

E-BOOK

**XV
SEMINÁRIO**

OBSCOM/CEPOS

**ECONOMIA POLÍTICA, COMUNICAÇÃO
E AFRICANIDADES**

Coleção OBSCOM/CEPOS 3

Verlane Aragão Santos

Mauricio Herrera-Jaramillo

(Organizadores)



União Latina de Economia
Política da Informação,
Comunicação e da Cultura
SEÇÃO BRASIL



E-BOOK



OBSCOM/CEPOS

**ECONOMIA POLÍTICA, COMUNICAÇÃO
E AFRICANIDADES**

Verlane Aragão Santos

Mauricio Herrera-Jaramillo

(Organizadores)

Coleção OBSCOM/CEPOS 3

E-BOOK

**XV
SEMINÁRIO**

OBSCOM/CEPOS

**ECONOMIA POLÍTICA, COMUNICAÇÃO
E AFRICANIDADES**

AUTORES

Anderson David Gomes dos Santos

Caio Vasconcellos

Carlos Figueiredo

Flávio Marcílio Maia e Silva e Júnior

Inácio Júlio Macamo

Irla Suellen da Costa Rocha

Irlan da Cruz Simões Santos

João Miguel

Maria Clara Estrêla Oliveira Almeida

Muryatan S. Barbosa

Ruy Sardinha Lopes

OBSCOM / CEPOS / ULEPICC-BR

São Cristóvão - 2018

Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe

O conteúdo deste livro é de inteira responsabilidade dos autores

REVISÃO

Dos Autores

CAPA

Flávio Marcílio / Diego DiSouza

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Diego DiSouza
diegomcz@outlook.com

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

E19e Economia política, comunicação e africanidades : XV Seminário
OBSCOM/CEPOS [recurso eletrônico] / Verlane Aragão Santos,
Mauricio Herrera-Jaramillo (organizadores). – São Cristovão :
OBSCOM, CEPOS, ULEPICC-Br, UFS, 2018.

165 p. : il. – (Coleção OBSCOM/CEPOS ; v. 3).

ISBN 978-85-93620-04-1

1. Economia. 2. Ciência política. 3. Comunicação. 4. Indústria
cultural. 5. Cultura – Brasil. I. Santos, Verlane Aragão. II. Herrera-
-Jaramillo, Mauricio.

CDU 338.47

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO | 6

PARTE I

Africanidades e Epistemologias Contra-Hegemônicas

- **O decolonial no Brasil: uma ideia fora do lugar?** | 9
Muryatan S. Barbosa
- **A contribuição do pensamento crítico e da economia política latino-americanos para formação de uma epistemologia contra-hegemônica** | 32
Ruy Sardinha Lopes
- **Economia Política da Comunicação em Moçambique: Estado da Arte** | 51
João Miguel
Inácio Júlio Macamo

PARTE II

Debates atualizados sobre as Indústrias Culturais

- **Ciberativismo e Tecnodeterminismo: Movimentos Sociais e o Risco do Ativismo Codificado** | 63
Carlos Figueiredo
- **Debate Teórico do Conceito de Mercadoria Audiência a partir da Apropriação do Torcedor de Futebol** | 80
Anderson David Gomes dos Santos
Irlan da Cruz Simões Santos
- **A Recente Teledramaturgia da TV Globo e seu Interesse pelas Camadas Populares** | 95
Caio Vasconcellos
- **Os Museus nas Políticas Públicas de Cultura Brasileiras e seus Reflexos em Sergipe** | 114
Irla Suellen da Costa Rocha
- **O Vídeo no Especial de um Ano do “Caso Castelo” no Portal G1 Piauí: convergência ou reprodução?** | 132
Maria Clara Estrêla Oliveira Almeida
- **A Consolidação do *Streaming* na Cadeia Produtiva da Economia da Música** | 152
Flávio Marcílio Maia e Silva e Júnior



APRESENTAÇÃO

Ao longo de duas décadas, o Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (OBSCOM/UFS) tem buscado contribuir para a consolidação dos estudos em Economia Política da Comunicação (EPC) no Brasil, seja por intermédio da Revista Eptic; das pesquisas desenvolvidas por professores, pesquisadores e estudantes em diferentes níveis de formação e egressos de diferentes áreas; dos seminários internacionais, agora denominados OBSCOM/CEPOS; e das publicações, como este e-book, que ora apresentamos.

Observar cuidadosamente a crítica da Economia Política, nos termos que Marx estabeleceu em meados do século XIX, e como vem se constituindo desde o século passado os estudos de EPC no mundo, e especialmente na América Latina, torna-se objetivo precípuo. Neste sentido, implica também atentar para objetos e problemáticas que demandam não só novas contribuições, mas que nem sempre são tratados com o devido aprofundamento pela EPC, como foi o caso das tratadas na décima quinta edição dos seminários, cuja temática geral elegida foi “Economia Política, Comunicação e Africanidades”.

A intenção foi a de estabelecer o diálogo entre pesquisadores e estudiosos que de diferentes latitudes e longitudes - Brasil, Cuba e Moçambique - apreendem e contribuem para identificar conceitos, problemas e tensões quando é (re)pensada a extensão da tradição africana, sob o êxodo de culturas submetidas à exploração capitalista em distintos contextos de desenvolvimento das forças produtivas e das relações sociais de caráter mercantil.

Os textos que compõem esse E-book foram apresentados em abril de 2017, nas dependências da UFS, sob três dinâmicas distintas: mesas de debate e palestra de

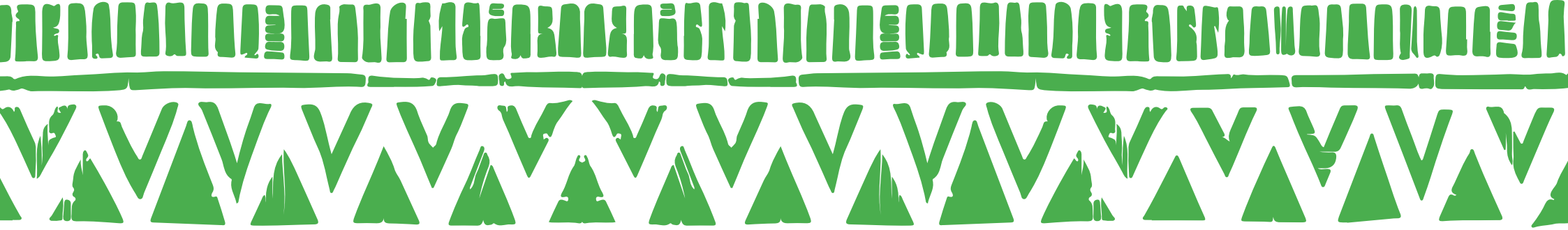
abertura, o que corresponde aos textos da Parte I do material; sessões de apresentação de trabalhos, no âmbito do III Encontro de Grupos de Pesquisa em EPC, referentes aos textos da Parte II.

A Parte I, intitulada “Africanidades e Epistemologias Contra-Hegemônicas”, permite identificar os recortes e as chaves expostas para o debate realizado a partir da palestra de abertura e das mesas de debate, e que deve se desdobrar com a publicação e socialização dos textos. Esta parte é formada pelo artigo do professor Muryatan Barbosa, da UFABC, convidado especial, intitulado “O decolonial no Brasil: uma ideia fora do lugar?”, promovendo a contextualização que pontuaria os debates sobre raça; do texto “A contribuição do pensamento crítico e da economia política latino-americanos para formação de uma epistemologia contra-hegemônica”, de Ruy Sardinha Lopes, professor da USP/São Carlos, importante representante da EPC no Brasil, que busca em diálogo crítico à ideia de epistemologias do sul, de Boaventura de Sousa Santos, ampliar e qualificar o debate sobre os ditames que impedem a produção de conhecimento autóctone. O último texto desta parte foi apresentado na Palestra de Abertura do evento, pelo professor moçambicano João Miguel. Em co-autoria com Inácio Júlio Macamo, expõe o projeto ambicioso e bem sucedido de desenvolvimento dos estudos em EPC no país da África.

A Parte II - “Debates atualizados sobre as Indústrias Culturais” - é formada por textos de integrantes e não integrantes dos grupos de pesquisa em EPC, de diferentes níveis de formação, mestrado, doutorado e pós-doutorado, que permitem acompanhar estudos e pesquisas sobre temáticas as mais diversas, das redes sociais ao futebol, da teledramaturgia, passando pela música, chegando ao Museu.

Boa leitura!

Os organizadores.



PARTE I

AFRICANIDADES E EPISTEMOLOGIAS CONTRA HEGEMÔNICAS





O decolonial no Brasil: uma ideia fora do lugar?¹

Muryatan S. Barbosa²

➤ INTRODUÇÃO

Os escritos do sociólogo peruano Aníbal Quijano se tornaram uma referência incontornável do pensamento crítico latino-americano contemporâneo. Em particular, por cinco artigos de sua autoria em que expôs sua teoria da colonialidade do poder. São eles: a) “Colonialidade e Modernidade/Racionalidade” (primeira versão:1991); b) “Americanidade como conceito ou as Américas no moderno sistema-mundo” (Quijano&Wallerstein, 1992); c) “Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina” (Quijano, 2000); d) “Colonialidad del poder, globalización y democracia” (2000); e) “Colonialidade do poder e classificação social”(2000)³. Mais recentemente, Quijano vem

1. Texto redigido a partir de comunicação no XV Seminário OBSCOM/CEPOS, realizado em abril de 2017, UFS.
2. Professor do Bacharelado em Ciências e Humanidades, do Bacharelado em Relações Internacionais e do Programa de Pós-Graduação em Economia Política Mundial, UFABC.
3. O próprio Quijano (2013) cita a seguinte referência bibliográfica relacionada ao tema: “Colonialidad y Modernidad/Racionalidad”, originalmente publicado em *Peru Indígena*, Vol.13, No. 29, Lima 1991; “Americanity as a Concept or the Americas in the Modern World-System”, publicado em co-autoria com Immanuel Wallerstein em *International Social Science Journal*, No. 134, Nov. 1992, UNESCO/Blackwell, p. 549-557, Paris, França; “América Latina en la Economía Mundial”, publicado em *Problemas del Desarrollo*, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, vol. XXIV, No. 95, outubro-dezembro 1993, México; “Raza, Etnia y Nación: Cuestiones Abiertas”, em Jose Carlos Mariategui y Europa. Ed. Amauta, 1993, pp. 167-188. Lima, Perú. “Colonialité du Pouvoir et Démocratie en Amérique Latine”, em *Future Antérieur: Amérique Latine, démocratie et exclusion*. L’Harmattan, 1994. Paris, Francia; “Colonialidad, Poder, Cultura y Conocimiento en América Latina”, em Lima, *Anuario Mariateguiano*, 1998, vol. IX, No. 9, p. 113-122. Peru; “Qué Tal Raza!” em *Familia y Cambio Social*. CECOSAM, ed. 1998. Lima, Perú; “Colonialidad del Poder, Eurocentrismo y América Latina”, em Edgardo Lander, comp. *Colonialidad del saber, eurocentrismo y ciencias sociales*, UNESCO-CLACSO 2000, p. 201 e ss; “Colonialidad del Poder y Clasificación Social”, originalmente em *Festschrift for Immanuel Wallerstein in Journal of World Systems Research*, vol. VI, No. 2, Fall/Winter 2000, p. 342-388. Special Issue. Giovanni Arrighi and Walter L. Goldfrank, eds. Colorado, USA. “Colonialidad del Poder, Globalización y Democracia”, versão revisada em *San Marcos, Segunda Época*, No. 25, Julho 2006, p. 51-104, Universidade de San Marcos, Lima, Peru.

analisando a teoria e política do “Bem Viver”. Uma temática que, em parte, se coloca em continuidade com esta anterior, na medida em que busca desenvolver uma práxis alternativa à dita “colonialidade do poder” na América Latina.

Também na América Latina sua notoriedade é recente. Embora fosse autor conhecido nas redes intelectuais da década de 1960, quando escreveu sobre urbanização, marginalização e teorias da dependência, sua figura intelectual ganhou proeminência só recentemente. Em grande parte, por conta do grupo intelectual intitulado “Modernidade/Colonialidade” que, desde 1998, vem promovendo uma agenda de pesquisas baseada no conceito referido de Quijano (colonialidade do poder), visando investigar à continuidade das relações de tipo colonial para além do fim do colonialismo. Algo que, para Quijano (e a maior parte dos seus discípulos), deve ser entendido a partir do conceito de “raça”. Este Grupo foi renomeado em 2005 como “Giro Decolonial”, e continua em atividade.

Tendo em conta o crescimento da bibliografia brasileira sobre tal temática, este ensaio visa refletir sobre certas questões epistemológicas pressupostas no “giro decolonial”. Em particular na sua fundamentação étnico-racial, que é inerente ao conceito de colonialidade do poder trazido por A. Quijano. Por fim, busca-se analisar, de forma sucinta, as continuidades e descontinuidades de tal abordagem em relação à do “racismo estrutural”, mais usual do campo antirracista no Brasil.

A tese deste ensaio é que embora o decolonial tenha contribuições importantes para a academia e a luta antirracista no Brasil, em especial a partir do conceito de colonialidade do poder de Quijano, ele não pode fundamentar uma práxis negra brasileira, tendo em conta a realidade contemporânea das relações étnico-raciais no país.

➤ PÓS-EUROCENTRISMO, COLONIALIDADE DO PODER, GIRO DECOLONIAL

O primeiro artigo em que A. Quijano trouxe suas reflexões sobre a colonialidade do poder foi *Colonialidade e Modernidade/Racionalidade*, cuja primeira versão em espanhol é de 1989. Qual o contexto intelectual em que este ensaio foi escrito? Penso que havia duas grandes questões à época que merecem menção. A primeira delas era a necessidade de repensar a teórica crítica da esquerda, em particular, do marxismo, tendo em conta a derrocada do socialismo na U.R.S.S. e, por outro lado, sua substituição pelo socialismo de mercado na China e Vietnã. A segunda era a necessidade de aprofundar o caráter inovador e potencialmente não eurocêntrico da tradição crítica latino-americana, de que o próprio autor era um dos nomes relevantes por sua ligação com as teorias da dependência desde a década de 1960. Mais especificamente, por seus estudos sobre subdesenvolvimento e urbanização desigual na América Latina. Daí o renovado interesse que Quijano tinha à época pela obra de J. C. Mariategui (Quijano, 1988).

Nenhum dos pontos acima são circunscritos à América Latina da época. Tratava-se de um debate internacional. Afinal: o “fim” do socialismo real não seria em verdade o fim das alternativas eurocêntricas ao modo de produção capitalista?

Neste contexto, inclusive, vale lembrar das diversas formas de pós-colonialismo e pós-eurocentrismo que estavam em relevo no debate intelectual internacional na década de 1980. Dois livros importantes que analisam as temáticas neste contexto foram o *Orientalismo* (1978), de Edward Said, e *Eurocentrismo* (1989), de Samir Amin. Paralelamente, na Índia, formou-se um grupo intelectual que se tornou referência mundial do pós-colonialismo posteriormente: o Grupo de Estudos Subalternos (1982). Como dito pelo historiador Ranajit Guha (1997), o líder intelectual deste coletivo, o nascimento deste estava diretamente relacionado ao sentimento de fracasso na construção nacional no período pós-independência. Para eles, contra as forças modernizadoras que se impunham em nome do desenvolvimentismo e do capitalismo internacional, cabia lembrar a contemporaneidade dos subalternos, que seriam as vítimas desta modernização. Assim, um primeiro objetivo teria sido desconstruir as narrativas eurocêntri-

cas (H. Bhabha, G. Spivak etc) que encobriam estes subalternos. Um empreendimento teórico que, já à época, buscava unir tendências “desconstrucionistas” (M. Foucault, J. Derrida) com uma interpretação muito própria da tradição marxista de A. Gramsci e E. P. Thompson (Barbosa, 2008).

Em fins dos anos 1980, esta crítica pós-colonial indiana se difundiu na América Latina, já no momento em que os autores ligados a tal tradição teórica - como Said, Bhabha, Spivak e Chhabrabarty -, já tinham consolidado suas carreiras intelectuais nos E.U.A. e Europa Ocidental (Dirlik, 1997 [1994]). Alguns intelectuais foram especialmente importantes nesta incorporação latino-americana, como Patricia Seed, Walter D. Mignolo, Fernando Coronil, Jorge Klor de Alva, Rolena Adorno, Ileana Rodríguez, J. Beverley e Santiago Castro-Gómez. Sobretudo, por se apropriarem de certas categorias da crítica pós-colonial para fazerem releituras da herança hispânica no continente. Daí surgiu o Grupo de Estudos Subalternos Latino-Americanos, em 1992 (LATIN AMERICAN SUBALTERN STUDIES GROUP, 1994).

