom (2009)

De acordo com o relatório, a mídia hiperlocal está relacionada com a comunidade geográfica imediata do indivíduo, ou seja, com a mídia do bairro ou de algum grupo específico, como igreja e/ou grupos comunitários (ex: jornais de bairro e rádios comunitárias). Já a mídia local refere-se aos veículos de uma cidade ou distrito local do indivíduo (ex: emissoras de rádio e blogs locais). Sobre a mídia regional, o nível de localidade está associado às regiões metropolitanas ou áreas geográficas mais amplas. No caso do Brasil, pode ser associada às unidades federativas (Estados) ou até mesmo às regiões macro, como Norte e Sudeste. Por fim, temos a mídia nacional, cujo nível de localidade está associado ao país como um todo.

Direcionada a uma comunidade geográfica específica, a mídia local desempenha um papel importante no que diz respeito a levar informações para determinados públicos. Diante de uma tecnologia globalizante como a in-

ternet, as informações chegam de todos os lugares e, por este motivo, se faz necessário revitalizar as mídias locais como uma clara necessidade do cidadão em receber um conteúdo diferenciado (Peruzzo, 2003, p. 67).

No Brasil, a descentralização industrial, o desenvolvimento agrícola e a expansão do turismo influenciaram o aperfeiçoamento da mídia local principalmente nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país (Fadul, 2006, p. 23). Mesmo com essa expansão para o interior, é possível observar que a mídia local começa a despertar a atenção dos grandes veículos somente na segunda metade dos anos de 1990 (Peruzzo, 2005, p. 70). Exatamente na época que a tecnologia digital começa a se firmar no país.

Em seus estudos sobre mídia local, Pinto (2013, p. 100) destaca que o segmento ainda é percebido como frágil diante à comparação com a mídia nacional considerada, na maioria das vezes, como referência. Isso ocorre, sobretudo, em função das características distintas que as regiões e localidades brasileiras possuem, como mercado, gestão, formação de grupos midiáticos e relações com a política. Considerada ainda como provinciana, a mídia local luta para se manter estável perante as ofertas disponibilizadas ao público.

Observa-se, assim, a necessidade de “propor um reposicionamento do lugar da mídia regional nos estudos de comunicação do país”, de modo a contemplar a diversidade e a complexidade do sistema midiático como um todo, em relação ao qual os meios locais e regionais sejam compreendidos como “subsistemas”, com suas particularidades e singularidades, e não como modelo “inferior” da “mídia nacional”. (Aguiar, 2015, p. 09)

Deste modo, faz-se necessário compreender os aspectos que envolvem as mídias locais e regionais, uma vez que a complexidade e a heterogeneidade são características marcantes dos veículos que compõem esse segmento. No caso desta pesquisa, o objetivo principal é apresentar o mapeamento dos veículos presentes no Estado do Tocantins.

Sobre o Tocantins

A história política-geográfica da região que hoje contempla o Estado do Tocantins tem seus primórdios em meados do século XVIII, com o povoamento e exploração econômica daquele território baseado na exploração do ouro e

minérios (Parente, 2007). Entretanto, a região do Tocantins pertencia ao Estado do Goiás desde aquela época até a instituição da Constituição Federal de 1988, sendo então popularmente conhecida como norte goiano.

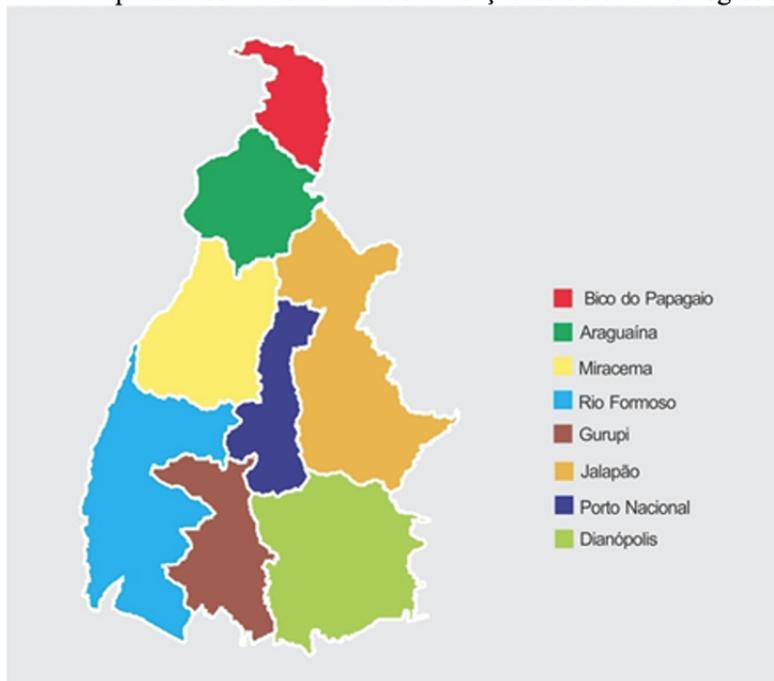
Até à criação do Estado houve três grandes movimentos separatistas pela emancipação do norte goiano: uma no início do século XIX, concomitante ao processo de independência do Brasil, e outra em meados do século XX, que deu origem ao Movimento Pró-Criação do Estado do Tocantins, lançado em 1956 (Anjos, 2017).

O terceiro e último movimento separatista ocorreu em 1981, tendo como principal frente a Comissão de Estudos do Norte Goiano (Conorte). Como afirma Oliveira (2012), neste período, as intervenções da Conorte focaram em reproduzir uma identidade simbólica regional com fins de construir uma autonomia política do norte goiano na população. As lideranças políticas da época pautavam o discurso que focava no desenvolvimento independente da região e em sua identidade regional.

Assim, com a mobilização dos movimentos separatistas, em 5 de outubro de 1988 o Tocantins alcança sua independência do estado de Goiás. No imaginário dos nortistas, é construída a possibilidade de o Estado evadir-se do quadro de abandono, despovoamento, pobreza e miséria, marcados durante o longo período em que a região estava politicamente vinculada ao de Goiás (Oliveira, 2012).

O primeiro Governador foi o então deputado estadual José Wilson Siqueira Campos, um dos idealizadores da divisão e membro do movimento separatista. Na época, o município escolhido para sediar a capital provisória foi Miracema do Norte, até que fosse construída a capital oficial Palmas. Com sua construção em janeiro de 1990, esse município passa a configurar como a capital do Tocantins, concentrando os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário. O local foi escolhido por ser considerado o ponto central do Estado, estando próximo de duas principais rodovias federais, BR-010 e BR-153, e banhado pelo rio Tocantins.

Conforme o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o Tocantins possui 139 municípios espalhados ao longo de 277.720,567 km, com população estimada em 1.572.866 habitantes, segundo o censo de 2019. O Estado pode ser geograficamente dividido em 8 microrregiões, são elas: 1) Bico do Papagaio; 2) Araguaína; 3) Miracema do Tocantins; 4) Porto nacional; 5) Rio Formoso; 6) Gurupi; 7) Dianópolis e 8) Jalapão, conforme figura 02:

Figura 02 – Mapa do Tocantins com a identificação de suas microrregiões

Fonte: Medeiros A., dos Santos, L., & André, C. M. (2018).

Cada uma das microrregiões tem particularidades que carregam costumes, cultura e atividades econômicas próprias. As três principais regiões econômicas são a de Porto Nacional (que contempla a capital Palmas), Araguaína e Gurupi. Porém, outras microrregiões têm sua importância em outros quesitos, como a região do Jalapão, que contém o principal destino turístico nacional e internacional do Estado.

As peculiaridades das regiões estarão presentes também no noticiário regional de cada uma delas, sendo possível visualizar vários “Tocantins” em um mesmo Estado. Por ser relativamente jovem e economicamente em desenvolvimento, o Tocantins não é considerado um importante produtor de informação. Neste sentido, constatou-se a necessidade de mapear e catalogar a mídia da região, para compreender e identificar suas características, gerando infor-

mações que poderão ser essenciais para auxiliar estudos e pesquisas sobre os meios de comunicação e o jornalismo local.

Etapas do Mapeamento

O mapeamento da mídia no Tocantins faz parte do projeto de pesquisa “A mídia regional da era on-line: estudo e mapeamento dos veículos de comunicação no Estado do Tocantins”, cadastrado na Pró-reitoria de Pesquisa, da Universidade Federal do Tocantins, em maio de 2015.

Para dar início à investigação foi necessário definir as etapas de pesquisa. Para tanto, foram estabelecidos sete passos para o desenvolvimento do trabalho que são detalhados em seguida. São eles: i) leitura de material sobre mídia regional; ii) seleção do mapa do Tocantins; iii) captação das informações e divisão em categorias; iv) organização das informações; v) confirmação das informações coletadas; vi) criação do mapa e inserção das informações; vii) criação do blog e da logomarca.

O primeiro passo da pesquisa consistiu na leitura de material sobre mídia regional. O objetivo era compreender quais são as principais características do segmento e como essas informações poderiam ser aproveitadas para investigações futuras. Dois autores nortearam e embasaram a pesquisa: Peruzzo (2005) e Camponez (2002). Para complementar o conhecimento foi necessário fazer leituras também sobre o Tocantins e a mídia presente no Estado. Desta forma, foram utilizados autores como Palacin e Moraes (1989), e Rocha, Soares e Araújo (2014), além do relatório do Ministério das Comunicações (2007). Por fim, foi utilizada como referência o mapeamento da mídia realizado pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, chamado Portal de Mídia, e disponibilizado no link: <http://www.portaldemidia.ufms.br/>.

O segundo passo baseou-se na seleção do mapa do Tocantins que seria utilizado. Destacamos que há diferentes tipos de mapas disponíveis (ex: político, econômico, demográfico etc.) e, por este motivo, vimos a necessidade de fazer uma pesquisa sobre o assunto. Em um primeiro momento, foi selecionado o mapa do Tocantins com suas microrregiões. Porém, ao desenvolver a investigação, percebemos que esse mapa poderia ser utilizado na etapa de identificação dos veículos ou em pesquisa futura sobre a presença e distribuição das empresas no Estado.

O terceiro passo da investigação referiu-se à captação das informações e divisão dos dados em categorias. As informações começaram a ser captadas ainda no ano de 2012. Contudo, oficialmente, tais dados só começaram a ser sistematizados em 2015. A partir daí, foi necessário dividir os dados em duas categorias: a) principal (tipo de mídia) e b) secundária (pelos municípios). A categoria principal foi dividida em Televisão, Rádio, Impresso, Web. Os blogs e as revistas impressas não entraram nesse mapeamento devido ao fato de nem sempre apresentarem regularidade na periodicidade. Já a categoria secundária serviu para fazer a distribuição das informações pelos 139 municípios do Estado.

O quarto passo do mapeamento consistiu na organização das informações, cujo processo envolveu a criação de arquivos e quadros com o nome do município, o nome do veículo, o contato, o endereço e o responsável (ver Quadro 01). Na coleta, foram considerados arquivos provenientes de banco de dados de assessorias de comunicação e de associações de veículos, captação direta de pesquisa realizadas em sites de busca na internet, anuários e contato com profissionais da área.

Quadro 01 – Exemplo de organização dos dados

COLINAS			
NOME	CONTATO	ENDEREÇO	RESPONSÁVEL
Rádio Boas Novas FM 97,9	(63) 3xx6 -2xx7 (63) 3xx6-3xx0	Rua Amazonas, xxx Cep: 77760 - Colinas	Hytalo / Geraldo Da Cunha Junior

Fonte: Produção dos autores

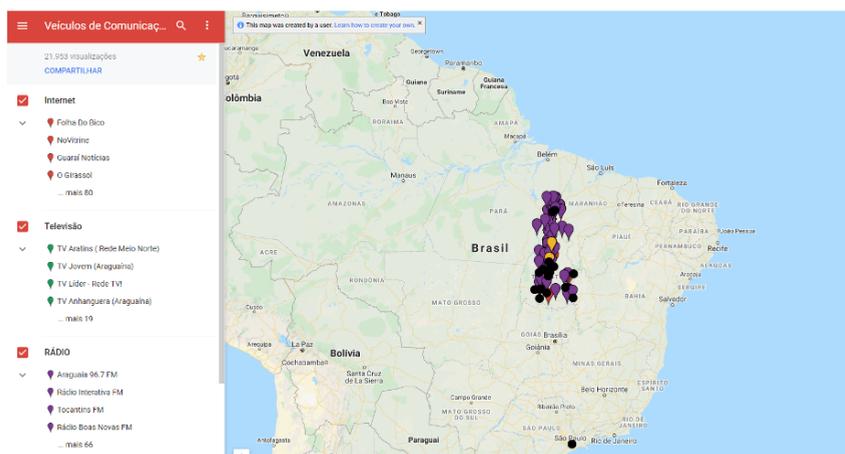
Já o quinto passo referiu-se à confirmação das informações coletadas e sistematizadas, cujo intuito era garantir uma maior precisão dos dados. Foram listados todos os e-mails e telefones dos veículos captados. Primeiro foram enviadas mensagens de texto para todos os e-mails da listagem. Como nem todos os veículos responderam, foi necessário fazer as ligações via telefone.

Com as informações armazenadas, o sexto passo da pesquisa foi colocado em prática: a criação do mapa e a inserção das informações. Para esta etapa do trabalho foram usadas ferramentas para o desenvolvimento do mapa na internet, mas que apresentassem uma facilidade no manuseio e que não tivessem custo, visto que o projeto não contou com qualquer tipo de financiamento.

Desta forma, optamos por utilizar o Google Maps por se encaixar nos critérios listados e ainda por possibilitar a sua linkagem com páginas da internet.

Os dados coletados foram inseridos no mapa, respeitando a categorização por tipo de mídia e por município. Salientamos que cada tipo de mídia recebeu uma cor para facilitar a identificação no mapa, sendo: i) vermelho (internet); ii) amarelo (jornais impressos); iii) roxo (rádios) e iv) verde (televisão). Posteriormente foi acrescentado o tom preto para identificar os veículos que encerraram as suas atividades (ver figura 03).

Figura 03 - Mapa de localização dos veículos



Fonte: Produção dos autores

O sétimo e último passo previsto no projeto de pesquisa referiu-se à criação de uma logomarca e de um blog que hospedaria esse banco de dados. Decidimos elaborar uma logomarca baseada nas cores do Estado do Tocantins, no caso, branco, laranja e azul. Já o blog escolhido foi o Blogger, do Google, por ser mais compatível com o Google Maps. Finalmente o “Mapa da Mídia no Tocantins” foi disponibilizado no endereço: www.midiatocantins.com.br. Porém, no final de 2019, por questões financeiras, o mapa e suas informações foram transferidos para o site do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (Nepjor) disponível na seguinte URL: www.nepjor.com.br.

Vale lembrar que este é um projeto de fluxo contínuo, ou seja, não possui uma data para ser finalizado. Ao longo desses cinco anos, informações foram atualizadas continuamente e inseridas no portal, já que muitos veículos surgiram, outros foram desativados, e aqueles que já existiam, mas não haviam sido mapeados, foram localizados e cadastrados posteriormente à etapa de confirmação dos dados, como está descrito abaixo.

Resultados do Mapeamento

Por meio de pesquisas em sites de busca, listas de assessorias de comunicação e contatos com profissionais da área, obtivemos os dados para montar as tabelas com as informações iniciais. Portanto, na primeira etapa em 2016, foram coletados 81 sites, 42 jornais, 16 emissoras de televisão e 37 rádios. Em 2020, houve uma alteração nos números, sendo identificados: 74 sites, 04 jornais, 18 emissoras de televisão e 61 rádios.

Dos 42 jornais identificados no Estado em 2016, apenas quatro continuam imprimindo suas edições (ver Quadro 02), sendo três em Palmas e apenas um em Pedro Afonso, no interior do estado. São eles: *Jornal Daqui* (de terça-feira à sábado); *Folha Capital* (edição semanal); *Primeira Página* (quinzenal) e *Centro Norte Notícias* (edições mensais ou bimestrais). Portanto, apenas 9,52% dos veículos de origem impressa mantiveram as suas versões em papel.