Todavia, como afirma o antropólogo e linguista argentino W. Mignolo, já havia nesta época, uma preocupação dos integrantes deste grupo com o fato de pós-colonialismo indiano ter costumeiramente negligenciado a importância de sua similitude com uma série de outras análises críticas que buscavam focar a história dos povos colonizados e/ou historicamente discriminados, como os afrodescendentes e os ameríndios. Por conta disto, seria uma preocupação do referido Grupo latino-americano aliar esta linha pós-colonial (basicamente indiana) com a tradição crítica regional do eurocentrismo, em que se destacariam autores como Fernando Ortiz, Pablo González Casanova, Darcy Ribeiro, Enrique Dussel, Roberto Fernández-Retamar, Kush, Leopoldo Zea, Anibal Quijano (Mignolo, 2002)⁴.

4. Segundo S. Castro-Gómez & R. Grasfoguel (2007), os seguintes livros foram também relevantes neste contexto: Arturo Escobar (*A invenção do Terceiro Mundo*, 1999; *O fim do selvagem*, 1999), W. Mignolo (*The darkside of Renaissance*, 1995), Enrique Dussel (*O encobrimento do Outro: origem e mito da modernidade* (1995), Fernando Coronil (*A ciência e tecnologia como assuntos políticos*, 1994), R. Grasfoguel (*Crítica à razão latino-americana*, 1996). É digno de nota que não há referências a Alberto Guerreiro Ramos nesta lista de autores, visto que o sociólogo brasileiro foi um pioneiro no debate acerca do caráter eurocêntrico das ciências sociais, em *A redução sociológica* (1958).

O Grupo Modernidade/Colonialidade (M/C) foi sendo paulatinamente estruturado por meio de vários seminários, diálogos e publicações em fins dos anos 1990. Mas é importante destacar, neste contexto, a ação de dois intelectuais que faziam parte do referido Grupo de Estudos Subalternos Latino-Americanos: W. Mignolo e Santiago Castro-Gómez. Em 1998, um encontro apoiado pela CLACSO e realizado na Universidade Central da Venezuela, reuniu pela primeira vez Edgardo Lander, Arturo Escobar, Walter Mignolo, Enrique Dussel, Aníbal Quijano e Fernando Coronil. Concomitantemente, Ramon Grosfoguel e Agustín Lao-Montes reuniram em um congresso internacional Enrique Dussel, Walter Mignolo, Aníbal Quijano e Immanuel Wallerstein. Nesse congresso foi discutida pelos quatro autores a herança colonial na América Latina, a partir da análise do sistema-mundo de Wallerstein (Castro-Gómez e Grosfoguel, 2007: 97). Neste contexto, publicou-se uma obra fundamental para a formação do Grupo M/C: *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales* (2000).

A escolha do termo “colonialidade” no título do livro é reveladora. Ela mostra a importância que Aníbal Quijano teve para uma reorientação da agenda pós-colonial entre tais intelectuais latino-americanos na década de 1990. Como dito, desde 1989, este autor tem produzido uma série de artigos em que buscou definir e desenvolver a importância do conceito de “colonialidade do poder”. E, em 1992, o mesmo termo aparece no artigo deste escrito em parceria com Immanuel Wallerstein: *Americanism as a concept...* (1992)

Por este termo, Quijano entende um novo padrão de dominação global próprio do sistema-mundo moderno e capitalista, originado do colonialismo europeu no século XVI. Diversas seriam as consequências deste fato, como a formação da ideologia eurocêntrica. Todavia, para o autor, a mais importante delas teria sido a difusão da ideia de raça como uma forma de classificação social e formação das subjetividades, tanto em dominantes (eurodescendentes), quanto dominados (indígenas e negros). Sobretudo, porque ela permitiu um processo de racialização da força de trabalho, fundamental para a naturalização da exploração dos não-brancos (ameríndios e negros) durante a colonização da América (Quijano & Wallerstein, 1992; Quijano, 2000; Quijano, 2005).

Para Quijano, na medida em que a reprodução deste fato não teria terminado com a colonização, se justificaria o uso do termo “colonialidade”. Afinal, tratar-se-ia de um processo inconcluso, baseado numa relação de poder social da “raça”, que continuaria a se reproduzir nas sociedades latino-americanas.

Quijano (2002) inclui o Estado-Nação neste contexto. Para ele, na América Latina, a existência da colonialidade do poder impediu a formação de um processo mínimo de democratização social, que poderia construir uma formação nacional real. Daí a importância de ideologias assimilacionistas na região, que buscariam, pela cultura, realizar uma homogeneização simbólica que não pode se realizar na realidade concreta (Quijano, 2000, p.118-119).

De um modo geral, pode-se dizer que estas e outras ideias de Quijano foram muito bem aceitas pela nova crítica latino-americana, que à época estava buscando uma alternativa teórica mais voltada para a práxis em suas discussões sobre o pós-colonialismo. A partir do conceito decolonialidade do poder, outros foram sendo construídos dentro do Grupo M/C e “Giro Decolonial” desde então, como os de “pensamento fronteiro” e “diferença colonial” (W. Mignolo), “ser-decolonial” (N. Maldonado-Torres) e do próprio “giro-decolonial” (N. Maldonado-Torres, W. Mignolo, R. Grosfoguel, Castro-Goméz)⁵.

Na interpretação ampla que vai sendo construída pelos referidos grupos intelectuais, costuma-se dizer que acolonialidade se reproduz em uma tripla dimensão: do poder, do saber e do ser. Para ser sucinto, retomo aqui a exposição da cientista política Luciana Ballestrin (2013), estudiosa brasileira do tema, visando resumir as propostas mais recentes do Grupo:

5. Os principais expoentes deste grupo trabalham hoje em sua maioria nos Estados Unidos. São eles: Ramón Grosfoguel (portorriquenho, professor da Universidade de Berkeley-EUA), Nelson Maldonado-Torres (portorriquenho, professor da Universidade de Berkeley-EUA), Catharine Walsh (canadense, professora da Universidade Andina Simon Bolivar de Quito - Peru), Walter Mignolo (argentino, professor da Universidade de Duke, EUA), Santiago Castro-Goméz (colombiano, professor da Pontifícia Universidade Javeriana – Colômbia). Não é possível neste espaço analisar as diferenças teóricas dentro deste Grupo. Sobre o assunto, ver, entre outros, R. Grosfoguel (2008, 2013); Miglievich-Ribeiro, 2014; Lugones, 2008.

Modernidade/Colonialidade: A colonialidade é o lado obscuro e necessário da modernidade, sua parte indissociavelmente constitutiva. Não existe modernidade sem colonialidade, assim como não poderia existir uma economia-mundo capitalista sem a invenção da América. A colonialidade é a continuação do colonialismo por outros meios. A colonialidade é global e se reproduz em uma tripla dimensão: a do poder, a do saber e a do ser. A colonialidade do ser e do saber situam-se especialmente no último tipo de controle da colonialidade do poder. O conceito de colonialidade do poder foi alargado por Mignolo (2010:12), a partir da elaboração original de Quijano (1992), da seguinte e exata forma: a) Controle da economia; b) Controle da autoridade; c) Controle do poder; d) Controle da natureza e dos recursos naturais; e) Controle do gênero e da sexualidade; f) Controle da subjetividade e do conhecimento.

Essa matriz foi inaugurada com a invenção da América e da americanidade, com a introdução de quatro novidades: colonialidade, etnicidade, racismo e a noção de novidade em si (Quijano e Wallerstein, 1992).

À teoria do sistema-mundo de Wallerstein é somada a adjetivação característica “moderna/colonial” (Grosfoguel, 2008). A “América” passa a ser o ponto zero para a criação do sistema-mundo moderno/colonial. Esse projeto com vocação mundial de poder e dominação, é cúmplice com o aprofundamento do capitalismo, racismo e eurocentrismo; inaugura a divisão do trabalho global e a classificação dos povos baseadas na cor da pele e atravessa e perpassa o próprio fenômeno do colonialismo (Quijano, 2000). Daí que o projeto de descolonização não foi completo.

–Modernidade/colonialidade/decolonialidade: “A alternativa é clara: a destruição da colonialidade do poder mundial” (Quijano,

1992: 10). Logo, não há possibilidade de decolonização dentro do quadro da modernidade. O giro decolonial significa o movimento de resistência teórico e prático, político e epistemológico, à lógica da M/C (Castro-Gómez e Grosfoguel, 2007). A decolonialidade aparece, portanto, como o terceiro elemento da M/C.

Muitos questionamentos têm surgido em relação a tal tradição crítica recente. Não cabe pormenorizá-los. Destaco apenas os que me parecem mais pertinentes. Por um lado, dizem seus críticos, o conceito de “colonialidade do poder” tem uma tendência “imperialista”, que se apropria das demais agendas do pensamento. Em primeiro lugar, porque postularia, sem comprovações empíricas bem fundamentadas, que outras formas de luta estariam subordinadas à sua esfera de existência. É o que efetivamente Quijano parece fazer quando, por exemplo, fala das relações de gênero enquanto subproduto da “colonialidade do poder” (Lugones, 2008). Como disse Boaventura Souza Santos (2006: 39), parece ser uma reedição do argumento marxista em torno da luta de classes. A diferença é que, desta vez, o colonialismo é concebido como um elemento mais dinâmico no sistema-mundial, em vez do capitalismo. Por outro lado, como apontam outros críticos, como o historiador francês Michael Cahen (2013), o conceito de “colonialidade do poder” é “americanocêntrico”. Isso porque, na medida que suas análises se centrariam no tipo de racialização que ocorreu no continente americano, ter-se-ia perdido sua capacidade de provocar um debate crítico mais universalista, como o pós-colonialismo teria realizado nos anos 1980 e 1990. A socióloga brasileira Adelia Miglievich-Ribeiro (2016) também criticou a suposta incapacidade do grupo em integrar a seu sistema analítico o fenômeno imperialista. Neste particular, a própria L. Ballestrin (2017), já citada, observou que está impropriedade seria uma consequência de uma maior: a de se estabelecer a modernidade como a grande causadora dos males do mundo, em vez do capitalismo. Afinal, neste tipo de abordagem, ter-se-ia esquecido o caráter antissistêmico da própria modernidade. Algo que, aliás, Samir Amin (1999 [1989]) entendeu como um problema geral dos projetos autodeclarados de pós-eurocêntricos.

▶ RETOMANDO A PRÁXIS?

Tendo a concordar com a maior parte de tais críticas acima levantadas, mas não há espaço aqui para isto. Seja como for, creio que não se pode abrir mão dos pontos positivos da agenda decolonial. E aqui recorro novamente a L. Ballestrin (2013, p. 110), que fez uma síntese neste sentido:

Dentre as contribuições consistentes do grupo, estão as tentativas de marcar: (a) a narrativa original que resgata e insere a América Latina como o continente fundacional do colonialismo, e, portanto, da modernidade; (b) a importância da América Latina como primeiro laboratório de teste para o racismo a serviço do colonialismo; (c) o reconhecimento da diferença colonial, uma diferença mais difícil de identificação empírica na atualidade, mas que fundamenta algumas origens de outras diferenças; (d) a verificação da estrutura opressora do tripé colonialidade do poder, saber e ser como forma de denunciar e atualizar a continuidade da colonização e do imperialismo, mesmo findados os marcos históricos de ambos os processos; (e) a perspectiva decolonial, que fornece novos horizontes utópicos e radicais para o pensamento da libertação humana, em diálogo com a produção de conhecimento.

São razões suficientes para atestar a importância da abordagem decolonial. Ponderaria ainda que a crítica ao eurocentrismo, em si mesma, já é uma das contribuições fundamentais de tal tradição crítica, quanto mais em uma academia tão enraizada e eurocêntrica quanto a brasileira.

Ademais, listaria outro elemento importante: o racismo estrutural americano. Mas aqui cabe uma contextualização sucinta. A crítica pós-colonial latino-americana nasce num contexto diferente, mas não completamente diverso do caso indiano. Na década de 1980, a América Latina saía de décadas de obscurantismo ditatorial, travestido de projeto modernizador. Era a vitória do imperialismo sem dúvida, mas também das clas-

ses dominantes locais, que não possuíam qualquer sentimento de união e solidariedade com os seus subalternos nacionais. Seus “colonizados internos”: negros e indígenas.

A força do conceito de “colonialidade do poder”, em grande parte, me parece surgir da constatação de que a ojeriza das classes dominantes latino-americanas pelo povo era algo maior do que a discriminação de classe. Era fruto do racismo estrutural que nos é tão próprio, enquanto instrumentalização da raça como forma de dominação e exploração dos povos tidos como “não brancos”. Algo que autores como J. C. Mariátegui e A. Guerreiro Ramos – além dos movimentos negros e indígenas - já sabiam desde muito tempo, mas que talvez não tivessem teorizado como o fez A. Quijano. Em outros termos, a dependência tem também um forte caráter racial, uma discussão que passou estranhamente despercebida da crítica latino-americana dos anos 1960 e 1970. Em particular, das teorias de dependência. E, por isto, neste sentido, faz sentido entender esta nova tradição crítica como parte do antigo “estruturalismo latino-americano” (Rodriguez, 2009).

Por outro lado, apesar de todas as diferenças entre o debate indiano e o latino-americano citados, parece que, em última instância, a força dos dois argumentos talvez resida no mesmo ponto: a continuidade de aspectos centrais da experiência colonial nas sociedades indianas e latino-americanas. Neste ponto, em verdade, talvez os latino-americanos tenham ido mais longe do que seus colegas indianos, na medida em que conseguiram cunhar um conceito – colonialidade do poder – que tenta definir mais precisamente tal fato.

Mais recentemente, o grupo “Giro Decolonial” tem proposto que se deva retomar a ideia de que a Descolonização é um projeto em aberto e não finalizado. Algo que, de fato, vários pensadores da Descolonização já tinham dito, como Frantz Fanonno célebre *Condenados da terra* (1961). A Descolonização seria apenas o primeiro passo da independência, que deveria ser continuada visando à realização da verdadeira libertação, que envolveria a construção de sociedades “socialistas” e pós-eurocêntricas. Ou seja, a gestação de novos projetos civilizacionais. Uma ideia que permeia toda a

obra do outro grande pensador da Descolonização, hoje também transformado em “pós-colonial”: Mohandas Gandhi.

Não foi à toa que citei Gandhi e Fanon. Eles são referências para os “pós-colonialistas” mais progressistas, por terem já apontado, em suas épocas, a profundidade do fracasso da Era pós-colonial. Em especial, pela incompetência das elites do “Terceiro Mundo” em traçar um futuro civilizacional alternativo – ao europeu - para os seus povos. Seriam assim o núcleo duro de uma nova elite intermediária, ocidentalizada, que se manteria no Estado perpetuando a dominação do urbano contra o rural, da educação formal contra a informal, da elite versus o povo, etc.

Tais críticas são justas. Entretanto, seria ilusão acreditar que tais autores tenham resolvido – teórica ou praticamente - os problemas relativos a como construir estas sociedades que eles pretendiam ser alternativas ao modelo capitalista ocidental⁶. Infelizmente, sobre este ponto crucial, neo-fanonianos e neo-gandhianos de hoje também têm muito pouco a dizer. Aliás, pelo contrário, como mostram as duas posições hegemônicas sobre este assunto dentro da fronteira pós-colonial. A primeira delas se limitando a criticar os nacionalismos “progressistas” e as “pan-ideologias”⁷ (como o pan-africanismo) como exemplos de “falsas descolonizações” e “racialismos” às avessas, como o fizeram intelectuais africanos consagrados nos E.U.A e na Europa, como Kwame Appiah (*Na casa do meu pai*, 1992) e Achille Mbembe (*Auto-inscrição africana*, 2001). Ou seja, são conscientemente (ou não) instrumentos de propaganda neocolonial. A segunda, partindo do princípio que uma verdadeira descolonização não seria possível dentro dos parâmetros do Estado-Nação, e resolveu advogar por uma “revolução internacional” contra a colonialidade do poder, como o fazem R. Grosfoguel & Castro-Gómez (2007) e Sabelo J. Ndlovu-Gatsheni (2013). É evidente que tais posicionamentos não irão realizar nenhuma revolução no mundo concreto.

6. Neste particular, vale dizer, figuras como Amílcar Cabral, Mao Zedong e Julius Nyerere foram mais coerentes do ponto de vista teórico e prático do que as citadas referências “pós-coloniais”.

7. Expressão de Tilman Lüdke (2013).

Neste contexto, penso que as colocações de W. Mignolo (2008a; 2008b), por exemplo, sobre a experiênciasmexicanase bolivianas recentes me parecem mais interessantes e realistas. Acredita este autor que a forma como os Zapatistas e Evo Morales, entre outros, trouxeram a questão da identidade e das culturas subalternizadas para o primeiro plano da luta política seriam exemplos instigantes de como a luta por uma sociedade mais justa poderia também incorporar uma descolonização do saber e das subjetividades. Por aí, diz o autor, poder-se-ia vislumbrar novas opções civilizatórias, que estariam baseadas em modos de viver e de Ser invisíveis ao eurocentrismo reinante. Neste sentido, Mignolo acredita que tais alternativas são genuinamente novas na história política latino-americana recente, se comparadas às políticas de esquerda tradicionais e tendencialmente eurocêntricas da América Latina, como o nacionalismo populista e o comunismo (Mignolo, 2008b). Ou seja, o “giro decolonial” já estaria em curso. Neste contexto, Enzo Bello (2015), por exemplo, defende que já se poderia encontrar o “giro decolonial” nas novas Constituições do Equador (2008) e da Bolívia (2009), no sentido de que elas buscariam a o caráter “plurinacional” e “pluriétnico”.