NOME	CIDADE	MICRORREGIÃO	SITUAÇÃO	OBS
Jornal Daqui	Palmas	Porto Nacional	Impresso de terça a sábado	Possui versão on-line
Folha Capital	Palmas	Porto Nacional	Versão impressa semanal	Possui versão on-line
Primeira Página	Palmas	Porto Nacional	Versão impressa quinzenal	Possui versão on-line
Jornal Stylo	Palmas	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
O Girassol	Palmas	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
O Estado do Tocantins	Palmas	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
Jornal do Tocantins	Palmas	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
O Jornal	Palmas	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
O Coletivo	Palmas	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
Página Aberta	Palmas	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
Jornal O Servidor	Palmas	Porto Nacional	Não foi encontrado	-
Valor Ambiental	Palmas	Porto Nacional	Não foi encontrado	-
Jornal Taquaralto	Palmas	Porto Nacional	Não foi encontrado	-
Palmas Sul	Palmas	Porto Nacional	Não existe mais	-
Jornal O Eixo (O Estado)	Palmas	Porto Nacional	Não existe mais	-
Folha Evangélica	Palmas	Porto Nacional	Não existe mais	-
Folha do Jalapão	Palmas	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
O Paralelo 13	Porto Nacional	Porto Nacional	Não é mais impresso	Somente on-line
Jornal Porto News	Porto Nacional	Porto Nacional	Não é mais impresso	Possui versão on-line
Centro Norte Notícias	Pedro Afonso	Porto Nacional	Só versões especiais mensais	Possui versão on-line
Jornal Estrondo	Paraíso	Rio Formoso	Não existe mais	-
Correio do Estado	Paraíso	Rio Formoso	Não existe mais	-
Correio do Povo	Paraíso	Rio Formoso	Não existe mais	-
Tocantins Hoje	Formoso do Araguaia	Formoso do Araguaia	Não foi encontrado	-
Gazeta Araguaia	Formoso do Araguaia	Formoso do Araguaia	Não foi encontrado	-
Folha do Sul	Formoso do Araguaia	Formoso do Araguaia	Não foi encontrado	-
A Notícia em Ação	Lagoa da Confusão	Formoso do Araguaia	Não foi encontrado	-
A Notícia	Gurupi	Gurupi	Não existe mais	-
Público Extra	Gurupi	Gurupi	Não existe mais	-
Folha da Cidade	Gurupi	Gurupi	Não é mais impresso	Virou o site AtitudeTO
Jornal Cocktail	Gurupi	Gurupi	Não é mais impresso	Somente versão on-line
Jornal Real	Gurupi	Gurupi	Não é mais impresso	Somente versão on-line
Tribuna do Tocantins	Gurupi	Gurupi	Não é mais impresso	Somente versão on-line
Mesa de Bar News	Gurupi	Gurupi	Não foi encontrado	-
Jornal O Gurupi	Gurupi	Gurupi	Não foi encontrado	-
Folha do Tocantins News	Peixe	Gurupi	Não é mais impresso	Somente versão on-line
Mira Jornal	Miracema	Miracema	Não é claro se ainda existe	Possui versão on-line
Sudeste Interativo	Porto Alegre do Tocantins	Dianópolis	Não foi encontrado	-
Folha da Boa Vista	Tocantinópolis	Bico do Papagaio	Não foi encontrado	-
Jornal Ponto de Vista	Tocantinópolis	Bico do Papagaio	Não foi encontrado	-
Voz do Bico	Augustinópolis	Bico do Papagaio	Não é mais impresso	Somente versão on-line
Folha do Bico	Araguatins	Bico do Papagaio	Não é mais impresso	Somente versão on-line

Fonte: Produção dos autores

A partir desse novo levantamento, podemos observar que 17 jornais (40,47%), não são mais impressos; 12 jornais (28,57%) não foram encontrados³; 08 jornais (19,04%) não existem mais⁴ e apenas um jornal (2,38%) não deixa claro em seu website se a versão impressa ainda existe. Portanto, é notório que o

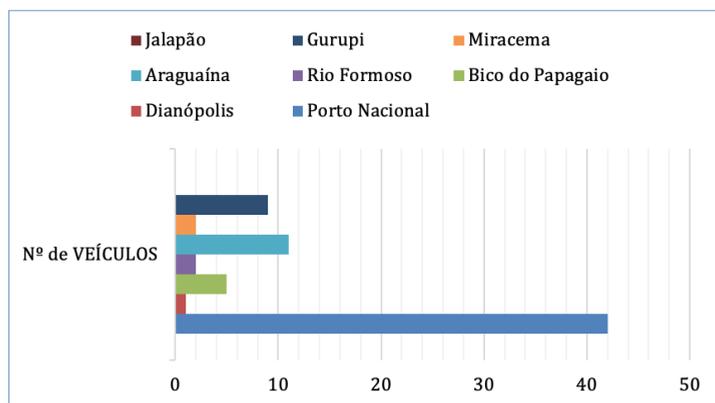
³Não há qualquer referência sobre os veículos nos sites de busca ou em redes sociais.

⁴Encerraram as suas edições, mas não apagaram as versões on-line e/ou os perfis nas redes sociais.

jornalismo impresso, no Tocantins, deixou de ser viável para seus proprietários, visto que a maioria decidiu investir na versão on-line certamente para diminuir os custos de produção e alcançar um público mais amplo.

Em relação aos sites de notícias, dos 81 veículos coletados em 2016, 12 endereços foram desativados ao longo do período, permanecendo 69 em funcionamento no ano de 2020. Ao separar os sites por microrregião, observamos que a maior concentração de veículos, assim como no impresso, estava na microrregião de Porto Nacional, provavelmente por se tratar da região em que a capital está inserida. Ou seja, 35 dos 69 sites estavam nessa localidade, representando 50,72% do total. De maneira que quatro veículos desativados pertencem a essa região, representando 33,3% do total de sites que estão fora do ar. Os outros oito portais desativados estavam nas regiões de Rio Formoso (3), Gurupi (1), Dianópolis (1), Miracema (1), Araguaína (1). O último portal desativado foi o Tocantins Hoje que, curiosamente, mantinha o endereço em São Paulo. As regiões do Bico do Papagaio e do Jalapão não tiveram veículos on-line desativados.

Em 2020, o cenário apresentou uma leve modificação. Foram identificados 72 sites ativos em sete microrregiões. A única exceção foi o Jalapão, onde não foi encontrado qualquer site jornalístico. Por outro lado, a microrregião de Porto Nacional possui atualmente 42 veículos, ou seja, 58,33% de todos os sites identificados no estado. Na sequência, temos a microrregião de Araguaína com 11 veículos (15,27%), a microrregião de Gurupi com 9 sites (12,5%), o Bico do Papagaio com cinco veículos (6,94%), a microrregião de Miracema com dois sites (2,77%), Rio Formoso com dois veículos (2,77%) e a microrregião de Dianópolis com apenas um website (1,38%).

Gráfico 01 – Número de sites jornalísticos por microrregião do Tocantins em 2020

Fonte: Produção dos autores

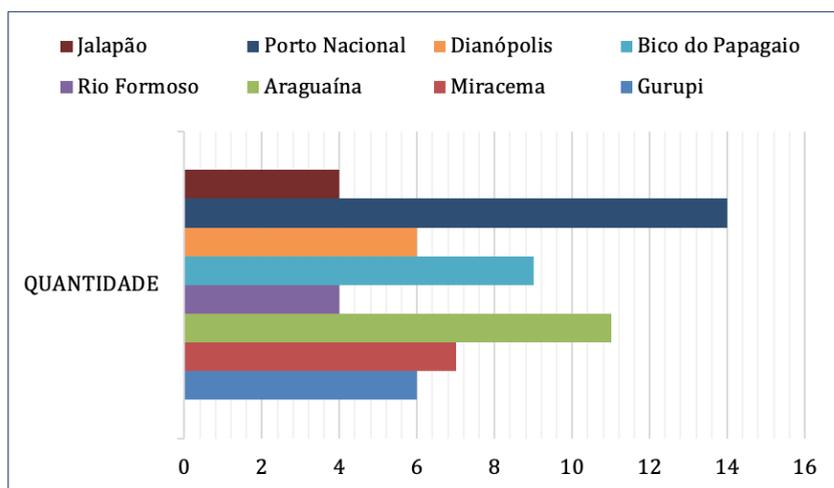
Observamos que a queda no número de veículos on-line ativos foi bem menor se comparada com o impresso, principalmente considerando os números gerais e a migração dos jornais impressos tocantinenses para o meio on-line nos últimos anos. Novamente é possível que uma das motivações parta de fatores econômicos, já que é mais viável e acessível a manutenção de um veículo exclusivamente on-line.

No caso das rádios, o quadro também sofre modificações. Em 2016, foram coletadas 37 emissoras, porém, com o decorrer dos anos, e o surgimento da Federação das Associações de Rádios Comunitárias do Estado do Tocantins - FARCOM/TO e posterior agregação de diversas rádios comunitárias do estado no site e aplicativo da entidade civil, foi possível inserir diversas emissoras de rádio no mapa da mídia. Tal agregação facilitou o mapeamento de rádio, pois, por esse veículo ter características mais locais que os outros, era difícil obter informações ou saber se estavam ativos ou não.

Até 2020 foram mapeados 61 veículos de rádio ativos distribuídos pelas oito microrregiões do estado. Mais uma vez a microrregião de Porto Nacional registrou o maior número de veículos, quatorze, o que corresponde a 22,95% de todas as rádios encontradas. A região de Araguaína vem em seguida com 11 emissoras (18,03%). O Bico do Papagaio conta com nove rádios (14,75%) e a microrregião de Miracema com sete (11,47%). As regiões de Dianópolis e Gurupi possuem seis emissoras cada, representando 9,83% das rádios em

cada uma. Por fim, temos as microrregiões de Rio Formoso e Jalapão com oito emissoras, sendo quatro para cada uma ou 6,55% por região.

Gráfico 02 – Número de rádios por microrregião em 2020



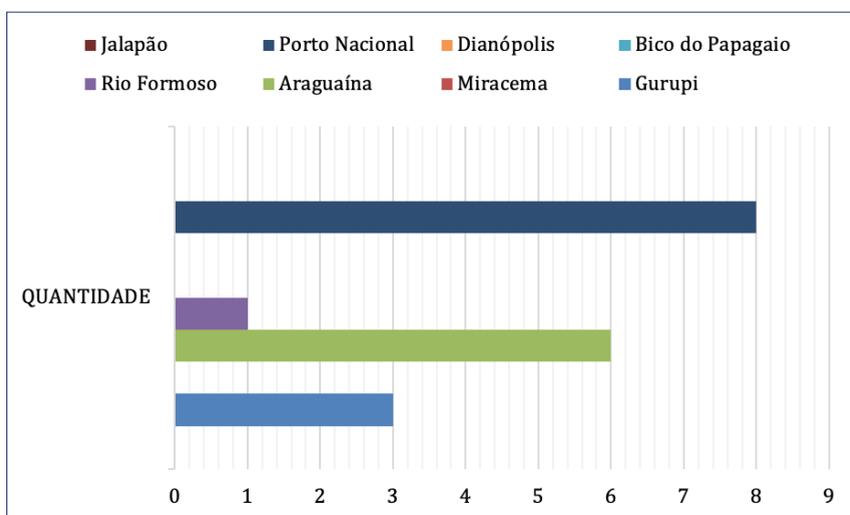
Fonte: Produção dos autores

Ao observar o gráfico, percebemos que o rádio é o único meio presente na microrregião do Jalapão. Possivelmente por se tratar de um segmento de fácil penetração em diferentes extratos sociais, justamente por ser um meio sonoro e permitir o acesso do público não alfabetizado, como aponta Tincani (2010). Vale ressaltar, também, que nas microrregiões de Araguaína, Miracema, Rio Formoso e Bico do Papagaio o número de veículos permaneceu igual em ambos os levantamentos.

Já no caso das emissoras de Televisão os números são mais reduzidos, provavelmente por se tratar de um meio de difícil manutenção, que exige maiores investimentos econômicos e tecnológicos. No levantamento de 2016, foram identificadas 16 emissoras de televisão. Em 2020, foram registradas 18 emissoras em quatro microrregiões do Tocantins. Mais uma vez, a região de Porto Nacional apresenta o maior número de veículos, oito, o que corresponde a 44,44% do total. Araguaína, no norte do estado, possui seis canais de televisão (33,33%), Gurupi tem três canais (16,66%) e Rio Formoso apenas um

veículo de televisão (5,55%). Ainda não identificamos veículos de televisão nas demais microrregiões do estado.

Gráfico 03 – Televisão no Tocantins em 2020



Fonte: Produção dos autores

A partir da atualização do levantamento, ressaltamos que só há emissoras nos municípios que encabeçam a lista dos mais populosos do estado (Palmas, Araguaína, Gurupi, Porto Nacional e Paraíso), visto que essas cidades destacam-se por apresentar uma economia mais estável, permitindo assim o investimento e comprometimento dos empresários da comunicação em manter o veículo.

Considerações Finais

Durante o desenvolvimento do projeto, ainda em 2016, duas situações foram destacadas em relação ao contexto da mídia tocantinense: a escassez de dados a respeito dos veículos de comunicação no Tocantins e a dificuldade em obter informações simples, como endereço do veículo, telefone e responsável.

Através do primeiro levantamento, foram elaboradas três possíveis explicações para o número de informações abaixo do esperado e para a dificuldade em confirmar os dados dos veículos: a) informações desatualizadas disponíveis nos sites, redes sociais, anuários e *mailing list* de assessorias; b) falta de interesse por parte dos veículos em manter seus dados em dia; e c) conhecimento insuficiente sobre a importância dessas informações, sobretudo em tempos de cultura digital.

A partir da nova verificação foi possível perceber que este contexto sofreu algumas modificações. Em relação ao jornal impresso, a atualização evidenciou um fenômeno enfrentado pelos veículos do estado, que passaram a investir no meio on-line e desativaram suas versões impressas. Isso provavelmente está relacionado com os impactos das transformações tecnológicas nos modos de produção, distribuição e consumo das informações, o que, por sua vez, influencia na circulação do jornal impresso e na obtenção de lucro por parte das empresas jornalísticas.

Já em relação aos veículos on-line, a conjuntura que se destaca diz respeito à distribuição dos sites pelas microrregiões do estado. Ao observar os dados levantados, notamos que houve poucas modificações nesse quadro durante os últimos anos. A maior parte dos jornais digitais continua se concentrando na microrregião de Porto Nacional, em especial na capital Palmas, que abriga mais da metade dos veículos identificados nessa região.

O comparativo dos dados permitiu observar ainda que houve uma diminuição no número de sites em atividade. Dos 81 levantados em 2016, 12 foram desativados e apenas três surgiram no período. Isso mostra que, mesmo a internet apresentando um custo menor de manutenção, a questão financeira é fundamental para a sobrevivência dos veículos. O que nos permite investigar, em uma nova pesquisa, os modelos de negócio praticados por esses websites.

Esse contexto de distribuição desproporcional não se restringe aos veículos on-line, se aplica também às rádios e emissoras de televisão. Assim, evidencia-se a carência de veículos de comunicação nas regiões e municípios mais interioranos do estado, fenômeno que foi denominado como Deserto de Notícia pelo Atlas da Notícia de 2018. No Tocantins, esse deserto ainda é amplo. Na microrregião do Jalapão, por exemplo, foi identificada apenas uma rádio, não há sites de notícias, jornais impressos ou emissoras de televisão locais (apenas retransmissão do sinal).

Diante do exposto, fica evidente a relevância do mapeamento da mídia no

Tocantins, visto que, segundo Peruzzo (2005, p. 79), os veículos regionais têm “a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc” e ignorar a presença desses veículos é abrir mão do potencial de produção informacional que o Estado ainda tem por desenvolver.

Referências

Aguiar, S. (2015). *O conceito de escala geográfica nos estudos de mídia regional*. In GP Geografias da Comunicação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: UFRJ.

Anjos, A.C.C. dos (2017). *Do girassol ao capim dourado: apropriação e resignificação de elementos naturais na narrativa indenitária do Estado do Tocantins*. Porto Alegre, RS: Editora Fi.

Camponez, C. (2011). *Jornalismo Regional: proximidade e distanciamientos*. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade do jornalismo. In J. C. Correia (org.), *Ágora - Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades* (pp. 35-47). Covilhã: LabCom.

Fadul, A. (2006). *Mídia regional no Brasil: elementos para uma análise*. In A. Fadul, & M. C. Gobbi (org.). *Mí dia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática*(pp. 23-40). São Paulo: Arte & Ci

Gomes, P. C. (2003). *O conceito de região e sua discussão*. In I. E. Castro P. C. Gomes & R. L. Corrêa. *Geografia: conceitos e temas* (pp. 49-76). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Medeiros, A., dos Santos L., & Andre, C. M. (2018). *Desenvolvimento municipal das microrregiões do Estado do Tocantins: uma análise a partir do índice Firjan de desenvolvimento municipal*. *Desenvolvimento Em Ques-*

tão, 16 (45), 44-62. Disponível em: <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2018.45.44-62>

Ofcom (2009). *Local and regional media in the UK*. London. Disponível em: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0027/15957/lrmuk.pdf.

Oliveira, J. M. M. de (2012). *Estratégias separatistas e ordenamento territorial: a criação de Palmas na consolidação do estado do Tocantins*. Tese de doutorado, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG, Brasil.