A percepção deste fato levanta a seguinte questão: a “práxis decolonial” de fato só se realiza onde a questão “étnica” é central na reprodução social? Se sim, cabe outra pergunta: seria este o caso brasileiro?

➤ SOBRE O RACISMO ESTRUTURAL E O DECOLONIAL

A crescente bibliografia contemporânea em ciências sociais consagrou o termo “étnico-racial” para se referir à especificidade do racismo e do antirracismo no Brasil. É o único lugar no mundo que usa este termo de forma tão corriqueira, inclusive em instituições governamentais. Internacionalmente, em geral, tende-se a usar um dos dois termos, raramente os dois.

Este fato não é casual. Quando se fala em “étnico-racial” busca-se enfatizar que se trata de uma questão de duplo caráter. O primeiro é o “étnico”, em relação às supostas especificidades culturais do negro brasileiro; seja em sua própria particularidade

histórica “nacional”, seja em sua herança africana. O segundo é o racial, que deriva do fato de que a distinção social pela raça é um elemento central de nossa classificação social, tanto no sentido dos dominantes (eurodescendentes), quanto dos dominados (afrodescendentes e ameríndios).

Em ambas as perspectivas, há hoje farta e consolidada bibliografia. De modo que se pode optar tanto por uma quanto por outra destas interpretações (ou mesmo um misto das duas) na tentativa de analisar a questão “étnico-racial” no Brasil. O autor destas linhas tende a achar que a segunda perspectiva é a mais adequada nos dias atuais para entender o tema em pauta⁸. E, a partir deste fato, defende certo ponto de vista do por que a abordagem decolonial se colocar no Brasil, em grande parte, como uma “ideia fora do lugar”.

Entender a relevância do racismo brasileiro como fato estruturador do poder implica em última instância um olhar de longa duração (W. Barbosa, 2009; M. Barbosa, 2017). O racismo obviamente se originou dos quatrocentos anos de escravidão aqui existente. Poder-se-ia dizer ele existe na longa duração (F. Braudel). Como tal, já se en-

8. Não há espaço aqui para explicar as razões desta escolha. Mas há um fato histórico que vale destacar. Diferentemente do que ocorreu em relação a boa parte da população indígena na América Latina, o povo negro no Brasil veio de imigrações sucessivas de cativos de diferentes lugares da África. Ou seja, para cá vieram ao longo de quatro séculos dezenas de grupos “étnicos” africanos, que com o tempo foram se formando enquanto um aglomerado novo: o povo negro brasileiro. Tal formação, certamente, foi gradativamente formando também uma nova cultura, que era necessariamente uma simbiose entre as várias ancestralidades africanas e as culturas aqui existentes, ibérica e ameríndias – também em suas variedades. Com o tempo, esta nova cultura tornou-se, utilizando uma feliz expressão do historiador Joel Rufino dos Santos (1985): o “núcleo duro” da cultura brasileira. Ou seja, se há aí uma questão étnica ela já se tornou um fato nacional, desde muito tempo. Entre as décadas de 1970 e 1980, diversos intelectuais negros brasileiros buscaram defender que este “núcleo duro” citado teria na verdade um caráter étnico mais circunscrito ao negro brasileiro. E que deste fato poderia surgir um caminho alternativo ao Brasil para além de sua face capitalista-eurocêntrica, potencialmente genocida (A. Nascimento, 1981). Mas o fato é que este argumento torna-se infelizmente cada vez mais implausível diante da ferocidade com que o eurocentrismo e o “racismo estrutural” tem se consolidado no Brasil desde então. Sobretudo com a expansão recente, mas aparentemente consolidada das Igrejas Evangélicas. Neste contexto, talvez se possa pensar neste fundamento étnico como inconsciente coletivo (W. Barbosa, 1995). Mas é difícil perceber este caminho alternativo enquanto escolha consciente da população negra no país. Em particular, no meio urbano.

tende porque este racismo estrutural não vai desaparecer tão rapidamente do país. Mas ficar circunscrito a esta percepção pode ser algo enganoso, pois dá a entender que o racismo aqui existente seja apenas um fenômeno residual, que com o tempo iria se resolvendo gradativamente. Infelizmente, vemos hoje o quanto esta percepção está longe da realidade⁹. E, do ponto de vista acadêmico, os estudos sobre desigualdade racial foram decisivos nesta comprovação, desde o clássico de Carlos Hasenbalg (*Discriminação e desigualdades raciais no Brasil, 1979*), na medida em que passaram a estudar a correlação entre racismo e capitalismo contemporâneo no país¹⁰.

O racismo é uma poderosa forma de distinção social. Ele nasce e se reproduz de relações hierárquicas de poder entre povos conquistadores e outros conquistados, a partir da racialização (via estereotipificação sistemática e naturalização) – positiva e negativa – de diferenças fenotípicas entre tais povos. No sistema atlântico, trata-se da dominação de europeus e eurodescendentes (“brancos”) contra outros grupos populacionais (“não brancos”, em suas variações). Todavia, a questão fundamental não está mais na sua origem, mas na sua capacidade de reprodução. Quijano está certo neste ponto: a questão é contemporânea! Sociedades racistas (ontem, hoje e amanhã) são lugares de conquista em que um grupo populacional continua submetendo outros, criando formas de manter e naturalizar sua exploração e dominação (Fanon, 1956). No moderno sistema mundial, trata-se de uma distinção essencial à reprodução do capitalismo realmente existente, pois naturaliza a violência e as disparidades sociais em um mundo idealmente igualitário (liberalismo), mas concretamente desigual (Wallerstein, 2001). Em um mundo (e um país) cada vez menos industrializado e cada vez mais desigual, como o que vem surgindo em escala internacional, parece óbvio que o racismo irá se tornar um elemento central na naturalização da barbárie reinante (GPENN, 2017). Em particular, no genocídio racial e no encarceramento em massa já em curso no Brasil.

9. Aliás, como acreditavam no Brasil, autores de renome e antirracistas ainda na década de 1960, como Guerreiro Ramos (1957) e Florestan Fernandes (1964).

10. Sobre este ponto ver, entre outros: Antônio S. A. Guimarães (2003; 2016), Marcia Lima (2014), Angela Figueiredo (2015).

Este tema foi tratado por diversos pensadores, ativistas e intelectuais do antirracismo brasileiro. Abaixo apresentamos uma síntese dos resultados deste esforço intelectual de gerações, citando apenas alguns autores/as pioneiros das análises referidas. Para estes, o racismo naturaliza:

- Superexploração do trabalho, antes e depois do escravismo (Carlos Hasenbalg, 1979, Hasenbalg & Nelson do Valle Silva, 1988, 1992).
- Utilização da violência e do encarceramento como forma de controle social (MNU; Comitê Contra o Genocídio da Juventude Negra e Periférica).
- Desagregação do tecido social: a) despersonalização das vítimas (Guerreiro Ramos, 1957); b) potencialização do caráter sádico da dominação (Lélia Gonzalez, 1984); c) obstrução da consciência de classe (Florestan Fernandes, 1964; Henrique Cunha Jr., 1992; Clóvis Moura, 1988); d) obstrução da solidariedade intragênero (Sueli Carneiro, 2003a, 2003b; Luiza Bairros, 1995); e) destruição das heranças étnico-culturais dos povos dominados (Abdias do Nascimento, 1978, 1980; Wilson do N. Barbosa & Joel R. dos Santos, 1994).
- Construção de uma identidade nacional excludente mas aparentemente universalista, fundada no mito da democracia racial e no ideal de branqueamento (Abdias do Nascimento, 1978; Kabengele Munanga, 1999; Thomas Skidmore, 1976).
- Coesão ideológica e solidariedade das populações eurodescendentes (branquidade e eurocentrismo). Em particular, das classes dominantes e médias (Guerreiro Ramos, 1957).

Quando os ativistas do movimento negro brasileiro se referem ao racismo estrutural de nossa sociedade penso que eles estão se referindo essencialmente aos elementos deste quadro, com variações de ênfase, inclusão/exclusão de um ou outro componente, de um ou outro autor/autoras etc¹¹.

Façamos um esforço para pensar, em linhas gerais, as diferenças e semelhanças desta caracterização do racismo estrutural em relação ao que apontam a abordagem decolonial. Aparentemente, pode-se observar que muitos dos pontos acima elencados foram algo de investigações por parte da referida abordagem. Por exemplo: a superexploração do trabalho, a destruição das heranças étnico-culturais dos povos dominados, a questão da coesão ideológica e solidariedade das populações eurodescendentes (branquidade e eurocentrismo). A primeira temática foi abordada por Quijano (2002) e Grosfoguel (2008), mas não foi realmente pesquisada por eles ou outro integrante do Grupo. Talvez porque, salvo melhor juízo, não haja economistas entre eles. As outras duas questões citadas são mais correntes, e cabe citar pelo menos alguns livros fundamentais nesta linha de raciocínio: Arturo Escobar (*O fim do selvagem*, 1999; *A invenção do Terceiro Mundo*, 1999), W. Mignolo (*The darksideofRenaissance*, 1995; *La ideia de América Latina*, 2005), S. Castro-Gómes & R. Grosfoguel (como editores: *El giro decolonial*, 2007).

Atualmente, cada vez mais se tem buscado mostrar como o decolonial poderia ser útil para o entendimento de questões específicas das relações étnico-raciais no Brasil¹². Todavia, mais do que tais análises pontuais, penso que o decolonial proporciona aos estudiosos nacionais em questão, um tipo de abordagem geral muito útil, em que se pode ancorar outras análises mais pontuais. Isto é, a teoria da colonialidade do po-

11. É importante entender o quanto esta análise difere daquilo que usualmente chama-se de “política de identidade” ou de “minorias”, como usualmente se faz para se descaracterizar a luta do movimento negro brasileiro. Seria melhor chamá-la de estrutural, na medida em que pretende superar a estruturação racial que, na longa duração, faz do Brasil, Brasil; tanto em seus defeitos, quanto em suas supostas qualidades (tolerância, país do futuro, miscigenação como valor em si etc).

12. O número de trabalhos cresce exponencialmente, inclusive em encontros dedicados especialmente ao tema. Ver, entre outros: Silva (2017), Oliveira & Candau (2010), Miranda & Riascos (2016).

der. Uma teoria social mais clássica, que arrisca dizer o que é ou não fundamental para compreender a realidade que busca estudar. Neste caso, a realidade latino-americana.

Do ponto de vista acadêmico isto é algo útil e importante. Embora o decolonial esteja longe de abarcar a multiplicidade e a profundidade da crítica já realizada pelos teóricos das relações étnico-raciais no país, que buscaram explicar as faces do racismo estrutural à brasileira, ele permite uma forma simplificada de adentrar neste debate, na medida em que traz uma teoria coerente – e cada vez mais respeitável – que pode embasar muitas interpretações específicas. Neste sentido, o decolonial encontrou um lugar respeitável para ele.

▶ POR UMA PRÁXIS NEGRA BRASILEIRA

Quando Roberto Schwarz (1977) utilizou a metáfora da ideia fora do lugar tratava-se na verdade de uma pergunta capciosa. Afinal, em última instância, nenhuma ideia é completamente “fora de lugar”. Se ela foi (e continua sendo) utilizada é porque serve a algum propósito. As ideias não são importantes em si mesmas, mas na medida em que dizem algo para os homens e mulheres. Sua historicidade, como práxis, depende deste fato (Kosik, 2010).

No caso do decolonial, no Brasil, não resta dúvida de que tal ideia tem um propósito correto. Ao utilizá-la, podemos assumir uma postura crítica da agenda política e teórica (em particular na academia) eurocêntrica na América Latina. E, deve-se dizer, o giro decolonial, em especial conforme inicialmente pensado por A. Quijano, de fato possui uma série de elementos teóricos que permitem o avanço desta crítica necessária; assim como de alternativas possíveis (Silva, 2015).

No entanto, do ponto de vista teórico, há de se ter uma postura crítico-assimilativa também desta nova tradição crítica. Ela foi pensada dentro de uma premissa civilizacional que não corresponde (pelo menos não mais) a realidade da questão étnico-racial do negro brasileiro. Quando Quijano fala da colonialidade do poder e do Bem Viver

como práxis “decolonial”, ele tem por premissa que existiria um arcabouço civilizacional – indígena -, que poderia servir como alternativa social a tal poder dominante (Quijano, 2013: 56). Ele não diz que isso é étnico, muito menos que este arcabouço é inerte ou estático. Diz que é algo mutável, dinâmico, heterogêneo. Mas ainda assim, trata-se de algo que possuiria uma substância histórica comum: um “núcleo de identidade histórica” (Quijano, 2008). Mas não seria isto o que sempre se chamou de etnia? Ou seja, certa correlação de um povo com sua cultura em determinado tempo histórico?

Se tal percepção não é óbvia para os seus discípulos é porque o próprio autor não é claro neste ponto. Na medida em que a raça é o determinante fundamental da teoria da colonialidade do poder, faria sentido imaginar que os “não brancos” (ameríndios e negros) seriam os sujeitos do projeto decolonial. Mas o fato é que embora a teoria do sociólogo peruano se fundamente na raça, a práxis daí resultante para ele é mais étnica do que racial. O sujeito decolonial para ele são os grupos autóctones (latino-americanos) que conseguiram resguardar sua herança civilizacional, não são os que não conseguiram fazê-lo. Daí se entendem suas críticas as “auto-identificações” étnicas ou raciais das populações indígenas. Para ele, isto seria uma rendição à colonialidade do poder (Quijano, 2008).

Por esta razão fundamental, a teoria decolonial não pode ser uma teoria que fundará uma práxis negra brasileira. Assim como outras teorias de fundo antirracista e tendencialmente pós-eurocêntricas, como o pan-africanismo e o pós-colonial, ela só poderá ser, na melhor das hipóteses, um suporte para esta teoria necessária, mas nunca o seu fundamento¹³. Tal teoria terá que ser formulada pelos próprios ativistas antirracistas brasileiros. Não há como se desviar deste fato e, por consequência, desta reponsabilidade.

13. O mesmo argumento cabe para a teoria da necropolítica de Mbembe (2016), que contra grande ressonância no ativismo negro contemporâneo no Brasil. Sua teoria foi construída para pensar as formas contemporâneas de violência generalizada perpetradas na África pós-colonial. Ela tem sido utilizada para fundamentar uma teoria para a questão do genocídio do negro brasileiro. Ela pode ter sua utilidade neste sentido. Mas quando usamos uma teoria externa como fundamento de uma práxis interna estamos ontologicamente errados, pois nenhuma teoria externa foi elaborada no intuito de pensar a realidade étnico-racial brasileira, em sua amplitude e complexidade.

Neste sentido, cabe retomar o trabalho coletivo que vinha sendo feito na tentativa de formular um pensamento próprio sobre a realidade étnico-racial no país. Neste contexto, se formos levar a sério o que vem sendo construído nas últimas décadas, teremos que admitir que a raça no Brasil é o elemento fundamental de nossa reprodução social, pelo que se pode constatar dos cinco pontos levantados que definiriam o racismo estrutural no país (pp.12-13). É a partir deste ponto que cabe retomar a prática teórica.



REFERÊNCIAS

AMIN, Samir. *O eurocentrismo: crítica de uma ideologia*. Lisboa: Edições Dinossauro, 1999 [1989].

APPIAH, Kwame A. *In my father's house: Africa in the philosophy of culture*. New York: Oxford University Press, 1992.

BAIROS, Luíza. Nossos Feminismos Revisitados. In: RIBEIRO, Matilde (Org.) Dossiê Mulheres Negras. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis: CFH/CCE/UFSC, v.3, n. 2, 1995, pp.458-463.

BALLESTRIN, Luciana. América Latina e o giro decolonial. *Revista Brasileira de Ciência Política*, nº11. Brasília, maio - agosto de 2013, pp. 89-117.

_____. Modernidade/Colonialidade sem "imperialidade"? O elo perdido do Giro Decolonial. *Dados* [online]. 2017, vol.60, n.2, pp.505-540.

BARBOSA, Muryatan S. A crítica pós-colonial no pensamento indiano contemporâneo. *Afro-Ásia*, 39 (2010), pp. 57-77.

_____. Crise mundial, crise brasileira e racismo. *Cadernos da ENFF*, no. 1, 2017. Disponível em :http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/Cad-Anal-Conjuntura_n.01.pdf

BARBOSA, Wilson do N. & SANTOS, Joel R. *Atrás do muro da noite: dinâmica das culturas afro-brasileiras*. Brasília, Ministério da Cultura/Fundação Cultural Palmares, 1994.

BARBOSA, Wilson do N. A discriminação do negro como fato estruturador do poder. *Sankofa: revista de história da África e de estudos da diáspora africana*, v. 2, n. 3, 2009, pp. 71-103.

BELLO, Enzo. O pesamento decolonial e o modelo de cidadania no novo constitucionalismo latinoamericano. *Revista de Estudos Constitucionais, Hermenêutica e Teoria do Direito* (RECHTD), v.7, n.1, 2015, pp.49-61.