Ortiz, R. (1999). *Um outro território*. In C. S. Bolaño (org.). *Globalização e regionalização das comunicações* (pp. 51-72). São Paulo: EDUC/Editora da UFS/Intercom.

Parente, T. G. (2007). *Fundamentos históricos do Estado do Tocantins colonial*. Goiânia: UFG.

Peruzzo, C. M. K (2003). Mídia local, uma mídia de proximidade. *Veredas*, 2(2), 65-89. Marília: Arte & Ciência.

Peruzzo, C. M. K., & Volpato, M. de O. (2009). Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. *Líbero*, 12(24), 139-152.

Pinto, P. A. (2013). Mídia regional: nem menor, nem maior, um elemento integrante do sistema midiático do Brasil. *Ciberlegenda*, 29, 95-107.

Rocha, L. V., Soares, S. R., & Araújo, V. T. (2014). Abrangências locais no jornalismo online do Tocantins. *Revista Comunicação & Inovação*, 15(29), 171-185.

Tincani, D. P. (2010). Rádio Regional e a cultura midiática – PRA-7 (1924 - 1963). In L. A. Ferraretto & L. Klöckner (org.). *E o rádio? Novos horizontes midiáticos* (pp. 28-42). Porto Alegre: Edipucrs.

Volpato, M. de O., & Oliveira, R. R. (2007). TV regional e identificação com os públicos: o caso Tem Notícias - Primeira Edição. Trabalho apresen-

tado no II Altercom - Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais, XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos.

Explorações sobre a viragem cultural em França e na Grã-Bretanha e os seus primeiros ecos em Portugal

Explorations on the cultural turn in France and Great Britain and their early echoes in Portugal

Filipa Subtil

Escola Superior de Comunicação Social, Instituto Politécnico de Lisboa e ICNOVA, Portugal
fsubtil@escs.ipl.pt

Resumo:

A viragem cultural que, nas décadas de 1960 e 1970, reorientou, em alguns países europeus, várias disciplinas das ciências sociais e das humanidades, só se estabeleceu institucionalmente nas universidades portuguesas nos finais do século XX. No entanto, esse movimento de ideias teve um eco precoce em certos círculos intelectuais. O objetivo do presente texto é expor as primeiras iniciativas e figuras que fizeram a receção de tal movimento de ideias em Portugal. O ensaio começa por apresentar um breve panorama desta reorientação em França e na Grã-Bretanha para, de seguida, expor o seu acolhimento em Portugal num contexto político e social periférico caracterizado por um regime autoritário envolvido numa guerra colonial. O texto termina destacando o papel desempenhado por universitários, escritores, editoras e revistas de cultura e literatura fora do *establishment* da época, o que indica a importância das margens e dos ambientes alternativos em processos de receção cultural e científica.

Palavras-chave:

Viragem cultural das ciências sociais e das humanidades; Estudos culturais; Comunicação de massa; Ecos da viragem cultural em Portugal.

Abstract:

The cultural turn that marked the Humanities and Social Sciences in some European countries in the 1960s and 1970s was only established institutionally in Portugal in the late twentieth century. Yet, that turn had an early echo in certain Portuguese intellectual circles. The aim of this essay is to present the first initiatives and figures that introduced such ideas and guidelines in Portugal. It starts with a brief overview

of the emergence of Cultural Studies in France and Great Britain. Then it presents the first initiatives and figures that welcomed in Portugal those research programs in a peripheral political and social context characterized by an authoritarian regime implicated in a colonial war. Finally, the paper highlights the role played by university students, writers, publishers and journals of culture and literature outside of the establishment, which emphasize the importance of margins and alternative environments in processes of cultural and scientific reception.

Keywords:

Cultural turn in social sciences and humanities; cultural studies; mass communication; echoes of the cultural turn in Portugal.

Nos EUA e nos países centrais europeus, após o desenlace do contexto dramático da II Guerra Mundial, desenvolveram-se formas de Estado Social que abriram o caminho para os chamados 30 gloriosos anos. As mercadorias industriais expandiram-se e o consumo, como prática social alargada, passou a abranger os mais diversos aspetos da vida individual e da colectividade, entre os quais os da cultura e da informação. Mas rapidamente as sociedades da América do Norte e da Europa ocidental se confrontaram com a emergência da Guerra Fria, a persistência da pobreza, as desigualdades de condição socio económica, de género e étnicas. Por sua vez, as revelações das atrocidades da ditadura de Estaline na União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) descredibilizaram o marxismo ortodoxo e contribuíram para o surgimento de outras perspectivas de esquerda e para o aguçar do sentimento de agitação nos sectores intelectuais e movimentos estudantis. Expressões desse mal-estar abrangeram as mobilizações contra os planos imperialistas, bem exemplificados, nos EUA, pelos protestos contra a guerra do Vietname, em França, pela revolta do maio de 68 e, em Portugal, num contexto específico de ditadura, a contestação à Guerra Colonial.

Embora não se possa afirmar a existência de uma correspondência, e muito menos direta, entre os tumultos sociais e políticos desse período e o panorama do estudo e investigação académica sobre a sociedade e a cultura, também a universidade se viu implicada num acontecimento que pode ser designado por revolta teórica. Esta dirigiu-se quer contra as tendências do empiricismo norte-americano, identificadas geralmente com as orientações dominantes na sociologia incrementada pelo Bureau of Applied Social Research da Univer-

sidade de Columbia, quer contra as do marxismo crítico desenvolvido pela chamada Teoria Crítica da Escola de Frankfurt (com forte peso na academia europeia). Estas duas correntes tinham praticamente hegemonizado a investigação e as ideias nas ciências sociais entre as duas guerras mundiais e o imediato pós-guerra.

Os novos meios tecnológicos e industriais no campo da comunicação proliferaram a uma escala nunca antes ocorrida. Tornaram-se dispositivos que permitiram o surgimento e disseminação de novas formas de informação, produção e consumo cultural, de que são expressão a televisão para o grande público, a explosão da música rock e dos concertos, a multiplicação de jornais, revistas e outras publicações de grande tiragem e o cinema de massa. Estes fenómenos estimularam novas formas de sociabilidade, estilos de vida, lazer e evasão e foram acompanhados pela implementação de outras tecnologias no quotidiano.

No final dos anos 50 e inícios da década seguinte, em França e na Grã-Bretanha, surgiram projetos que procuravam novas vias de pesquisa que tomaram a cultura como conceito central. Estão neste caso as iniciativas que deram origem ao Centre d'Études des Communications de Masse (CECMAS), fundado em 1960, em França, e ao Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), criado em 1964, na Grã-Bretanha. Apesar das diferenças que é possível encontrar nestes dois empreendimentos de pesquisa, ambos partilhavam de uma sensibilidade crítica face a uma universidade que não estava a conseguir dar conta da complexidade social e cultural e rejeitava as tendências dominantes de uma investigação social que considerava redutora. Este esforço ficou conhecido como viragem cultural, tendo criado um impulso no conhecimento social que procurou criar um espaço próprio na universidade, numa iniciativa que se postulava como crítica e interpretativa. De forma muito sumária, é possível afirmar que esta nova abordagem assentou na busca de uma compreensão do processo social que realçava a atribuição de sentido à realidade e na ampliação da noção de cultura a múltiplas atividades sociais, pensando-a como dinâmica em aberto, em contínua construção e desconstrução.

O Centre d'Études des Communication de Masse

O CECMAS foi estabelecido por iniciativa do sociólogo Georges Friedmann, numa ação conjunta da École Pratique des Hautes Études¹ e do Centre Nationale de Recherche Scientifique (CNRS). O plano para a criação do centro começou a desenhar-se, em 1958, aquando de um encontro, em Paris, entre Friedmann, Paul Lazarsfeld, Roland Barthes e Edgar Morin (Morin, V. 1978). O centro teve como antecedentes os trabalhos de Morin, oriundo da antropologia, que, no final da década de 50, tinha publicado ensaios e livros sobre cinema e o fenómeno das *stars*²; e ainda de Barthes, vindo da semiologia, que, em 1957, publicara *Mitologias*. Para além destes, Friedmann convidou estudiosos como Christian Metz, Abraham Moles, Jean Baudrillard, Jules Gritti, Jean Cazeneuve, Tzvetan Todorov, André Glucksmann, Violette Morin, Olivier Burgelin, Claude Brémont, Umberto Eco, Eliseo Veron, Algirdas J. Greimas, Julia Kristeva, vários destes conotados com outra corrente de pensamento que se estava a desenvolver nas ciências sociais e humanas – o estruturalismo, muito inspirado no modelo da linguística de Ferdinand de Saussure. O centro colocou a academia francesa como pioneira na universidade europeia da teorização e investigação sistemáticas dos novos processos culturais associados à comunicação massiva (Dagenais, 2007: 179, parágrafo 1).

O CECMAS deu estatuto académico à cultura e à comunicação de massa, num tempo em que estes tópicos ainda não suscitavam demasiado interesse nas universidades europeias³. Diferentemente do marxismo da Escola de Frankfurt, os investigadores do CECMAS, a partir de um olhar multidisciplinar, pretendiam mostrar quão fecunda e complexa era a comunicação mediática, tentando compreender as suas dinâmicas e relações. Esta terá sido “a idade de ouro da descoberta da cultura popular” em França, para usar palavras de Bernard Dagenais (2007, parágrafo 5).

Todavia, logo em 1963, Pierre Bourdieu, que se tornaria num dos mais proeminentes sociólogos franceses da segunda metade do século XX, desencadeou uma controvérsia com esta perspetiva intelectual. Em co-autoria com

¹Posteriormente designada de École Pratique des Hautes Études en Sciences Sociales.

²*Cinema ou l'Homme Imaginaire. Essai d'Anthropologie*, de 1956 e *Les Stars*, de 1957.

³Os EUA tinham maior tradição nestes domínios, embora inserida em instituições dedicadas a outros interesses de pesquisa.

Jean-Claude Passeron, publica “Sociologues des mythologies et mythologies des sociologues” (1963), texto que interage de forma crítica com o livro de Barthes, *Mitologias*, publicado seis anos antes. Este ensaio é apenas um primeiro confronto, no qual Bourdieu e Passeron se afastam dos académicos das ciências sociais e humanas que se interessavam pelos *media* e a cultura de massa, anunciando o que foi visto como o desconforto da sociologia francesa relativamente aos objetos de investigação e autores do CECMAS (Morin & Macé, 2005, pp. 5-18).

O principal meio de divulgação do trabalho do CECMAS foi a revista *Communications*, fundada em 1961, cabendo a Friedmann a sua direção. Os primeiros números tiveram periodicidade anual⁴ e conteúdos generalistas, mas, a partir de 1964, passou a semestral e as edições converteram-se em temáticas. *Communications* posicionou-se como uma revista académica de referência na pesquisa em cultura e comunicação de massa e nas análises semiológicas. Os temas dos primeiros números incluíram tópicos como cultura erudita e cultura de massa, canções e discos, rádio-televisão, censura, férias e turismo. A revista adquiriu prestígio internacional, tendo nela publicado, nos dez primeiros números, teóricos da Alemanha – da envergadura de Theodor Adorno –, de Itália – onde se destacou Umberto Eco – e dos EUA, com contributos de figuras reconhecidas como Paul Lazarsfeld, Robert Schulze, Morris Janowitz, Leo Bogart, George Gerbner e Herbert Gans. Muitos dos que aí escreveram tiveram uma influência inegável naquilo que diz respeito ao desenvolvimento da reflexão sobre cultura e comunicação a partir de uma proposta que tinha como eixos os modos de dominação ideológica, cultural e simbólica⁵. Barthes é talvez a figura cuja obra teve naqueles anos maior repercussão internacional, tendo sido lido e traduzido precocemente em Portugal.

A orientação do CECMAS para a valorização da cultura e da comunicação de massa, como objeto de estudo, estabeleceu uma tendência que veio a ser observada noutros países ao combinar preocupações sociológicas e antropológicas com a semiótica e as análises de discurso como método de análise. Em 1973, o CECMAS altera a sua designação para CETSAS – Centre d’Études

⁴Em 1962, não foi publicado qualquer número.

⁵Ainda em França, neste período, merecem referência, em domínios próximos, os trabalhos desenvolvidos por Henri Lefebvre sobre a vida quotidiana, em particular *Critique de la Vie Quotidienne. Tome II Fondements d’une Sociologie de la Quotidienneté* (1961) e *La Vie Quotidienne dans le Monde Moderne* (1968).

Transdisciplinaires: Sociologie, Anthropologie, Sémiologie (Friedman, 1974, pp. 213-219), numa tentativa de ampliação do espectro de intervenção, mas correspondendo também à divisão que se instalou entre alguns dos fundadores e colaboradores do Centro (entre eles, Morin e Barthes), que consideravam a denominação demasiado limitativa para as suas aspirações. A nova direção ficou então a cargo de Barthes, Friedmann e Morin.

O Center for Contemporary Cultural Studies

Sensivelmente no mesmo período, na Grã-Bretanha, emergiu um movimento intelectual e uma dinâmica de investigação com afinidades aquela que ocorreu em França, mas com expressões teórica e empírica específicas. Conceder relevância à cultura e à comunicação de massa, conciliar a pesquisa empírica multidisciplinar e o olhar crítico foi também o intuito de um projeto que ficou conhecido como *cultural studies*. É possível remontar este projeto a uma tradição do pensamento inglês do final do século XIX, denominada *Culture and Society*, onde se distinguiram pensadores como Matthew Arnold, John Ruskin e William Morris, entre outros. Apesar de algumas diferenças políticas, todos tinham em comum uma atitude crítica de viés cultural face à “civilização moderna”. A expressão *cultural studies* remete para um conjunto de trabalhos elaborados por teóricos britânicos, publicados a partir de finais da década de 1950. Entre eles, podem ser nomeados *The Uses of Literacy. Aspects of Working-Class Life with Special Reference to Publications and Entertainments* (1958), de Richard Hoggart, cujo trabalho abrangeu os campos da sociologia, da literatura inglesa e dos estudos culturais, com ênfase na cultura popular britânica; e *Culture and Society: Coleridge to Orwell* (1958), do britânico Raymond Williams, que se debruçou sobre os tópicos da política, da literatura e da cultura de massa a partir de uma perspectiva marxista integrada no que ficou conhecido como Nova Esquerda britânica. As obras citadas podem ser genericamente consideradas como etnografias de inspiração crítica da cultura de massa e das culturas e subculturas das classes desfavorecidas do Reino Unido (Hall, 1992, p.33).

Hoggart e Williams procuraram elaborar uma noção não hierárquica da cultura, afastando-se da rigidificação da dicotomia entre cultura erudita e cultura popular. Esta perspectiva marcou a pesquisa dos estudos culturais tal

como foi depois estabelecida pelo Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), fundado em 1964, na Universidade de Birmingham, sob o impulso daquelas figuras, às quais se juntaram depois Edward P. Thompson e Stuart Hall. Na agenda de investigação deste centro foram desenvolvidos estudos sobre tópicos até então considerados pouco dignos de reflexão académica - com exceção, como se viu, do CECMAS - de que são exemplos as subculturas juvenis, produtos culturais consumidos pelas classes populares, publicidade, música rock, futebol, celebridades e as identidades étnicas e de género. No plano epistemológico, posicionou-se como uma das reações da academia europeia à herança do positivismo lógico que dominava as ciências sociais anglo-saxónicas. Redirecionar as interpretações mais economicistas do marxismo, na tentativa de conceder maior centralidade aos fenómenos culturais, foi outra das tendências do CCCS. Os seus membros interessaram-se pelo conceito de hegemonia de Antonio Gramsci, pela semiologia de Barthes e pelo marxismo de Louis Althusser.

Bourdieu, tal como ocorreu com o CECMAS, interagiu com a abordagem culturalista inglesa, embora com matizes diferentes. Em 1975, a recém-criada revista *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* propôs prosseguir a mesma pista dos *cultural studies*: interrogar as implicações políticas da cultura. Explorou objetos de pesquisa próximos aos do CCCS, como sejam as práticas e os objetos da cultura popular, questionando os desafios políticos da cultura e encarando seriamente as culturas populares ou “ilegítimas”: fotografia, romances “populares”, banda desenhada, livros infantis, consumo, corpo, relação entre as classes populares e a escola, etc. Apesar de a cooperação entre os dois centros ter sido sempre limitada, muito pela desconfiança da equipa liderada por Bourdieu relativamente à orientação semiológica da investigação britânica e devido às supostas fraquezas sociológicas e ao tom popular de uma parte daquelas pesquisas, foi a *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* que publicou as primeiras traduções para língua francesa de textos de Hoggart, Williams, Thompson e Willis⁶.