CAHEN, Michael. Is "Portuguese-speaking" Africa Comparable to "Latin" America? Voyaging in the Midst of Colonialities of Power. *History in Africa*. Volume 40, October, 2013, pp. 5-44.

CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. In: *Racismos contemporâneos*. Organização, Ashoka Empreendedores Sociais e Takano Cidadania. Rio de Janeiro: Takano Ed, 2003b).

_____. Mulheres em movimento. *Estudos Avançados*. vol.17 no.49, São Paulo Sept./Dec. 2003a.

CASTRO-GÓMES, S. & GROSFUGUEL, R. Giro decolonial, teoría crítica y pensamiento heterárquico. In: CASTRO-GÓMES, Santiago & GROSFUGUEL, Ramón (eds.). *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 2007.

CLÍMACO, D.A. Prólogo. In: QUIJANO, A. *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. 1ª edição. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2014, pp.13-53.

DIRLIK, Arif. A aura pós-colonial: a crítica terceiro-mundista na era do capitalismo global. *Novos Estudos CEBRAP*, 49, novembro 1997 [1994: *Critical Inquiry*].

DOS SANTOS, Joel Rufino. O movimento negro e a crise brasileira. *Política e Administração*. Fundação Escola do Serviço Público/RJ. Vol. 2, Julho-Setembro, 1985, pp. 285-308.

ESCOBAR, Arturo. *La invención del tercer mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas, Venezuela: [s.n.], 2007.

FANON, Frantz. Racismo e cultura [1956]. In: SANCHES, Manuela R. (orga.). *Malhas que os impérios tecem: textos anticoloniais, contextos pós-coloniais*. Lugar da História. Lisboa: Edições 70, 2012.

_____. *Condenados da Terra*. Juiz de Fora: UFJF, 2010 [1961].

FERNANDES, Florestan. *Integração do negro na sociedade de classes*. São Paulo: Editora Globo, 2008 [1964].

FIGUEIREDO, Angela. A obra de Carlos Hasenbalg e sua importância para os estudos das relações das desigualdades raciais no Brasil. *Revista Sociedade e Estado*. Volume 30, número 1, 2015, Janeiro/Abril,

GONZALEZ, Lelia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. *Revista Ciências Sociais Hoje*. Anpocs, 1984, pp. 223-244.

GPENN-UFABC (2017). Teses sobre o novo neocolonialismo e suas consequências. Disponível em: <https://gpennblog.wordpress.com/>.

GROSGOUEL, Ramon. Desenvolvimentismo, Modernidade e Teoria da Dependência. *REALIS - Revista de Estudos AntiUtilitaristas e PosColoniais*. v.3, n.2, 2013, pp.26-55.

_____. Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.80, 2008, pp.115-147.

GUHA, Ranajit. Introduction. In: GUHA, Ranajit (ed.). *Subaltern Studies reader (1986-1995)*. Minneapolis, MN: University of Minnesota, pp. ix-xxii, 1997.

GUIMARÃES, Antônio. S. A. O legado de Carlos Hasenbalg (1942-2014). *Afro-Ásia*, 53 (2016), pp. 277-290.

_____. "Como trabalhar com 'raça' em sociologia". *Educação e Pesquisa* (USP), São Paulo, v. 29, n.01, 2003, pp. 93-108.

HASENBALG, C. & SILVA, N. V. *Relações raciais n Brasil contemporânea*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora; luperj, 1992.

HASENBALG, Carlos. *Discriminação e desigualdades raciais no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

_____. *Estrutura social, mobilidade e raça*, Rio de Janeiro: Vértice, 1983.

JUNIOR, Henrique C. *Textos para o movimento negro*. São Paulo: EDICON, 1992.

KOSIK, Karel. *Dialética do concreto*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2010.

LATIN AMERICAN SUBALTERN STUDIES GROUP. Founding statement. *Dispositio/n* XIX. 46 (1994), pp. 1-11.

LIMA, Márcia. A Obra de Carlos Hasenbalg e seu Legado à Agenda de Estudos sobre Desigualdades Raciais no Brasil. *Dados* [online]. 2014, vol.57, n.4, pp.919-933.

LUDKE, Tilman. Pan-Ideologies. In: *EuropeanHistory Online* (EGO), published by the Leibniz Institute of European History (IEG), Mainz, 2013. Disponível em: <http://www.ieg-ego.eu/luedket-2012-en>. Consultado em 20/04/2018.

LUGONES, Maria. Colonialidad y Género. *Tabula Rasa*, n.09, 2008, pp.73-101.

MBEMBE, Achille. As formas africanas de auto-inscrição, *Estudos Afro-Asiáticos*, vol.23, n.1, 2001, pp.171-209.

_____. Necropolítica. *Tematicas*. 2016 [2006: *Raisons politiques*], n.32.pdf

MIGLIEVICH-RIBEIRO, A. M. Por uma razão decolonial: desafios ético-político-epistemológicos à cosmovisão moderna. *Civitas: Revista de Ciências Sociais* (Impresso), v. 14, 2014, pp. 66-80.

MIGNOLO, Walter. Desobediência epistêmica: a opção decolonial e o significado de identidade em política. *Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Literatura, língua e identidade*, no 34, 2008a, pp. 287-324.

_____. Novas reflexões sobre a "idéia da América Latina": a direita, a esquerda e a opção decolonial. *Cad. CRH* [online], vol.21, n.53, 2008b, pp.237-250.

_____. The geopolitics of knowledge and the colonial difference. *The South Atlantic Quarterly*, v. 101, n. 1, pp. 57-95, 2002.

MIRANDA, Claudia & RIASCO, Fanny M. Q. Pedagogias decoloniais e interculturalidade: desafios para uma agenda educacional. *Educ. Foco*, Juiz de Fora, v.21, n.3, set. / dez. 2016, pp. 545-572.

MOURA, Clovis. *Sociologia do negro brasileiro*. São Paulo: Ática, 1988.

MUNANGA, Kabengele. *Rediscutindo a mestiçagem: identidade nacional versus identidade negra no Brasil*. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

NASCIMENTO, Abdias. *O quilombismo*. Rio de Janeiro: Fundação Cultural Palmares/ CR Editor Produtor, 2002 [1981].

_____. *O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado*. São Paulo: Perspectiva, 2016 [1978].

NDLOVU-GATSHENI, Sabelo. *Coloniality of power in postcolonial Africa: myths of decolonization*. Dakar, CODESRIA, 2013.

OLIVEIRA, Luiz Fernandes de & CANDAU, Vera Maria Ferrão. Pedagogia decolonial e educação antirracista e intercultural no Brasil. *Educ. rev.* [online]. 2010, vol.26, n.1, pp.15-40.

QUIJANO, Anibal. Raza, Etnia y Nación em Mariátegui: cuestiones abiertas. Em: Morgues, R. (org.) *Mariátegui y Europa: El Otro Aspecto del Descubrimiento*. Lima, Editora Amauta. 1993.

_____. Colonialidad del poder y clasificación social. In: CASTRO-GÓMES, S; GROS-FOGUEL, R. (Ed.). *El giro decolonial*. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 2007, pp.93-126 [2000: *Journal of World-Systems Research*].

_____. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, E. (org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. Buenos Aires: CLACSO, pp.107-130, 2000.

_____. Colonialidade, poder, globalização e democracia. *Revista Novos Rumos*, São Paulo, ano 17, v.37, 2002 [2000].

_____. Qué tal raza! *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, vol.6, 2000, pp.37-45.

_____. Colonialidad y modernidad-racionalidad. In: BONILLO, H. (Comp.) *Los conquistados*. Bogotá: Tercer Mundo Ediciones, FLACSO, 1992, pp.437-449 [1991: *Peru Indígena*].

_____. *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. 1ª edição. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2014.

_____. El fantasma del desarrollo em América Latina. In: *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, v.6, n.2, 2000b, pp.73-90.

_____. & Jorge Pereira Filho. Entrevista com o sociólogo peruano Aníbal Quijano. *História em projetos*. Disponível em: <http://historiaemprojetos.blogspot.com.br/2008/10/entrevista-com-o-sociologo-peruano-anibal.html>. Consultado em 20/04/2018.

_____. "Bem Viver": entre o "desenvolvimento" e a "des/colonialidade" do poder. *R. Fac. Dir. UFG*, v. 37, n. 1, 2013, pp. 46 - 57, jan. / jun.

QUIJANO, A.; WALLERSTEIN, I. Americanity as a concept, or the Americas in the modern world-system. *International Social Science Journal*, v.44, 1992, pp.559-575.

RAMOS, Alberto G. *Introdução crítica à sociologia brasileira*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1995 [1957].

RIBEIRO, Gustavo L. "Why (post)colonialism and (de)coloniality are not enough: a post-imperialist perspective". *Postcolonial Studies*, v. 14, n. 3, 2011, pp. 285-297.

RODRIGUEZ, Octávio *O estruturalismo latino-americano*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

SAID, Edward. *O orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990 [1978].

SCHWARZ, Roberto. *Ao vencedor as batatas: forma literária e processo social nos inícios do romance brasileiro*. São Paulo: Editora 34, 2012 [1977].

SILVA, Lucas T. da. Colonialidade do poder como meio de conhecimento: em torno de seus limites e potencialidades explicativas. *PLURAL*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.22.2, 2015, pp.204-221.

SKIDMORE, Thomas. *Preto no branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro (1870-1930)*. São Paulo: Companhia da Letras, 2012 [1976].

WALLERSTEIN, Immanuel. *Capitalismo histórico e civilização capitalista*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001 [1983].

A contribuição do pensamento crítico e da economia política latino-americanos para formação de uma epistemologia contra-hegemônica¹⁴

Ruy Sardinha Lopes¹⁵

Em seu livro **Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação**, Cesar Bolaño, depois de reconhecer que, nas Ciências Sociais, na medida em que não há diferença ontológica entre sujeito e objeto, a luta epistemológica é também política, estabelece importante diálogo com um artigo - **balanço da situação atual do campo da comunicação** - de autoria de Muniz Sodré (2012), campo esse tido pelo comunicólogo como “em apuros”. Não é nosso objetivo analisar os acertos e limites do referido artigo nem, tampouco, a importante contribuição desse livro para o debate ao redor da epistemologia da comunicação, mas simplesmente tomar uma afirmação ali posta para pensar o papel do pensamento crítico comunicacional latino-americano, e em especial da economia política crítica da comunicação e da cultura, nessa luta.

É justamente por partir dessa petição de princípio – a inseparabilidade entre a luta epistemológica e a política – que Bolaño se aproxima do conceito bourdieano de **campo**, em detrimento do conceito de paradigma, de longa fortuna crítica na literatura científica. Como sabemos, para Pierre Bourdieu, campo é uma espécie de microcos-

14. Este capítulo origina-se da apresentação feita XV Seminário Obscom/Cepos e do trabalho apresentado do XV Congresso Ibercom, realizado na Universidade Católica Portuguesa, entre os dias 16 e 18 de novem de 2017. Uma primeira versão encontra-se publicada originalmente nos anais do referido Congresso (ver XV Congresso IBERCOM 2017 : comunicação, diversidade e tolerância [recurso eletrônico] / organização Maria Immacolata Vassallo de Lopes ... [et al.] – São Paulo: ECA-USP ; Lisboa: FCH-UCP, 2018 (<http://assibercom.org/ebook-ibercom-2017.pdf>)).

15. Doutor em Filosofia, professor do curso de graduação e de Pós-graduação do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da USP, Campus de São Carlos. Presidente da Federação Brasileira das Associações Acadêmicas e Científicas da Comunicação (SOCICOM) e coordenador do Núcleo de Estudos das Espacialidades Contemporâneas (NEC-USP).

mos dotado de leis próprias, é “o universo no qual estão inseridos os agentes e as instituições que produzem, reproduzem ou difundem a arte, a literatura ou a ciência. Esse universo é um mundo social como os outros, mas que obedece a leis sociais mais ou menos específicas (BOURDIEU, 2004,p.20). Formado por agentes, indivíduos ou instituições, e pelas relações objetivos que conformam, “todo campo científico, por exemplo, é um campo de forças e um campo de luta para conservar ou transformar esse campo de forças” (idem, p.22).

Tal visada permite-nos enxergar as disputas entre as várias correntes teóricas e epistemológicas do campo como poderosos instrumentos da luta entre os agentes em posição favorecida e que presam pela conservação de sua estrutura e posição e aqueles que, não sendo possuidores de capital simbólico e epistemológico capazes de lhe conferirem centralidade hegemônica, clamam por sua renovação.

É nesse sentido que Bolaño (2015, p. 83) afirma:

Não se deve esperar, portanto, que a inovação radical venha do centro, nem tampouco, por certo, de fora do campo. É na periferia onde devem ser procurados os sinais de ruptura. Assim, se a comunicação é um campo hoje em apuros, a tábua de salvação terá de ser buscada junto àqueles setores inseridos no campo científico de forma subordinada, que dominam o código, os fundamentos da disciplina, sendo capazes de recuperar “epistemologias do sul” (Santos e Meneses, 2010) e utilizá-las oportunamente na luta epistemológica.

Nesse sentido, continua o nosso autor, o pensamento crítico latino-americano estaria melhor situado para oferecer alternativas inovadoras. Vejamos, portanto, como uma certa vertente do pensamento comunicacional crítico latino-americano seria capaz de propiciar uma renovação do campo.

▶ EPISTEMOLOGIAS CONTRA HEGEMÔNICAS

Maria Paula Meneses, na introdução ao número 80/2008 da **Revista Crítica de Ciências Sociais** dedicada ao tema **Epistemologias do Sul**, aponta, na relação Norte-Sul, não apenas para a persistência das relações capitalistas imperiais, mas também para o “eixo da colonização epistêmica o mais difícil de criticar abertamente” (MENESES, 2008,p.5).

Nas palavras de Maria Meneses:

A relação global etno-racial do projecto imperial do Norte Global vis à vis o Sul Global – metáfora da exploração e exclusão social – é parte da relação global capitalista. Esta hierarquização de saberes, juntamente com a hierarquia de sistemas económicos e políticos, assim como com a predominância de culturas de raiz eurocêntrica, tem sido apelidada por vários investigadores de ‘colonialidade do poder’. Uma das expressões mais claras da colonialidade das relações de poder acontece com a persistência da colonização epistêmica, da reprodução de estereótipos e formas de discriminação (idem, p.5-6).

Assim, se como aponta Boaventura de Sousa Santos, uma importante ruptura possibilitada pela emergência de uma Epistemologia do Sul seria a destituição do monopólio da ciência moderna na compreensão exclusiva do conhecimento, abrindo espaço para a diversidade de saberes, atores e experiências, é preciso não somente estar atento para as formas e mecanismos de manutenção da hegemonia, como armar-se de instrumentos epistemológicos capazes de fazer frente ao pensamento imperial.

Sabemos o quanto, a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, a construção da hegemonia norte-americana passou não somente pela ajuda econômica e militar aos países agora sob sua influência geopolítica, mas também por aquilo que ficou conhecido como “imperialismo cultural” – a abertura de novos mercados aos bens culturais

essenciais a formação de um novo pensamento hegemônico. Dentre os produtos culturais impostos à América Latina estava, como bem nota Enrique Sanchez Ruiz (2015, p. 8), suas Ciências Sociais:

Entre lo que el país del norte exporta a todo el orbe se cuenta su ciencia social (o lo que en ese tiempo preferían llamar “ciencias del comportamiento”). Durante las décadas de los cincuenta y de los sesenta, Latinoamérica recibe, acriticamente y sin mediaciones ni adaptaciones, las teorías y metodologías en boga en Estados Unidos: el empirismo, el funcionalismo, el difusionismo y su síntesis, el “desarrollismo”—resumido en las teorías de la modernización—, cunden en la antropología, la sociología, la ciencia política, la economía y por supuesto, en los estudios sobre comunicación social. La “modernización” de nuestros países debía incluir a las ciencias sociales (Sánchez Ruiz 1986; González Casanova 1977; Boils y Murga 1979). En el caso de la comunicación social, los estudios de audiencia, de opinión pública y similares, comienzan a desarrollarse en el sector privado ante la expansión, con una dinámica globalizante, de los modernos medios de difusión masiva, de la publicidad y los esquemas comerciales, que también son importados de Estados Unidos (Marques de Melo 1984).

Assim, ainda segundo a interpretação de Sanchez Ruiz, a primeira época do CIES-PAL, FLACSO e CEPAL, apenas para citar 3 das mais importantes instituições formadoras do pensamento crítico latino-americano, foi “la época de um predomínio pronunciado de la influencia norteamericana sobre la ciencia social de nuestro subcontinente” (idem, p.9).

A primeira experiência contra hegemônica do pensamento crítico latino-americano pode ser observada na metade da década de 1960, embalado por aquilo que Fredric Jameson chamou de terceiro mundismo

[...] a época em que todos esses 'nativos' tornaram-se seres humanos, e isto tanto interna quanto externamente: aqueles internamente colonizados do Primeiro Mundo – as 'minorias', os marginais e as mulheres – não menos que os súditos externos e os 'nativos' oficiais desse mundo" (JAMESON, 1992, p.85).

Se, como aponta Jameson, a política da alteridade então acionada ligava-se à crise daquela "categoria mais uniforme que até então pareceria subsumir todas as variedades de resistência social, qual seja, a concepção clássica de classe social" (idem, p.86); também é verdade que, fortemente influenciados pela leitura da luta entre Colonizador e Colonizado e a possibilidade de reversão da consciência servil do Colonizado de Frantz Fanon (*Les damnés de la Terra*, 1916), não somente a hegemonia americana se viu contestada por meio da introdução de outras matrizes teóricas, como o estruturalismo francês, como propiciou o florescimento "de uma ciência social crítica (los estudios de comunicación incluidos) com raíces y características muy latino-americanas" (RUIZ, 2015,p10).

Evidentemente, tal possibilidade foi resultante do desenvolvimento do pensamento crítico na região. Se lembramos do importante aporte materialista segundo o qual a história das ideias só pode ser entendida como a tentativa "de conceituar uma substância histórica e social ela própria em constante transformação dialética" (JAMESON, 1992,p. 93), torna-se bastante relevante a lembrança de que, pelo menos desde a década de 1920, já havia, no interior do pensamento marxista da região a coexistência de perspectivas europeizantes com outras, como a de José Mariátegui, que, ao se debruçar sobre a questão indígena peruana e a história cultural local, advogou pela necessidade de reelaboração dos conceitos marxistas à luz desta realidade concreta.

Ainda que a esse primeiro período (na periodização proposta por Aricó e Lowy) tenha se seguido uma fase marcada pelo esquematismo stalinista (1930-1959), o que implicou certo esforço uniformizador, também é verdade, como mostra Agustín Cueva (1987), que justamente nesse período ganha corpo um movimento intelectual inspira-

do no marxismo – com nomes como Pablo Neruda, Cesar Vallejo, Nicolás Gillén, Jorge Amado, Diego Rivera e Oscar Niemayer – fortemente ligado às questões locais, conferindo ao marxismo “cidadania latino-americana”.

Ahora bien, conviene destacar que a través de esta pléyade de creadores el marxismo se funde indisolublemente con lo nacional y lo popular en la medida en que: a) se recuperan las raíces populares subyacentes en grupos étnicos oprimidos: indios, negros, mulatos, mestizos, etc.; b) se reinterpreta nuestra historia y nuestras tradiciones; c) se crea, a partir de lo anterior, un nuevo repertorio simbólico y hasta un nuevo lenguaje; y ello d) sin caer en el folklorismo y ubicando esas imágenes y representaciones en la perspectiva de la construcción de una cultura nacional hasta entonces inexistente, o por lo menos atrofiada por el carácter estamental de la sociedad oligárquica y por la dominación imperial; y e) destacando las múltiples tensiones y contradicciones, incluidas las de clase, que surcan la vida de nuestras naciones (CUEVA, p.183).

Ainda que tal visada tenha ganho densidade tanto no desenvolvimento de uma sofisticada vertente do materialismo cultural, exemplificada, por exemplo, pelas ideias, já a partir dos anos 1940, de Antônio Cândido, quanto numa original “reflexão sistemática dos latino-americanos sobre sua própria trajetória político-econômica e sobre a sua especificidade com relação ao resto do mundo capitalista” (FIORI, 2001, p.42), representada, por exemplo, pelas ideias germinais de Raul Prebisch e Celso Furtado; será, sem dúvida, na década de 1960, embalados pela brisa que soprava da Sierra Maestra e inter cruzando a matriz estruturalista com o pensamento marxista, que a constituição de um original pensamento de esquerda representado por figuras como Rui Mauro Marini, Teotônio dos Santos, Gunter Frank, Caio Prado Júnior, Fernando Henrique Cardoso, Enzo Faletto, Paulo Freire e, mais próximo das reflexões do campo comunicacional, Nelson Werneck Sodré, pode se afirmar; não à revelia dos grandes marcos teóricos do pensamento econômico e social europeu e norte-americano, mas com a

consciência de que, sendo referências obrigatórias, passavam a operar em um espaço diverso, com travejamento sociológico diferente, mas não alheio, como tão bem notou Roberto Schwarz (1999, p.95).

Se essa foi uma espécie de “época de ouro” para as epistemologias periféricas, onde se gestou até mesmo “la pretensión de que se podrían generar o inventar una teoría, metodología, epistemología incluso, totalmente ‘autóctonas’”(RUIZ, 2015, p.11), sua principal virtude foi o esforço de abarcar a totalidade. Segundo Paulo Henrique Martins, vice-presidente da Associação Latino-Americana de Sociologia (ALAS), a compreensão de nossa especificidade inserida e comandada pela dinâmica abrangente do capital, permitiria pensar o desenvolvimento para além de duas armadilhas – a que o toma como um processo histórico universal, a ser realizado independentemente dos fatores humanos e ambientais locais ou simplesmente como uma realidade nacional ou local, desconhecendo as interações entre sociedades e economias no sistema-mundo. (MARTINS: 2011,p.10).

➤ A CONTRA OFENSIVA HEGEMÔNICA

Voltando à nossa petição de princípio – a inseparabilidade entre a luta epistemológica e política, apontada por Bolaño -, mas também ao lembrete epistemológico a pouco referido de que a substância histórica e social desta luta encontra-se em constante transformação dialética, podemos entender o refluxo deste pensamento crítico, em curso desde o final da década de 1970, mas que, na América Latina, ganha força a partir da avalanche pós-moderna dos anos 80 e 90, por meio da concorrência de diversas coordenadas.

Em primeiro lugar, pelos limites interpretativos de uma teoria que, moldada em grande medida sob o industrialismo e a fase monopolista do capital não conseguia apreender conceitualmente a transformação dialética da própria realidade que se anunciava. A virada “cultural” ou semiológica, como mais tarde será denominada, será interpretada por Jameson, menos

[...] pela descoberta de uma nova verdade científica (o Simbólico) e antes como o sintoma de uma experiência essencialmente protopolítica e social, o choque de algum objeto novo, difícil, não-conceituado e resistente, que o arsenal de conceitos disponíveis não pode absorver e que gera assim, gradualmente, toda uma nova problemática" (JAMESON, p.100).

Assim, o "encerramento dos anos 60", que para Jameson se dá no período entre 1972-1974, pode ser explicado tanto pelas implicações da chamada Terceira Revolução Tecnológica, quanto por uma série de acontecimentos políticos, como a retirada das tropas norte americanas do Vietnã (1973), o choque do petróleo, uma das consequências da guerra do Yom Kippur, a elaboração de uma nova estratégia global para a afirmação dos interesses do Primeiro Mundo (idem, p.120-121) e que, em última instância podem ser explicados pela transição de um estágio sistêmico a outro, onde a vocação globalizante do capital poderá, finalmente, realizar-se.

É óbvio que a recomposição da hegemonia do Primeiro Mundo teria de passar pela reestruturação do "eixo da colonização epistêmica" – além é claro da desorganização do movimento operário organizado, constituindo a segunda coordenada a ser considerada. A disseminação, lá e cá, de um conjunto de correntes teóricas "pós-modernas" e neoliberais que reduziam o conjunto da vida social aos fluxos econômicos ou que entendiam o mundo como uma realidade fragmentada impassível de qualquer totalização e a sociedade como um conjunto heteróclito e indeterminado de atores, contingências e acontecimentos efêmeros, foi um importante instrumento da luta epistemológica e um duro golpe à tradição crítica, constituindo uma espécie de "pensamento único" ou novo "regime de verdade".

Como afirmou Atilio Borón (2005, p. 5):

Obviamente, el influjo de estas dos grandes corrientes sobre la cultura latinoamericana, y no sólo sobre las ciencias sociales, se tradujo en uno verdadero asalto en contra del pensamiento críti-

co. Bajo su égida no hay pensamiento crítico posible. Más bien, lo que se impone es una oportuna resignación política, que brota del reconocimiento de la derrota que hemos sufrido, de lo ilusorio de nuestras utopías y de lo fútiles que fueron las luchas libradas para crear un mundo mejor. Es decir: en lugar de pensamiento crítico, pensamiento único, o la dura pero realista admisión de que no existen alternativas, de que este es el único mundo posible y todo lo demás son melancólicas ilusiones. Hemos sido derrotados, hemos perdido, el capitalismo ha triunfado definitivamente. Si hay otro mundo posible, como dicen en Porto Alegre, seguramente será peor que el actual.

Ou Enrique Sanchez Ruiz (2015 ,p.15)

En el plano intelectual hubo dos configuraciones discursivas que influyeron—en mayor o menor medida—sobre las ciencias sociales y las humanidades latinoamericanas. Se trata del mencionado predominio ideológico y del peso político del pensamiento neoliberal (en especial la economía neoclásica), y de las influencias, en algunos momentos difuminadas, en otros bastante evidentes, del pensamiento posmoderno (Sánchez Ruiz 2009). Si bien no necesariamente se originan de la misma matriz discursiva o epistemológica, estas dos constelaciones de sentido encontraron en muchos momentos una gran intersección, de tal manera que se llegaron a combinar para constituir una especie de “clima de opinión” global, o episteme, conducente al conformismo y acriticismo globales—lo que podría resumirse con la expresión de “el fin de la historia” (Fukuyama 1992).

Em terceiro lugar, a reestruturação do processo de acumulação e reprodução do capital, agora sob dominância financeira e nova base tecnológica, não somente alavancou a economia norte-americana (que entre 1995 e 2000, obteve uma taxa média

de expansão do PIB superior a 4% ao ano) e levou à diplomacia do “dólar forte e das armas”, quanto a um reenquadramento da periferia, e, portanto, da América Latina, na “nova ordem econômica mundial”. Tal reenquadramento, no caso da América Latina, pode contar com a persuasão da profunda crise socioeconômica sofrida ao longo da década de 1980 impondo à região o ajuste neoliberal. O fato de parte da liquidez internacional daquele período ter sido direcionada para a América Latina, indicava não somente a adequação das políticas macroeconômicas locais a tal receituário, mas sua transformação num dos grandes laboratórios de experimentação das políticas e práticas neoliberais, então em curso e que, em boa medida, ainda não se esgotaram.

Desse modo, a grande maioria dos governos latino-americanos, entre o final dos anos 80 e início dos 90, aderiu, com diferentes graus de intensidade, aos ajustes estruturais que consistiam, por um lado, em planos de estabilização econômica, por meio da valorização cambial, e, por outro, em reformas institucionais voltadas, principalmente, à liberalização econômica, à estabilização do direito de propriedade e à flexibilização do mercado de trabalho. Assumiu-se, portanto, a retórica de que o excessivo intervencionismo estatal era o principal empecilho para que os países latino-americanos prosperassem (PINTO; BALANCO, 2013, p.14).

➤ INFLEXÕES À ESQUERDA

Passada a onda neoliberal e verificada a inadequação de tais medidas, verificou-se que “ as contradições internas do modelo neoliberal (expressas pela impossibilidade de redução da taxa de juros abaixo de certo nível imposto pelo capital financeiro) provocaram desmedidas elevações da dívida pública e impediram a fixação de um processo de crescimento sustentável que levasse à melhoria na distribuição de renda ” (idem, p.15). A pauperização de grande levadas populacionais e a depreciação monumental de grande parte de seus ativos, aliadas a ampliação da subordinação latino-americana às

potências centrais conformaram o solo propício para que uma nova inflexão à esquerda, a partir de 2002, pudesse se afirmar (idem, p.16).

O fato é que, a partir da primeira década dos anos 2000, o aumento dos preços das principais *commodities* da região – petróleo, gás, minerais e alimentos – e o incremento das exportações propiciados pela ascensão da economia chinesa permitiram a recuperação da capacidade fiscal e maiores investimentos públicos em infraestrutura e políticas sociais massivas (idem, p.18), dando origem a “via alternativa” de desenvolvimento socioeconômico posta em curso por alguns governos da região que ficou conhecida, a partir da formulação original de Bresser-Pereira (2003,2006), como **neo (ou novo) desenvolvimentismo**.

Ainda que não houvesse consenso sobre as estratégias políticas e econômicas adotadas ou a melhor forma de caracterizá-las, é possível estabelecer, nas palavras de Plínio Sampaio Jr, um denominador comum entre os economistas que defendem essa tese:

[..] procuram uma terceira via que evite o que consideram o grave problema do neoliberalismo - a cumplicidade com o rentismo – e o que atribuem como as inevitáveis perversidades do velho desenvolvimentismo – o nacionalismo anacrônico, a complacência com a inflação e o populismo fiscal (SAMPAIO JR, 2012, p.11).

Baseado em matrizes estruturalistas e keynesianas o neodesenvolvimentismo buscaria novos modelos de políticas públicas capazes de incrementar, ao mesmo tempo, interesses nacionais e estrangeiros. Assim, segundo Bresser Pereira e Daniela Theuer (2012, p. 814):

No plano das políticas públicas, os aspectos que definem o Estado novo desenvolvimentista são o papel estratégico do Estado, a prioridade dada ao desenvolvimento econômico, uma taxa de câmbio competitiva, a responsabilidade fiscal e o aumento da carga tributária para financiar os gastos sociais. No plano político, o

Estado novo-desenvolvimentista supõe a formação de um pacto político ou coalizão de classes associando empresários, a burocracia pública e a classe trabalhadora, coalizão esta que tem como adversários os capitalistas rentistas, inclusive os proprietários de empresas e concessões públicas monopolistas, os exportadores de commodities e os interesses estrangeiros. O aumento dos gastos sociais é crucial para este Estado, porque, no quadro da democracia, os eleitores exigem do Estado o aumento de gastos em educação, saúde, assistência social e seguridade social.

Não é nosso objetivo aqui a discussão dos avanços e limites dessa teoria ou mesmo das práticas políticas e econômicas – bastante diversas – adotadas na região. Cabe apenas ressaltar o quanto se por um lado as crises implicaram uma nova coalizão de classes e reconfiguração dos segmentos dominantes e propiciaram uma “inflexão à esquerda” de alguns governos da América Latina, por outro lado a timidez e a incapacidade de se criar modelos alternativos e sustentáveis de desenvolvimento capazes de modificar a forma de ingresso das economias locais na divisão internacional do trabalho e propiciarem, em nível local, uma expansão do mercado de trabalho capaz de reduzir as tensões sociais, comprometeram a durabilidade e alcance dessa empreitada.

▶ A CONTRIBUIÇÃO DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO LATINO-AMERICANA

Ainda que não se possa negar seus vínculos de origem com as vertentes norte-americana e europeia¹⁶, a economia política da comunicação (EPC) latino-americana teve um desenvolvimento autônomo e constitui parte indissociável do pensamento crítico desenvolvido na região e acima referido.

16. Em especial Baran e Sweezy e Herbert Schiller, no caso norte-americano e Raymond Williams ou Enzenberger, na Europa.

A EPC latino-americana surge autonomamente – de forma semelhante e mais ou menos ao mesmo tempo em que os estudos culturais latino-americanos – em diálogo com a vertente crítica anterior do pensamento latino-americano em comunicação- as chamadas teoria da dependência ou do imperialismo cultural -, que de fato configurava, ao lado da corrente norte-americana da EPC e de um número expressivo de autores críticos europeus, como Tapio Varis, Nordenstreng e todos os que formaram, por exemplo, a seção de Economia Política da IAMCR/AIERI/AIECS, ou dos que se envolveram no debate dos anos 1970-80 sobre o NOMIC e o Informe McBride da UNESCO, um grande bloco crítico do pensamento comunicacional em nível mundial (BOLAÑO, NARVAEZ, LOPES, 2015).

Assim, como já expusemos em outras ocasiões (LOPES, 2014; BOLAÑO, NARVAEZ, LOPES, 2015), ainda que as primeiras tentativas de se institucionalizar essa subcampo só tenha se dado no início dos anos 1990 - com a criação, em 1992, dos Grupos de trabalho em EPC da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares das Comunicações (INTERCOM) e da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) e, em 1999, a rede de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação (REDE EPTIC) -, desde os anos 1970/80, em estreita ligação com o legado intelectual acima referido e em diálogo com as teorias sobre o Imperialismo, a Teoria da Dependência Cultural, a Pedagogia da Libertação, entre outras, a EPC latino-americana reuniu um arsenal teórico-metodológico que lhe permitiu, entre outras questões, não apenas se opor ao cerceamento da liberdade de expressão e livre pensar impostos pelas ditaduras militares que se impuseram na região mas também reunir condições para a necessária crítica interna ao campo pensamento comunicacional hegemônico.

Se a crítica ao funcionalismo modernizador expresso na época por um pensamento comunicacional que vinculava o desenvolvimento econômico ao transplante das novas tecnologias de comunicação e na defesa do livre fluxo de informações, reflexo

da implantação da “Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC) na região, marcou boa parte dos primeiros esforços da EPC latino-americana; encontrava-se esta também bem posicionada para, mais tarde, nos anos 1990/2000, empreender também a análise sistêmica da reestruturação “tecnoinformacional” do capitalismo e sua nova geopolítica, constituindo, também nesse aspecto, uma alternativa às matrizes dominantes.