⁶Vejam-se os nºs 2-3 de 1976 e 17, 18 de 1978. É aliás nesta sequência que Hoggart e Thompson foram convidados por Bourdieu para se deslocar a Paris. Logo em 1976, Williams, também a convite do sociólogo francês, apresenta o seu livro *The country and the city* na École Normal, no âmbito do seminário que Bourdieu coordenava sobre “Sociologie de la culture et des modes de domination”.

Elementos para uma história da receção dos estudos culturais em Portugal nas décadas de 1960 e 1970

Num contexto em que o mundo académico de língua inglesa não tinha a preponderância internacional que passou a ter nas últimas duas décadas do século XX, o CECMAS, mais do que o CCCS, irradiou uma influência significativa, nos anos 60 e 70, no que diz respeito à viragem cultural em alguns dos países da Europa do Sul (Garcia-Jimenez; Hernández-Perez & Subtil, 2020)⁷. Neste enquadramento, logo nos inícios de 1960, apesar da repressão exercida nas ciências sociais e nas humanidades por parte do regime autoritário de Salazar e Caetano, a viragem cultural europeia começou a ser objeto de atenção em Portugal por via da referência a autores do CECMAS e através de círculos intelectuais de esquerda. A viragem cultural deu os seus primeiros passos por iniciativa de alguns ensaístas, escritores, publicistas e jovens universitários que prestaram atenção sobretudo ao pensamento francês e não tinham conexão institucional com a universidade portuguesa. Os seus primeiros embaixadores estavam ligados aos estudos literários e recorreram a editoras, que procuravam furar as malhas da censura, e à imprensa escrita, tendo nesta publicado recensões críticas, traduções e pequenos ensaios de divulgação.

A receção em Portugal da viragem cultural na sua variante francesa ocorreu por via de intercâmbios que compreenderam três tipos de articulações: no final dos anos 60 e década seguinte, a tradução e publicação dos autores franceses na forma de livro/coleções, mas também em revistas literárias e de cultura; nos anos 70, estadias de jovens universitários portugueses em França, alguns como bolseiros da Fundação Calouste Gulbenkian, onde frequentaram seminários no CECMAS e cujas investigações de doutoramento foram orientadas por Barthes e Metz, entre outros membros desse centro; ainda nos anos 70, a vinda a Portugal de académicos do CECMAS para proferir conferências.

Entre os ensaístas e escritores portugueses que se destacaram no acolhimento das tendências francesas encontram-se Eduardo Lourenço (1923-2020), na altura já sediado em França, Vergílio Ferreira (1916-1996) e António Ramos Rosa (1924-2013). O ano de 1968 foi, a este título, prolífico na tradução, edição e comentário de autores franceses, vários deles expoentes do

⁷Um dos exemplos bem conhecido da relação estreita do CECMAS com os meios académicos e culturais da Europa do Sul é evidentemente o do italiano Umberto Eco.

estruturalismo. A revista *O Tempo e o Modo*, fundada, em janeiro de 1963, por católicos críticos⁸ do regime do Estado Novo e que veio a reunir um amplo leque de figuras políticas da oposição, publica, em janeiro de 1968 (nº56), um dossier sobre Estruturalismo com textos de Eduardo Lourenço, “Michel Foucault ou o fim do Humanismo”, e de Vergílio Ferreira, “Questionação a Foucault e a algum estruturalismo”, e na secção Antologia um ensaio de Michel Foucault, “Dom Quixote”, excerto retirado de *Les mots et les choses*. Ainda em 1968, em fevereiro, é dado à estampa, apenas – sublinhe-se – dois anos após a sua edição em França, a tradução de *As palavras e as coisas. Uma arqueologia das ciências humanas*, de Foucault, da responsabilidade de António Ramos Rosa. Esta edição surge acompanhada de dois prefácios assinados por Eduardo Lourenço e Vergílio Ferreira, reedições dos ensaios publicados em *O Tempo e o Modo*. Saliente-se que nenhuma destas figuras, António Ramos Rosa e os dois prefaciadores, lecionava na universidade portuguesa.

Ligado à Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Eduardo Prado Coelho (1944-2007), que se tornará em 1970 um jovem professor dessa escola, publicou, através da Portugália Editora, nesse extraordinário mês de maio de 1968, *Estruturalismo. Antologia de Textos Teóricos*, com seleção de textos, tradução de alguns deles e introdução do próprio. Trata-se de uma coletânea que reúne ensaios de Barthes, Foucault (ensaio e entrevista), Jacques Derrida, Jean-Paul Sartre (entrevista), Lévi-Strauss, Louis Althusser e Jacques Lacan. Em 1972, Prado Coelho impulsionou, nas Edições 70, a coleção “Signos”, que traduziu parte substancial da obra de Barthes, mas também de Kristeva, Todorov, e de outros expoentes do estruturalismo. Entre esse ano e 1991, a coleção publicou 51 títulos dos quais 18 da autoria de Barthes. De referir também que Eduardo Prado Coelho, na qualidade de crítico literário, divulgou durante várias décadas muitas destas ideias e autores nas várias publicações periódicas onde colaborou como a *Seara Nova*, *Diário de Lisboa* (onde fez crítica de cinema), *Comércio do Porto*, *Vértice*, *O Tempo e o Modo* e, já nos anos 90, no diário *Público*⁹.

⁸Entre os fundadores da revista, oriundos de diversos movimentos católicos progressistas, entre eles, a Juventude Universitária Católica e o jornal *Encontro*, contavam-se António Alçada Baptista (diretor), João Bérnard da Costa (chefe de redação), Pedro Tamen (editor), Nuno Bragança, Alberto Vaz da Silva e Mário Murteira.

⁹No Suplemento “Leituras” deste diário, Eduardo Prado Coelho trouxe nesta década, através das suas crónicas, o debate sobre a cultura de massa para os jornais.

Os então igualmente jovens universitários Maria Alzira Seixo (1941- ...), Arnaldo Saraiva (1939- ...) e José Augusto Seabra (1937-2004) frequentaram, entre 1969 e 1971, os seminários do CECMAS, os dois primeiros com apoio da Fundação Calouste Gulbenkian¹⁰. Maria Alzira Seixo assistiu a seminários de Greimas, Todorov, Lacan e Kristeva e foi coorientada na sua tese de doutoramento sobre literatura francesa por Barthes¹¹. Arnaldo Saraiva recebeu a supervisão de Barthes, Greimas e Gérard Genette, denotando uma inclinação para aquilo que designava de literaturas marginais¹². José Augusto Seabra, que se exilou em França, foi também orientado por Barthes, tendo-se doutorado pela Sorbonne, em 1971, com uma tese sobre Fernando Pessoa. Em 1975, Maria Alzira Seixo, já docente da Faculdade de Letras da Universidade Clássica de Lisboa¹³, iniciou a publicação da coleção “Práticas de Leitura”, sob a chancela da Editora Arcádia, da qual foram editados 6 volumes¹⁴. O intuito desta iniciativa editorial foi facultar aos estudantes universitários portugueses traduções dos autores franceses oriundos da tradição semiológica e dos estudos fílmicos.

Já na década de 1980, mais concretamente em 1982, também por iniciativa de Maria Alzira Seixo, em conjunto com Jean Van-Hamme, Cristina Almeida Ribeiro, André Sigalos, Luís Miguel Nava e Miguel Tamen, ocorreu, na mesma faculdade, o primeiro colóquio sobre Barthes na academia portuguesa, onde os temas apresentados e discutidos foram exclusivamente no âmbito da

¹⁰Fundação Calouste Gulbenkian, *Bolseiros de Pós-Graduação 1956-2006* (Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2006). De realçar que, nestes anos, Jacinto Prado Coelho, pai de Eduardo Prado Coelho, e à altura professor catedrático da então Faculdade de Letras da Universidade Clássica de Lisboa, incentivava os estudantes mais talentosos a sair do país, a ir para França estudar com estas figuras, a ter contacto com novas perspetivas (Estas informações foram coligidas através de uma entrevista da autora deste texto a Maria Alzira Seixo, 17 setembro 2015).

¹¹Informação obtida na entrevista a Maria Alzira Seixo supracitada.

¹²A sua tese de licenciatura, defendida em 1968, intitulava-se *Carlos Drummond de Andrade: do berço ao livro*. Em 1977, publica *Canções de Sérgio Godinho. Estudo crítico* (Assírio & Alvim), onde analisa as líricas. Uma nova edição desta obra modificada e ampliada foi editada em 1983.

¹³Atualmente Universidade de Lisboa.

¹⁴Estes volumes foram dados à estampa entre 1976 e 1979, com os seguintes títulos: *Literatura, significação e ideologia* (1976), *Categorias da narrativa* (1976), *O sujeito, o corpo e a letra: ensaios de escrita psicanalítica* (1977), *Semiótica do romance* (1978), *Discurso da narrativa: ensaio de método* (1979) e *Análise semiótica do texto fílmico* (1979).

literatura. No que concerne às visitas de alguns dos autores franceses a Portugal, há a assinalar a vinda de Kristeva, a convite de Maria Alzira Seixo, tanto quanto foi possível apurar, em 1973 (ou talvez 75/76), tendo proferido conferências na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa e na Sociedade Portuguesa de Escritores. Barthes foi por diversas vezes convidado para vir a Portugal antes do 25 de Abril de 1974, mas recusou sempre, como comprova a carta de 11 de Abril de 1973, endereçada a Maria Alzira Seixo, onde o próprio afirma “devido à situação política, não quero ter de ir ‘oficialmente’ a Portugal; não arrisco embaraços, por esse lado.” (*Jornal das Letras*, 5 a 18 agosto 2015: 14). Só em 1975 é que terá aceite deslocar-se ao nosso país.

Embora a viragem cultural tenha sido recebida em Portugal fundamentalmente por via do pensamento francês, e muito em articulação com a receção do estruturalismo, o trabalho académico e literário oriundo da Grã-Bretanha e dos autores do CCCS não foi nessa época completamente ignorado. Em especial, as perspectivas e as obras de Williams e Hoggart tiveram alguma divulgação pública. Quem assumiu a este respeito um papel relevante, através de textos na imprensa periódica literária e cultural, foi José Sesinando Palla e Carmo (1923-1995), também conhecido por José Palla e Carmo¹⁵.

Escritor, ensaísta, crítico literário, tradutor e especialista em literatura anglofona, Palla e Carmo colaborou com várias publicações, entre elas *Altura – Cadernos de Poesia*, *Europa – Jornal de Cultura*, *Companha – Artes, Letras e Ciências*, suplemento cultural do semanário *Litoral*, *Jornal de Letras e Artes*, *Revista Almanaque*, *Colóquio Letras*, e na *Tempo e Modo. Revista de Pensamento e Acção*. É nesta última que publicou um artigo, logo em 1964 (nº21 e 22), intitulado “Cultura, culturas e cultura de massa”, no qual confronta as correntes francesa e inglesa. Vale a pena abrir um parêntese para assinalar que naquele número duplo, foi também publicado um excerto do livro *L’Esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, de Morin, cuja primeira edição tinha saído em França no ano anterior (em 1963). Acrescente-se a este respeito que apenas em 1970 a Livraria Moraes Editora¹⁶ publica a primeira tradução de *O Cinema ou o Homem Imaginário* de Morin, da responsabilidade do cineasta António Pedro Vasconcelos. E, finalmente, só em 1973 é que o livro *Uses of literacy. Aspects of working class life*, de Hoggart, foi traduzido

¹⁵ Assinava os seus textos humorísticos como José Sesinando.

¹⁶ Para uma compreensão mais aprofundada sobre o papel literário e cultural desta editora durante o Estado Novo, ver Ludovico (2016).

para português por Maria do Carmo Cary, com o título *As utilizações da cultura. Aspectos da vida da classe trabalhadora com especiais referências a publicações e divertimentos*, sob a chancela da Editorial Presença.

De regresso ao papel de Palla e Carmo, este colaborou ainda, desde o primeiro número em março de 1981 e até à sua morte em 1995, no *JL – Jornal de Letras, Artes e Ideias* com uma coluna intitulada “Escrituralismo” (onde assinava como José Sesinando). Para além da atividade de publicista, Palla e Carmo prestou bastante atenção aos contextos literários anglo-saxónicos, nomeadamente às propostas modernistas da poesia, como a tendência *beat*, embrião do que viria a ser posteriormente conhecido como o movimento hippie. Ezra Pound, T. S. Elliot, William Carlos Williams, Lawrence Ferlinghetti e Allen Ginsberg foram por ele traduzidos. Com o irmão, o arquiteto e fotógrafo Vitor Palla, verteu ainda para a língua portuguesa H. G. Wells e Somerset Maugham. Assinale-se que se devem também a Palla e Carmo as primeiras traduções para língua portuguesa de poemas de Bob Dylan, Prémio Nobel da Literatura de 2016, acompanhados de uma breve e aprimorada nota¹⁷.

Nota final

Do que se expôs, importa esclarecer, em primeiro lugar, que Portugal, apesar do contexto de ditadura e guerra colonial, acolheu, desde os anos 60, as tendências iniciadas na academia europeia do que viria a confluir na viragem cultural das ciências sociais e humanas. Em segundo lugar, deve ser especificado que tais correntes de pensamento nos chegaram graças ao esforço empreendido por escritores, ensaístas, jovens universitários e publicistas ligados aos estudos e à crítica literária não *mainstream*, ideologicamente conotados com a esquerda. Em terceiro, importa explicitar que, se as tendências vindas da Grã-Bretanha são as que provavelmente maior expressão têm hoje nos estudos culturais em Portugal, foram as perspectivas do CECMAS as primeiras a ser acolhidas nas humanidades e nas ciências sociais portuguesas. Finalmente, embora os autores ingleses não tenham tido nos anos 60 e 70 uma receção sistemática, não deixaram de ter alguma divulgação, distinguindo-se

¹⁷A tradução destes poemas pode ser encontrada n.º *A Capital*, 27 de janeiro 1971. Publicou ainda *A poesia norte-americana contemporânea* (Ed. Movimento 1966).

o papel das revistas culturais e literárias e a figura singular (ou singularíssima) de José Palla e Carmo.

Referências

Bourdieu, P. & Passeron, J-C. (1963). Sociologues des mythologies et mythologies de sociologues. *Les Temps Modernes*, n. 211: 998-1021.

Bremond, C.(2015). Une enquête internationale sur le héros de film. *1895. Revue de l'association française de recherche sur l'histoire du cinema*, 75 (2015): 115-119.

Dagenais, B. (2007/2). Edgar Morin et la pensée complexe. *Hermés*, 48: 179-184.

Friedman, G. (1974). Activités du C.E.T.S.A.S en 1972-1973. *Communications*, “La télévision par câble: une révolution dans les communications sociales?”, n. 21: 213-219.

Fundação Calouste Gulbenkian(2006). *Bolseiros de Pós-Graduação 1956-2006*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Garcia-Jimenez, L., Hernández-Perez, M. & Subtil, F. (2020). History, debates and current trends of cultural studies in Europe. In Paulino, F. O.; Vicente, M. & Custodio, L. (ed.). *Research Traditions in Dialogue. Communication Studies in Latin America and Europe*, Ramada: Media XXI:123-152.

Gomes, A. (2005). A JUC, o *Jornal Encontro* e os primeiros inquéritos à Juventude Universitária. Contributos para a história das modernas ciências sociais em Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*, n. 49: 95-115.

Gritti, J.(1999). Les années cinquante dans les recherche en communication. *Recherche en Communication*, 11: 22-42.

Hall, S. (1992). Cultural studies: Two paradigms. In *Media Culture and Society. A Reader*. Londres: Sage Publications: 33-48.

Ludovico, S. (2016). Um editor já desmascarado ou marcado: a Livraria Moraes Editora e a censura, *Revista de História da Sociedade e da Cultura*, vol. 16: 453-473.

Morin, V.(1978). Georges Friedmann. *Communications*, n. 28: 1-4.

Ribeiro, A. S. (1993). Configurações do campo intelectual português no pós-25 de Abril: o campo literário. In Santos, B. S. (org.). *Portugal: um retrato singular*. Porto: Afrontamento: 483-512.

Agradecimentos

Muitas das informações que se disponibilizam e relações que se estabelecem neste texto beneficiaram das entrevistas realizadas a Maria Alzira Seixo (Lisboa, Centro Cultural de Belém, 17 Setembro 2015) e Manuel Frias Martins (Lisboa, Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa, 28 Setembro 2015), a que se juntam ainda as conversas informais, mas preciosas, mantidas com Arnaldo Saraiva, José Luís Garcia e Tito Cardoso e Cunha. A todos agradeço a disponibilidade e o conhecimento partilhado. Qualquer imprecisão ou interpretação menos conseguida são da inteira responsabilidade da autora deste ensaio.