A busca de uma compreensão não determinista e não restrita à descrição empírica dos novos cenários informacionais, em especial da chamada convergência tecnológica, capaz de entender que o que aí sucede não se explica exclusivamente por suas dimensões tecnológicas ou econômicas, mas são sobretudo políticas e também simbólicas, incidindo, portanto, nas partições do poder e nos limites entre o público e o privado, representa assim, uma importante visada “contra-hegemônica”.

Como afirma Miguel de Moragás (2005, p. 12):

Ante estos cambios, los viejos esquemas, tan simples, de los paradigmas de la comunicación pierden vigencia, y tanto las líneas horizontales de Lasswell o de Shannon con las líneas entrecruzadas de Westley y MacLean o de Maletzke han de ser sustituidas por nuevos mapas con líneas y relaciones complejas.

Tais cenários exigem, segundo Moragás, paradigmas capazes de interpretar a comunicação a partir de modelos dinâmicos: “la renovación de los paradigmas de la comunicación es una cuestión teórica clave para interpretar adecuadamente los cambios derivados de la irrupción de internet y de la convergencia multimedia” (2005,p.19), donde a necessidade de uma abordagem transdisciplinar e, em especial, da confluência entre os estudos culturais e a EPC (MORAGÁS, 2014):

La necesidad de planteamientos transdisciplinarios en el estudio de la comunicación se manifiesta muy claramente ante los nuevos retos de la investigación de la comunicación a principios del siglo XXI. Distinguiría, principalmente, dos de ellos:

Por una parte la necesidad de sumar dialécticamente las aportaciones de los estudios culturales y las aportaciones de la economía política de la comunicación, un viejo debate en el que han participado investigadores de una y otra orilla (Ferguson y Golding, 1998). Por la otra, la necesidad de reinterpretar los fenómenos de la comunicación (política, cultura, economía) ante las nuevas condiciones de la era digital y la globalización (REGUILLO, 2014, p.6)

É certo que, como alerta Rossana Reguillo (2004) ao falar sobre os estudos culturais na América Latina, cultura, comunicação e poder constituem objetos diversos, entretanto, mais do que por seus objetos de estudo, o essencial está na construção de relações “significativas” entre processos e práticas” Lo sustancial de los objetos construidos por estas perspectivas socioculturales de la comunicación es su búsqueda (no siempre lograda) de poner en clave de intelección crítica los problemas claves de las sociedades contemporánea (2044,p.9)”.

Enfoque esse que caracteriza (MORAGÁS, 2014; REGUILLO, 2004), os estudos da comunicação na América Latina:

Más que un enfoque metodológico, lo “transdisciplinario” ha sido en Latinoamérica una necesidad. Pensar el mundo y la propia sociedad en condiciones asimétricas de poder no sólo intelectual, obligó a que muy temprano los pensadores latinoamericanos construyeran sus andamiajes teóricos desde la lógica de las intersecciones: había que entender la historia al tiempo que la economía, la dependencia al tiempo que la colaboración de las élites locales con los dominadores; había que entender lo popular residual en su intersección con los procesos de codificación de la cultura dominante. Por ningún motivo, esto quiere convertirse en una “apología” de la potencia crítica del pensamiento latinoamericano, sino simplemente apuntar que algunos de los rasgos distintivos de los estudios culturales estaban ya presentes, quizás con otros nombres, en el campo intelectual latino-americano (REGUILLO, 2004, p.6).

Voltando à EPC latino-americana, vários são os autores, que enfatizam sua interdisciplinaridade constitutiva:

A análise não pode se limitar a uma dimensão específica, seja ela estética, sociológica ou econômica; tal análise será obrigatoriamente limitada. No âmbito de uma abordagem interdisciplinar, essas diferentes dimensões precisam ser estudadas nas suas especificidades e nas suas relações de interdependência.

Para evitar de cair na armadilha do reducionismo, a EPC tem que ser, intrinsecamente, interdisciplinar. Mas a interdisciplinaridade é uma prática difícil: acredito que não seja possível dar conta de todas as dimensões de determinados fatos sociais. O estudo científico nunca esgota todas as possibilidades embutidas no real; conforme preconizava Marx, é preciso passar do abstrato ao concreto pensado (1972). Certos autores fracassaram ao tentar estudar todas as dimensões dos fatos culturais, informacionais e comunicacionais (Castells, 1998) (HERSCOVICI, 2014, p. 94).

Se, tal empreitada é sempre difícil e o risco de abordagens eclética é constante, os vínculos teóricos e metodológicos da EPC latino-americana com o pensamento marxista e crítico desenvolvido na região lhe fornece o antídoto necessário:

Poderíamos falar em interdisciplinaridade, desde que fique estabelecido, de principio, o caráter não eclético do empreendimento. Assim, a articulação das diferentes matrizes teóricas num corpo conceitual unificado só ocorre se a incorporação de cada uma delas, garantindo uma efetiva ampliação do poder explicativo do eixo teórico central, for precedida da explicitação de sua compatibilidade com ele, detectada e expurgadas as incoerências. Assim, a incorporação, ao eixo básico da EPC, de elementos teóricos dos Estudos Culturais, por exemplo, pode ser extremamente extenso,

mas não pode ferir a hierarquia categorial que define o trabalho (cultural, no caso) como elemento central da articulação, sob pena de contaminação do quadro geral pelo relativismo pós-modernista em que tudo se dissolve (BOLAÑO, 2008, p.105).

Não podemos, por certo, tomar o pensamento comunicacional crítico e a Economia Política da Comunicação latino-americanos como homogêneos e sem disputas e divergências internas. Não obstante, o que esse artigo procurou salientar foram alguns eixos formadores de uma visada teórico-metodológico passível de se contrapor as matrizes euro-anglo dominantes, ainda que tais vínculos e diálogos não possam ser esquecidos.



REFERÊNCIAS

BRESSER-PEREIRA, Luis C. – **Desenvolvimento e Crise no Brasil**: História, economia e política de Getúlio Vargas a Lula. São Paulo: Editora 34, 2003

BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos. O Novo Desenvolvimentismo e a Ortodoxia Convencional. **São Paulo em Perspectiva**, 20 (3), pp.5-24, 2006 Disponível em http://www.bresserpereira.org.br/papers/2006/06.3.Novo_Desenvolv-SEADE.pdf Acessado em 01/10/2017.

BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos & THEUER, Daniela. Um Estado novo-desenvolvimentista na América Latina? **Economia e Sociedade**. Número Especial. Campinas: IE-Unicamp, v.21, 2012. Disponível em <http://www.bresserpereira.org.br/papers/2012/373-E-Desenvolvimentista-ALat-Daniela-Econ-Sociedade.pdf> Acessado em 01/10/2017.

BOLAÑO, César. A centralidade da chamada Economia Política da Comunicação (EPC) na construção do campo acadêmico da Comunicação: uma contribuição crítica. In BOLAÑO, César (org)- **Comunicação e a Crítica da Economia Política**. São Cristóvão, Editora UFS, 2008.

_____. **Campo Aberto**: para a crítica da epistemologia da comunicação. Aracaju: EDISE, 2015.

BOLAÑO, C. R. S.; NARVÁEZ, Ancizar; LOPES, R. S. Economia política da informação, da comunicação e da cultura. In: BOLAÑO, César; DRUETTA, D. C.; CIMADEVILLA, G. (Coord.). **La contribución de América Latina al campo de la comunicación**: historia, enfoques teóricos, metodológicos y tendencias de la investigación. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2015.

BORÓN, Atilio - “Las ciencias sociales en la era neoliberal: entre la academia y el pensamiento crítico”. Disponível em <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/secret/alas/alas05.pdf>. Acesso em 15/10/2017.

BOURDIEU, Pierre. A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. In: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. São Paulo: Zouk, 2004.

CABALLERO, Francisco S. Economía política de la comunicación y teoría crítica: Apuntes y tendencias. **I/C –Revista Científica de Información y Comunicación**, 2009, n. 6. Disponível em <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/6/1.6%20Sierra%20Caballero.pdf>. Acesso em 15/10/2017.

CUEVA, Agustín. El marxismo latinoamericano: historia y problemas actuales (1987). **Entre la ira y la esperanza y otros ensayos de crítica latinoamericana**. Bogotá: Siglo del Hombre - CLACSO, 2008. Disponível em <http://bibliote.....ca.clacso.edu.ar/clacso/se/20100830115401/08marxismo.pdf> Acesso em 15/10/2017.

FIORI, José Luís. Sistema mundial: império e pauperização para retomar o pensamento crítico latino-americano. In: FIORI, José Luís; MEDEIROS, Carlos. **Polarização Mundial e Crescimento**. Petrópolis: Vozes, 2001.

HERSCOVICI, Alain. A Economia Política da Informação, da Cultura e da Comunicação: questões metodológicas e epistemológicas. Uma apresentação geral. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura. EPITC online**. Vol.V, n.3, Sep./Dic, 2003. Disponível em <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/2a85adf9b67b84eaa166a01b12186e6c.pdf> Acessado em 27/07/2014.

_____. Economia Política da Cultura, da Informação, do Conhecimento e da Comunicação: uma tentativa de definição epistemológica. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura. EPITC online**. Volume 16, n.3, set.-dez, 2014. Disponível em www.revistaepitic.com.br.

JAMESON, F. Periodizando os anos 60. HOLLANDA, H.B (org). **Pós-Modernismo e Política**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

LOPES, Maria I.V... [et al.] – **XV Congresso IBERCOM 2017** : comunicação, diversidade e tolerância [recurso eletrônico São Paulo: ECA-USP ; Lisboa: FCH-UCP, 2018 (<http://assibercom.org/ebook-ibercom-2017.pdf>)

LOPES, Ruy S. - As mutações do objeto de estudo e a contribuição da EPC para a renovação do campo comunicacional. In MORAES, Oswaldo (org). **Ciências da**

comunicação em processo: paradigmas e mudanças nas pesquisas em comunicação no século XXI: conhecimento, leituras e práticas contemporâneas. São Paulo: Intercom, 2014. Disponível em <http://portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/a734c17b5330ffe7cae1593dd045a62e.pdf>. Acesso em 15/10/2017.

MENESES, Maria P. – Epistemologias do Sul. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n.80, Coimbra, 2008.

MORAGÁS, Miguel. Cambios en la comunicación, cambios en los estudios de comunicación. **Signo y Pensamiento**, 47 vol. XXIV, julio-diciembre 2005. Disponível em <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/3674/2947>. Acessado em 25/07/2014.

_____. La comunicación, disciplina y campo de estudio. La experiencia latina. **EUtopia**, vol7, 2014. Disponível em <http://www.eu-topias.org/articulo.php?refpage=29> Acessado em 28/07/2014.

PINTO, Eduardo C.; BALANCO, Paulo - Transformações do capitalismo contemporâneo e os impactos para a América Latina: retrospectivas, mudanças e perspectivas. **O Olho da História**, n. 20, Salvador, dezembro de 2013. Disponível em <http://oolhodahistoria.ufba.br/wp-content/uploads/2016/12/4balanco.pdf>. Acesso em 15/10/2017.

REGUILLO, Rossana – Los Estudios culturales. El mapeo incómodo de um relato inconcluso. **Redes. Com**, n.2. 2004. Disponível em <http://www.portalcomunicacion.com/download/16.pdf> Acessado em 13/04/2018.

RUIZ, Enrique S. El pensamiento crítico latinoamericano sobre medios comunicación, en el contexto neoliberal: Un recuento autobiográfico." Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/297710739> El pensamiento crítico latinoamericano sobre medios de Comunicación en el contexto neoliberal Un recuento autobiografico Acesso em 15/10/2017.

SAMPAIO JR., Plínio de Arruda. Desenvolvimentismo e Neodesenvolvimentismo: Tragédia e Farsa. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 112, p. 672-688, out./dez. 2012. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ssoc/n112/04.pdf> Acessado em 01/10/2017.

SCHWARZ, Roberto. " 1999. **Seqüências brasileiras**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SODRÉ, Muniz. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **MATRIZES**, ano 5, nº 2, jan./jul., São Paulo, 2012.

Economia Política da Comunicação em Moçambique: Estado da Arte

João Miguel¹⁷

Inácio Júlio Macamo¹⁸

➤ INTRODUÇÃO

O nosso contacto com o campo da Economia Política da Comunicação (ECP) deu-se em 2002, com o ingresso no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos e, concretamente, mediante a interação com o pesquisador Valério Brittos, enquanto orientador de mestrado de João Miguel e, posteriormente, o ingresso deste no grupo de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS). Neste contexto, desenvolveu-se a primeira investigação margeada pela ECP. Trata-se do mestrado que culminou com a elaboração da dissertação intitulada *Televisão e espaço público em Moçambique: o público e o privado*.

Abordou-se o fenômeno televisivo moçambicano, destacando-se as especificidades dos sectores público e privado no que tange à sua relação com a esfera pública. Fez-se uma análise descritiva da televisão, inserindo-a no contexto histórico do país, incidindo-se principalmente para o período democrático que tem como marco de referência a Constituição de 1990 e, especificamente, a Lei 18/91, de 10 de agosto, a Lei da Imprensa que criou bases para o advento do mercado televisivo.

Durante o período em que foi desenvolvido esse estudo foram revisitadas, como não poderia ser diferente, obras fundantes do pensamento de Marx. Na sequência,

17. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS); Professor da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane (ECA-UEM); E-mail: <joaomiguelmz@gmail.com>.

18. Graduado em Jornalismo pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane (ECA-UEM); Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Pará (UFPA); E-mail: <zitomacamo@yahoo.com.br>.

percorreu-se uma vasta bibliografia de autores que inspirados nas ideias do pensador alemão analisam fenómenos comunicacionais dos seus países, como Bolaño, Brittos, Bustamante, Tremblay, Mastrini, Sierra, Zallo e outros.

➤ A CONSTRUÇÃO DO CAMPO DA EPC EM MOÇAMBIQUE

Em 2004, foi publicado, por Brittos e Miguel o artigo “Comunicação e mercado: a lógica televisiva moçambicana”. Trata-se da primeira publicação orientada teórico e metodologicamente pela EPC. O estudo buscou compreender a lógica televisiva moçambicana, como o próprio tema sugere, no contexto do capitalismo contemporâneo.

“O espaço público televisivo na Era da Multiplicidade de Oferta” é o título do artigo publicado por Miguel, em 2006. Esta investigação tinha como propósito entender até que ponto a lógica televisiva moçambicana que está inserida nas dinâmicas dos mercados, não estaria a se sobrepor ao projecto de esfera pública, na verdade a pesquisa chega a conclusão de que a produção televisiva inserida na lógica do mercado, põe em causa o projecto social de uma esfera pública acessiva e uma cidadania mais atuante.

“Indústria cultural: conceito, especificidades no capitalismo contemporâneo” é capítulo do livro publicado em 2008, por Brittos e Miguel. Com o cunho eminentemente teórico, a reflexão foi conduzida no sentido de resgatar o debate sobre o conceito de *indústria cultural*. Procurou-se perceber a atualidade e a possibilidade de leitura dos fenómenos comunicacionais da atualidade. O trabalho se funda dentro do legado de Marx e de pensadores da Escola de Frankfurt e mostra que a Indústria Cultural se posicionou na vanguarda na construção do poder hegemónico que o capitalismo contemporâneo detém na esfera global, através da construção de sentidos que atuam no imaginário e identidades dos receptores.

Ainda em 2008, Miguel apresentou o trabalho intitulado “Políticas de comunicação em Moçambique e desafios da *sociedade de informação*”. Neste trabalho questionou-se a forma como são encaminhadas as políticas de comunicação no país, caracterizadas uma práxis em que as entidades governamentais, de forma unilateral, decidem

sobre os destinos do sector da comunicação, sem a participação dos diversos atores interessados nesta temática. Constatou-se a discrepância entre o discurso otimista do governo e a realidade vivenciada pela larga maioria da sociedade que ainda vive à margem da dita sociedade de informação.

Em 2009, Brittos e Miguel retomaram a discussão sobre as temáticas de políticas públicas de comunicação, tendo publicado “Políticas de comunicação e sociedade civil: implicações conceptuais e desafios práticos”. A reflexão girou em torno da necessidade de se repensar o papel do Estado, entendido como arbitro dentro das relações de poder, onde se encontra diversos *players*, representando interesses diversos e, por vezes, opostos.

Em 2010, Miguel publicou o artigo intitulado “Convergência tecnológica e implicações político-comunicacionais”. Este trabalho questionam-se as estratégias construídas em torno do processo de convergência tecnológica. Alerta sobre o perigo deste se perpetuar a exclusão social, uma constatação baseada na experiência dos processos anteriores em os interesses colectivos são, amiúde, eclipsadas por necessidades de lucro por parte dos agentes do mercado. A reflexão sublinha o fato de que as tecnologias por si sós não são nem boas nem más mas depende de como estas são apropriadas.

Nesse mesmo ano de 2010, publicou-se o capítulo intitulado “Vou chamar a STV: o Estado ausente, a sociedade civil (des) organizada e o merchandising social na televisão”. A atuação do Estado, da sociedade civil e dos meios de comunicação, no contexto da jovem democracia moçambicana constituíram-se o foco do estudo. Constatou-se que a ausência de políticas públicas que garantam a justiça social, por parte do Estado e uma sociedade civil desagregado, sem projectos articulados, criam condições para que as pessoas encarem uma televisão, no caso a STV, como a instância de resolução de suas demandas perante a inoperância de quem efetivamente deveria dar o devido encaminhamento dos problemas.

“Economia política do jornalismo televisivo moçambicano”, da autoria de Miguel e Macamo, foi publicado em 2013. Na investigação feita concluiu-se que o jornalismo moçambicano situa-se no cruzamento entre, por um lado, aquele comprometido

com o governo e com partido FRELIMO, já que em Moçambique não é possível fazer a distinção entre o executivo e o partido no poder. É aquele que pode ser designado *de jornalismo chapa-branca*. Por outro lado situa-se aquele que ostenta algum posicionamento crítico em relação à nomenclatura, designado por imprensa *independente*, algumas vezes mais voltada para informação com alguma dose de sensacionalismo.

Nesse mesmo ano de 2013, Miguel e Amaral publicaram “Balanço Geral: quando a ética e a informação não estão de mãos dadas”. Neste artigo, uma reflexão sobre as estratégias produtivas do programa *Balanço geral*, veiculado pela Televisão Miramar. Descrevem-se e analisam-se os critérios através dos quais são selecionadas as fontes de informação. O estudo mostrou que, neste programa, a informação é fabricada a partir de uma relação *promiscua* entre o jornalista e suas fontes. Esse aspecto pode ser constatado na forma como se faz a recolha, a seleção, a elaboração e a apresentação pública dos acontecimentos. O sensacionalismo e *merchandising* social constituem-se como recursos estratégicos privilegiados para a fidelização da audiência.

“Digitalização da televisão Moçambique: estratégias, políticas e reconfiguração” foi o título do artigo publicado em 2015. Neste estudo, pretendia-se saber quais as diferenças entre as plataformas analógica e digital; analisar as políticas e as estratégias que o governo de Moçambique está a adotar, desde que anunciou a digitalização. Procurou-se, igualmente, analisar criticamente as ações desenvolvidas e os atores envolvidos nas discussões sobre o encaminhamento da transição.

➤ DA VALORIZAÇÃO DE ACUMULAÇÃO DE CAPITAL À PROMOÇÃO DA MEDIOCRIDADE ARTÍSTICA: UM PESQUISA SOBRE A PRODUÇÃO TELEVISIVA EM MOÇAMBIQUE

Com este tema, Macamo (2012) realizou sua monografia de culminação do curso de graduação em Jornalismo. O objectivo central de sua investigação era compreender as relações estruturantes do funcionamento da mídia televisiva em Moçambique. De modo específico, pretendia saber de que forma como se constrói a cidadania no programa *Fest Coros*, produzido e transmitido pela SOICO Televisão (STV). Para a con-

secação desse propósito descreveu e analisou a forma como se estabelece a relação entre as companhias de telefonia móvel e a STV na produção do programa *Fest Coros*; a forma como é valorizada a perspectiva artística que os grupos corais apresentam nos palcos do programa naquele programa televisivo. O trabalho teve o como objecto de estudo o programa *Fest Coros*, na sua quinta edição, realizada em 2012 pela STV, canal televisivo que opera no sector privado do espaço mediático em Moçambique, pertencente ao grupo SOICO.

A pesquisa está inserida nos marcos teóricos metodológicos da Economia Política de Comunicação que pode ser entendido como uma rede institucional dos produtos comunicacionais que interligam produtores, reguladores, empresários e consumidores; as várias formas de controlo destes seguimentos, bem como as mudanças sociais e históricos que formam este contexto.

No estudo, observou-se que as televisões apostam em programas voltados para captar o interesse popular com o intuito de manutenção, ampliação das suas audiências. Os conteúdos que promovem a cidadania são apresentados de forma limitada, pois, se limitam ao aspecto informacional e não se avança no aprofundamento das discussões temáticas sobre a vida do cidadão, na sua relação com o outro, com instituições, com o mercado e com o Estado.

A STV combina as estratégias de cidadania e os interesses mercadológicos para a captação e fidelização de audiências, que são vendidas aos anunciantes, nesse contexto pode-se afirmar que este tem sabido enfrentar o dilema da época da multiplicidade da oferta, etapa específica do desenvolvimento do capitalismo neoliberal, que se subscrive na concorrência cerrada dos *mídias* pela conquista das audiências e a posterior venda aos anunciantes no mercado televisivo moçambicano. Entretanto, se por um lado a STV tem sabido tirar proveito da situação conjuntural que atravessa a esfera mediática, por outro lado, o fato do canal privilegiar a votação popular que está imbricada com o uso de serviços de companhias de telecomunicações, em detrimento da classificação dos professores de música que compõem o jurado, a STV é cúmplice

na manutenção de *status quo* do capitalismo neoliberal, na medida em que, valoriza a acumulação de capitais, colocando em segundo plano o desenvolvimento artísticos dos grupos concorrentes no programa Fest Coros.

➤ JORNALISMO DE GUERRA OU JORNALISMO DE PAZ: UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA TENSÃO POLÍTICO-MILITAR DOS SEMANÁRIOS DOMINGO E CANAL DE MOÇAMBIQUE

Com este tema, Nhantumbo (2016) realizou sua monografia de culminação do curso de graduação em Jornalismo. Na sua análise, parte constatação da importância do campo jornalístico nas sociedades contemporâneas, ao tornar-se um loco incontornável e privilegiado do acesso dos assuntos pautados e discutidos na esfera pública. Nesta senda, mesmo em sistemas democráticos titubeantes, como é o caso moçambicano, cresce, paulatinamente, a compreensão de que o exercício da cidadania depende, em larga medida, das informações que a mídia põem à disposição do consumo público.

Não é por acaso que a entrada de novos *players* nos negócios ligados à comunicação social, em geral, e das empresas jornalísticas, em particular, tem estado a crescer, como forma de atender a uma demanda que tem aumentado na atual fase da Multiplicidade de Oferta, período que se estabeleceu a partir da abertura legal proporcionada, pela lei 18/91, de 10 Agosto, a Lei de Imprensa. Entretanto, deve se ressaltar que a existência de muitos órgãos de comunicação, em si só, não significa necessariamente uma ampla pluralidade de pontos de vista e, conseqüentemente, a possibilidade de formação de opinião esclarecida, por parte do cidadão moçambicano.

A predominância de um jornalismo bipolarizado no país é marcante, principalmente em períodos eleitorais e em momentos conturbados, como é o caso em análise neste artigo. Há, por um lado, tendência clara de um sector da mídia, como é caso dos jornais Notícia e Domingo, da Rádio Moçambique (pública) e da Televisão de Moçambique (pública) de exercício de um jornalismo *chapa branca*. Por outro, situa-se aquela imprensa crítica mormente à atuação do governo e, *por tabela*, aos outros po-

deres de soberania, considerados, por vezes, atrelados ao poder executivo. Este sector da imprensa tem, amiúde, escambado no sensacionalismo e, por vezes, no atropelo dos básicos princípios éticos e deontológicos da fazer jornalístico. *Domingo* e *Canal de Moçambique*, objetos de análise neste estudo, representam esses dois sectores, ao sustentarem um posicionamento claramente pró-governo, no caso do *Domingo* e contragoverno e pró-oposição, no caso do *Canal de Moçambique*. Durante o conflito político-militar entre o Governo e o partido RENAMO, a tomada de posições exacerbaram-se a ponto de travar-se uma autêntica batalha midiática, na mesma proporção dos ataques no terreno.

A história da cobertura jornalística de conflitos armados revela a existência de, pelo menos, duas formas de abordar, jornalisticamente, a guerra, designadamente o *jornalismo de guerra* e o *jornalismo para a paz*. Enquanto o primeiro dá primazia aos conflitos armados, entendidos como eventos, o segundo prioriza a busca de soluções, enquanto processos. Entretanto, um jornalismo que aposta na violência e no sensacionalismo é problemático, visto que em nada contribui para o fim do conflito armado e muito menos para a consolidação da paz.

Com efeito, nesta reflexão procura-se perceber qual entre o jornalismo de guerra e o jornalismo para a paz foi adotado pelos semanários *Domingo* e *Canal de Moçambique*, durante a tensão político-militar, no período entre 2013 e 2014. Como é que os dois semanários observaram não os princípios éticos e deontológicos que regem a prática da atividade jornalística, incluindo a observância ou não de seus próprios estatutos editoriais? O marco temporal escolhido para a análise foi marcado por mortes e destruições, sobretudo no troço Muxúngué/Rio Save, onde as Forças de Defesa e Segurança (FDS) tiveram que introduzir escolta militar nos cerca de 100 quilómetros que separam as províncias de Sofala e de Inhambane, como forma de garantir segurança aos usuários da via, o que, mesmo assim, não fez cessar os ataques contra viaturas naquele troço. Aliás, os blindados das FDS passaram a ser alvos, também, das incursões dos homens armados do partido Renamo.

AS ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL E O PROCESSO DA MIGRAÇÃO DIGITAL

Com este tema, Pinto (2017) realizou sua monografia de culminação do curso de graduação em Jornalismo. Neste estudo, a autora pretendia saber de que forma as organizações da sociedade civil (OSC) em Moçambique atuam no processo da migração digital. identificar o posicionamento descrevendo e analisando os mecanismos de participação destas na elaboração das políticas e na construção das estratégias da digitalização da televisão no país.

Assim, para permitir uma melhor visualização da problemática Pinto fez o enquadramento mais amplo do processo de digitalização da televisão em Moçambique, analisando as políticas adotadas pelo governo. Em seguida, mapeou as OSC que estão diretamente ligadas ao processo. Neste estudo a autora concluiu que a migração é feita com pouca participação dos segmentos da sociedade civil. Ademais, a sociedade moçambicana, como um todo, não tem sido devidamente informado sobre os passos dados no âmbito da migração digital.

CONCENTRAÇÃO DOS *MEDIA* E SUAS IMPLICAÇÕES NA PLURALIDADE DE INFORMAÇÃO: CASO GRUPO SOICO

Com este tema, Maholela (2017) realizou sua monografia de culminação do curso de graduação em Jornalismo. Na sua abordagem, ele começa por constatar que o pluralismo político, as liberdades de expressão e de imprensa; e o direito à informação são as manifestações mais altas de um Estado de Direito Democrático, cujo estabelecimento, desenvolvimento e consolidação é um exercício longo e complexo. É com a garantia destas liberdades e direitos que se constrói uma sociedade justa; culta; e informada, capaz de questionar e escrutinar as actividades políticas, em particular dos gestores públicos. O exercício dessa cidadania é garantido, nas sociedades atuais, principalmente, pela comunicação social, a esfera pública e o principal lugar de formação da opinião na contemporaneidade.

Entretanto, para que isso seja possível, é necessário que a mídia esteja livre de qualquer pressão, seja ela política, seja ela econômica. Partindo deste ponto de vista, na visão do autor, justifica-se a necessidade de se discutir a concentração da mídia, fenômeno que, nos últimos anos, tem ganho espaço no nosso país.

Numa nação com baixo nível de escolaridade, como Moçambique, a mídia é o vetor principal, não só de informação e entretenimento, mas principalmente de educação, com amplas possibilidades de orientação para o exercício de uma cidadania mais ativa. Como pode-se ver, a concentração de propriedade no sector mediático é um fenómeno que coloca em causa, cada vez mais, o Estado de direito democrático, na qual, as liberdades individuais e os direitos dos cidadãos são princípios fundamentais.

É nesta ótica que Maholela aborda a problemática da concentração da mídia e suas implicações no pluralismo de opinião. Para isso, ele retoma as abordagens existentes, mesmo que feitos em outros contextos. Na sequência, analisa o fenómeno moçambicano, centrando seu foco na legislação moçambicana, desde a Constituição da República, a Lei de Imprensa e até outros dispositivos de regulação do sector da mídia.

A constituição do Grupo SOICO e demais empresas na mesma situação constitui um desafio às instituições reguladoras em fazer cumprir os instrumentos legais em seu poder, pois, está claro que a concentração da mídia, no país, não é resultado da desregulamentação do sector, mas sim da incapacidade das entidades regulatórias, em particular do Gabinete de Informação (GABINFO) de fazer cumprir o preceituado na legislação. De acordo com a Lei de Imprensa, cabe a esta entidade atribuir licenças na área da comunicação social. Entretanto, ao atribuir as licenças ao Grupo SOICO para operar em diversas plataformas de veiculação de informação, o GABINFO não observou este aspecto

Neste sentido, urge a necessidade do Estado velar pelo cumprimento das normas por si instituídas, pois, esta é uma das características de um Estado de Direito Democrático. Tendo em conta que o acesso à informação é um dos direitos fundamentais e consagrados na nossa constituição, é necessário que se garanta independência e

transparência na atuação midiática e, para tal, é preciso que se limite a concentração destes num único poder económico.

Por outro lado, é possível ver que a concentração dos *media* é vista como suporte económico para o desenvolvimento desta indústria, visto que regista-se fraco investimento na mesma, desde o sector público até ao sector privado.

A Lei de Imprensa estabelece, no número seis, do artigo seis, que “se a propriedade dos órgãos de informação pertencer a empresas organizadas sob forma de sociedade comercial, a participação direta e indireta de capital estrangeiro só pode ocorrer até à proporção máxima de vinte por cento do capital social”.

➤ CONSIDERAÇÕES FINAIS

A implantação da EPC em Moçambique constitui-se, ao mesmo tempo como uma oportunidade e um desafio. Oportunidade, se for considerada a dimensão do fenómeno que precisa ser compreendido. O levantamento feito, do que até então foi pesquisado, mostra o pouco existente e as possibilidades de estudo a serem feitas, a partir desta matriz teórica. O desafio reside no fato de a ampliação e a profundidade das pesquisas a serem feitas demandam a existência de programas de pós-graduação, onde a EPC poderá ser uma das linhas de pesquisa. Só assim haverá garantia de continuidade de produção de conhecimento neste campo, que seja cineticamente consistente.



REFERÊNCIA

BRITTOS, Valério Cruz; MIGUEL, João. Comunicação e mercado: a lógica televisiva moçambicana. *Eptic On-Line (UFS)*, v. 6, p. 3, 2004.

_____; MIGUEL, João. Indústria cultural: conceito, especificidades no capitalismo contemporâneo. In: Valério Cruz Brittos; Adilson Cabral. (Org.). *Economia Política da comunicação: interfaces brasileiras*. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p. 37-56.

MACAMO, Inácio Júlio.... Monografia de graduação. Maputo: Universidade Eduardo Mondlane, 2012.

MAHOLELA, Abílio. *Concentração dos media e suas implicações na pluralidade de informação: caso Grupo SOICO*. Monografia de graduação. Maputo: Escola Superior de Jornalismo, 2017.

MIGUEL, João. Digitalização da televisão Moçambique: estratégias, políticas e re-configuração. *Revista UNINTER de Comunicação*. Curitiba, v. 3, n. 4, p. 84-105.

_____. *Economia política da televisão moçambicana*. Maputo: CEC, 2013.

_____; AMARAL, Leonor. Balanço Geral: quando a ética e a informação não andam de mãos dadas. *Revista Comunicação e Sociedade*. Maputo, v. 2, 2013. p. 49-62.

_____; MACAMO, Inácio Júlio. Economia política do jornalismo televisivo moçambicano. In: DOURADO, Jacqueline Lima. *Economia política do Jornalismo: campo, objeto, convergências e regionalismo*. Piauí: Edufpi, 2013. P. 109-126.

_____. Digitalização da televisão em Moçambique: estruturas, políticas e estratégias. *Revista Comunicação e Sociedade*. Maputo, v. 1, p. 81-90, 2011.

_____. Vou chamar a STV: o Estado ausente, a sociedade civil (des) organizada e o merchandising social na televisão, In: BRITTOS, Valério Cruz. (Org.). *TV Digital, economia e democracia*, São Leopoldo: Unisinos, 2010. p. 212-232.

_____. Convergência tecnológica e implicações político-comunicacionais. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). *Digitalização, diversidade e cidadania: convergências Moçambique e Brasil*. São Paulo: Annablume, 2010.

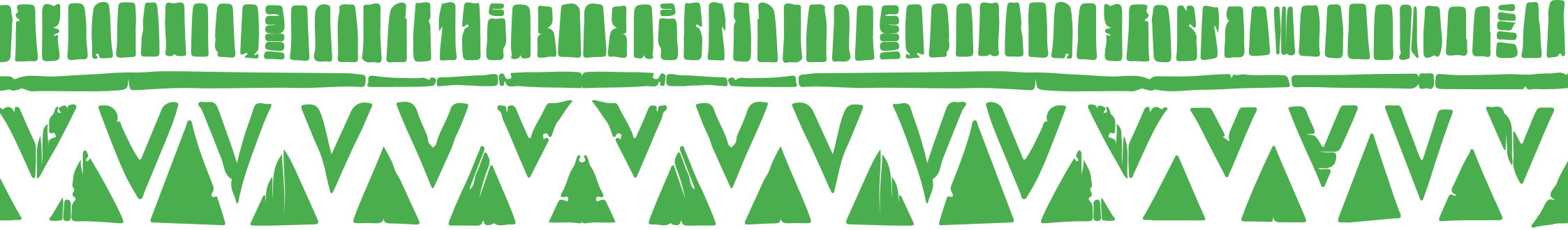
MIGUEL, João. Políticas de comunicação em Moçambique e desafios da “sociedade de informação”. In: BRITTOS, Valério Cruz. (Org.). *Economia política da comunicação: estratégias e desafios no capitalismo global*. São Leopoldo: Unisinos, 2008, p. 93-110.

_____. O espaço público televisivo na Era da Multiplicidade de Oferta. In: Valério Cruz Brittos. (Org.). *Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta*. Porto Alegre: Nova Prova, 2006, p. 133-148.

_____. Televisão em Moçambique: que espaço público. In: LUSOCOM-Federação Lusófona de Ciências da Comunicação, 2006. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*. São Paulo: Intercom, 2006. v. 4. p. 9-26.

NHANTUMBO, Armando. *Jornalismo de guerra ou jornalismo de paz: uma análise da cobertura da tensão político-militar dos semanários Domingo e Canal de Moçambique*. Monografia de graduação. Maputo: Escola Superior de Jornalismo, 2016.

PINTO, Maria Beatriz. *As organizações da sociedade civil e o processo da migração digital*. Monografia de graduação. Maputo: Escola Superior de Jornalismo, 2017.



PARTE II
DEBATES ATUALIZADOS SOBRE AS INDÚSTRIAS CULTURAIS



Ciberativismo e Tecnodeterminismo: Movimentos Sociais e o Risco do Ativismo Codificado

Carlos Figueiredo¹⁹

➤ INTRODUÇÃO

A Primavera Árabe, que teve sua maior expressão no Egito; o 15M ou Indignados (Espanha) e o Occupy Wall Street (EUA) começaram um ciclo de protestos em 2011 que a primeira vista parecia global e viral. O primeiro ciclo de protestos em que Sites de Redes Sociais passaram a fazer parte do cotidiano de um grande contingente e foram usados para atingir um grande número de pessoas seja para mobilização, propaganda ou troca de informação entre ativistas. As TIC já foram usadas como ferramentas em outras oportunidades, como nos protestos antiglobalização em Seattle e Gênova no começo da primeira década do século XXI, mas eram ferramentas criadas pelos próprios ativistas como o site da Indymedia, não uma apropriação de sites corporativos como Facebook e Twitter. O mesmo acontece no Brasil, em 2013, quando protestos organizados pelo Movimento Passe Livre devido ao aumento das passagens de ônibus em São Paulo dão início a uma onda de protestos por melhores serviços públicos. No Brasil, o uso de sites de redes sociais para organização e difusão dos protestos foi destaque em análises acadêmicas e chamou a atenção da imprensa.

A partir desse momento, o uso das TIC nos movimentos sociais foi alvo de atenção de pesquisadores das Ciências Sociais e da Comunicação. Várias perspectivas teóricas são utilizadas para dar conta do uso das TIC por ativistas, mas duas são predominantes:

19. Pesquisador de Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM/UFS), Doutor em Sociologia (UFPE), Mestre em Comunicação (UFPE) e Jornalista. Membro do Grupo de Pesquisa OBSCOM/Cepos.

a teoria da sociedade em rede de Castells (2015) e os escritos sobre os conceitos de Império e Multidão de Hardt e Negri (2001, 2014). O grande problema dessas abordagens teóricas é que elas acabam, no mínimo, flertando com o tecnodeterminismo e caindo na celebração do que Morozov (2011) chama de ciberutopia ou, nas palavras de Mosco (2004), no Sublime Digital.

Nossa saída para a análise do uso das TIC em ciclos de protestos como a Primavera Árabe, o 15M e Occupy Wall Street é tributária de duas correntes teóricas: a Teoria dos Movimentos Sociais e a Economia Política da Comunicação. A Teoria dos Movimentos Sociais permite que entendamos os motivos que levam à formação dos movimentos sociais, o seu processo de mobilização de militantes e os recursos que utilizam para protestar através de categorias analíticas como oportunidades, ciclos e repertórios de protesto. A Economia Política da Comunicação é a base teórica para entendermos os sites de redes sociais enquanto empresas que preenchem duas funções necessárias ao sistema capitalista desde o advento do capitalismo monopolista e que são levadas à cabo pela indústria cultural: as funções publicidade e propaganda (BOLAÑO, 2000). Além disso, lançamos mãos dos conceitos de mediação reformulado por Bolaño (2000, 2015) e apropriação social de Bolaño, Paez e Herrera-Jaramillo (2017). Ambos os conceitos têm sua origem nos Estudos Culturais latino-americanos e são incorporados pela EPC. O uso desses conceitos têm como objetivo construir um contraponto às teorias de Castells (2015) e Hardt e Negri (2001), às quais, cada uma a seu modo, abandonam o conceito de mediação.

Nosso trabalho tem como objetivo apresentar a Economia Política como uma perspectiva teórica capaz de agregar uma análise robusta do uso das TIC nos ciclos de protestos surgidos na segunda década do Século XXI e apresentar saídas para perspectivas teóricas que flertam com perspectivas tecnodeterministas. Para isso fazemos uma análise da do tecnodeterminismo, mostrando os equívocos gerados por essas perspectivas quando aplicadas ao estudo do ativismo e de movimentos sociais. Em seguida, apontamos os erros das utopias da Sociedade em Rede e da Multidão, e apresentamos uma leitura da organização dos movimentos sociais a partir do conceito de

mediação. A partir daí, analisamos como os sites de redes sociais atuam na colonização do mundo da vida a partir de Algoritmos e conceituamos com maior rigor o que chamamos em outro lugar de Ativismo Codificado (FIGUEIREDO, 2017), apontando possíveis saídas para os impasses encontrados por ativistas digitais.

➤ MOVIMENTOS SOCIAIS, CIBERUTOPIA E TECNODETERMINISMO

Qual a relação entre tecnodeterminismo e o uso de tecnologias por movimentos sociais? As tecnologias tem a capacidade de criar as condições para o surgimento de um movimento social ou ciclo de protestos? Para responder essas questões precisamos entender a relação entre tecnologia e processos sociais, e o uso das TIC pelos movimentos sociais. Williams considera que a resposta para a questão de se a tecnologia é causa ou efeito das mudanças sociais é dividida em duas classes de opiniões. A vertente que ele chama de determinismo tecnológico considera que o desenvolvimento de uma tecnologia não possui nenhuma razão específica para acontecer. As consequências do uso de determinada tecnologia seriam, então, acidentais, uma vez que são advindas da própria tecnologia. Williams (2016, p.26) exemplifica essa vertente de pensamento com o advento da televisão. “Se a televisão não tivesse sido inventada, diriam os que sustentam essa classe de opiniões, certos eventos sociais e culturais específicos não teriam ocorrido”.

A segunda vertente de opiniões, chamada por Williams de tecnologia sintomática, sobre as relações entre tecnologia e sociedade também encara o surgimento de determinada tecnologia como um acidente tecnológico, mas sua importância residiria em seus usos, que seriam consequência da formação social em que está inserida a tecnologia criada. Mais uma vez trazendo a questão da televisão, Williams (2016, p.26) faz o seguinte comentário: “se a televisão não tivesse sido inventada, diz esse conjunto de argumentos, também seríamos manipulados ou negligentemente entretidos, mas de outra forma e talvez não tão poderosamente”.

Williams (2016, p.27-8) lembra que, no caso da televisão, é possível delinear um tipo de interpretação diferente do determinismo tecnológico e da tecnologia sintomática, pois (1) o caso da televisão recuperaria a intenção como fator do processo de desenvolvimento e (2) os propósitos e práticas que levariam à criação de uma invenção seriam vistos como diretos, pois seus objetivos seriam preencher “necessidades sociais, conhecidas, propósitos e práticas para os quais a tecnologia não é periférica, mas central”. Williams lembra-nos que grande parte das tecnologias de mobilidade e comunicação “foram ao mesmo tempo incentivos e respostas dentro de uma fase de transformação social geral”. Ainda que as tecnologias fossem frutos de descobertas isoladas, realizadas sem suporte, havia “uma comunidade crucial de ênfase e intenção selecionadas, numa sociedade caracterizada, em níveis mais gerais, por uma mobilidade e uma extensão da escala das organizações”. Dessa forma, uma característica dos sistemas de comunicação é que todos foram tecnicamente previstos antes mesmo que componentes primordiais desses sistemas tivessem sido desenvolvidos e aprimorados. Os desenvolvimentos anteriores da produção industrial e suas novas formas sociais acabaram por criar necessidades, assim como novas possibilidades, resultando no desenvolvimento dos sistemas de comunicação. (WILLIAMS, 2016, p. 31-2)

Uma primeira geração de melhoria de sistemas de comunicação como o telégrafo e a telefonia, e também o rádio, foram respostas a necessidades comerciais e militares. “As propriedades diretas do sistema comercial em expansão e, em certos períodos, do sistema militar levaram a uma definição de necessidade no âmbito desses sistemas”. (WILLIAMS, 2017, p.33). Nesse momento, a comunicação ponto a ponto atendia às necessidades de troca de mensagens e controle. “A tecnologia de mensagens específica para pessoas específicas foi complementada, mas relativamente tarde, por uma tecnologia de mensagens variadas para um público em geral”.

O capitalismo em sua fase monopolista precisava dar um destino aos enormes excedentes gerados nesse momento histórico. O consumo e investimentos privados, a campanha de vendas (publicidade), a administração civil do Estado e gastos militares foram as formas encontradas para resolver o problema dos grandes excedentes

de acordo com Baran e Sweezy (1966). Essas saídas repousam em ampla colonização do mundo da vida pelo mercado e pelo Estado. Dessa forma, era preciso preencher duas funções necessárias ao sistema capitalista: publicidade, para realizar a mediação entre Mercado e Consumidores, e propaganda, no caso da defesa da colonização do mundo da vida pelo Estado (BOLAÑO, 2000). Por isso, como observa Williams (2016, p.37), o rádio e a televisão “foram sistemas concebidos para transmissão e recepção como processos abstratos, com pouca ou nenhuma definição anterior de conteúdo”. A explicação desse fenômeno pela EPC é que apenas, no momento, em que novas necessidades foram impostas ao capitalismo em sua fase monopolista, seus conteúdos foram definidos

A internet possui uma história que, se não segue o mesmo caminho da radiodifusão, possui similaridades. A internet foi criada em fins dos anos 1960 dentro de um projeto financiado pelo Departamento de Estado norte-americano e levado à cabo pela RAND Corporation e pesquisadores de universidades norte-americanas. A ideia era criar uma estrutura de comunicação distribuída e descentralizada com o objetivo de manter canais de comunicação no caso de um possível ataque nuclear perpetrado pela então União Soviética. Era o surgimento da Arpanet, que a partir dali teria usos militares e acadêmicos. Em uma sociedade dinâmica e com necessidade de mobilidade e fluxo de informações, novos desenvolvimentos foram feitos por indivíduos ou instituições isoladas como o modem e a World Wide Web. Assim, Curran (2012) observa a influência de quatro atores sociais na criação da internet: os militares, a comunidade científica, a contracultura e o serviço público. A contracultura estava representada pelos aficionados nas novas tecnologias, interessados apenas em espalhar e compartilhar informação, são os primeiros hackers. O serviço público está presente na criação da World Wide Web, sistema que deu à internet a face aberta que ela ainda conseguiu manter no começo de sua popularização, tornando seu uso possível para além dos hackers, militares e acadêmicos. O protocolo http foi criado por Tim Berners Lee, pesquisador do Conselho Europeu para Pesquisa Nuclear (Cern), dentro do espírito europeu de serviço público. A internet foi criada inicialmente para dar resposta a necessidades militares e acadêmicas, e manteve-se até 1995 sob administração do governo norte-a-

mericano. Sua privatização responde a novas necessidades de expansão do capitalismo monopolista em seu regime de acumulação flexível.

Ainda assim, as explicações tecnodeterministas, mesmo com as críticas feitas pelas mais diversas vertentes das ciências sociais, reaparecem com novas roupagens. O que há de tão atraente nessas explicações cujo conteúdo acaba por essencializar as tecnologias e retirar a agência de indivíduos e coletivos? A crítica ao determinismo não pode se contentar em mostrar as contradições das relações entre tecnologia e sociedade, mas, como indicou Mosco (2004), deve analisar o conteúdo mítico dessas narrativas. Computadores e o que veio a ser chamado ciberespaço incorporaram e conduziram mitos sobre o nosso tempo, segundo Mosco (Idem). De acordo com os mitos do ciberespaço, nós estamos uma transformação histórica na experiência humana que transcenderia o tempo (o fim da história), espaço (o fim da geografia), e o poder (o fim da política). Imputar aos mitos a pecha de pura mentira parece um caminho fácil para a resolução desse impasse. Bastaria diminuir os mitos como ficções sem consequência, desmascarando-os. Entretanto mitos são mais do que meros contos de fada.

Baseado no antropólogo Claude Lévi-Strauss, Mosco chama atenção para o fato de que mitos são narrativas que ajudam pessoas a lidar com contradições na vida social que não podem ser completamente resolvidas, oferecendo a indivíduos e sociedades caminhos para transcendência, tirando as pessoas da banalidade do cotidiano. Eles oferecem uma entrada para outra realidade, uma realidade caracterizada pela promessa do sublime. As teorias tecnodeterministas são extremamente mais sofisticadas que as versões dos mitos que povoam o cotidiano e, claro, sempre pontuam as exceções e o “outro lado da questão” um artifício que Barthes (2001) chama de inoculação ou admissão de um pequeno mal. A ideia é que pequenos problemas ou defeitos são superados pelas potencialidades positivas do objeto revestido de características míticas. As teorias tecnodeterministas estão imbuídas de conteúdo mítico apesar de seu argumento sofisticado, como constaremos mais adiante. Dessa forma, é preciso esclarecer alguns pontos acerca dos movimentos sociais e uso de tecnologias para evitar que cedamos a narrativas míticas e que acabam por despolitizar a ação de movimentos sociais e ativistas.

Para Blumer (1995, p.60), movimentos sociais podem ser vistos como empreendimentos coletivos que visam estabelecer uma nova forma de vida. Sua origem está na inquietação originada, ao mesmo tempo, na insatisfação com a forma de vida atual, e por desejos e esperanças por um novo esquema ou sistema de vida. Já de acordo com Della Porta (2007, p.23), o conceito de movimento social pode ser relacionado “à presença de redes de interações predominantemente informais, baseadas em crenças compartilhadas e na solidariedade, que se mobilizam acerca de temáticas conflituosas mediante o uso frequente de várias formas de protesto”. O termo rede, de acordo com Nhoria e Eccles (1992, p.288), representa uma estrutura de laços entre atores de um determinado sistema social. Estes atores podem ser papéis, indivíduos, organizações, setores ou estados-nação. Os laços que os unem podem basear-se na conversação, afeto, amizade, parentesco, autoridade, troca econômica, troca de informação etc. Ou seja, as relações em rede já existiam antes das TIC, e o papel das novas tecnologias foi potencializá-las, expandido-as dramaticamente após a reestruturação capitalista iniciada na década de 1970. Os movimentos sociais já estabeleciam redes offline antes da difusão da internet. Eram interações baseadas na proximidade ideológica em busca de apoio mútuo (SCHEREN-WARREN, 2011).

O confronto político, de acordo com Tarrow (2009, p.99), está ligado a oportunidades de ação coletiva, e aumenta “quando as pessoas obtêm recursos externos para escaparem da submissão e encontram oportunidades para usá-los”, assim como quando “as pessoas se sentem ameaçadas por custos que não podem arcar ou que ofendem seu senso de justiça”. Caso a disputa se alastre pela sociedade, estaremos diante de um ciclo de confrontos. Confrontos, para Tarrow, são fruto das idas e vindas da luta política. O movimento social surge quando o confronto “toca em redes sociais e estruturas conectivas embutidas e produz quadros interpretativos de ação coletiva e identidades de apoio capazes de sustentar o confronto com oponentes poderosos (Idem, p.43). Dessa forma, o uso das TIC por ativistas pode ser enquadrado no que Neumann (2008), a partir dos Estudos Culturais Latino-Americanos e Bolaño, Páez e Herrera-Jaramillo (2017), reformulando o conceito a partir da EPC, chamam de apropriação social.

Bolaño, Paez e Herrera-Jaramillo (2017) em busca de um diálogo entre a Economia Política e os Estudos Culturais Latino-Americanos vão repensar o conceito de apropriação cultural a partir da tradição marxista. Para esse movimento, o conceito de mediação, tal como pensando por Bolaño (2015), é essencial. O trabalhador das indústrias culturais tem como tarefa realizar a mediação entre os sistemas administrativo e econômico e os cidadãos e consumidores, respectivamente. Para isso, esse trabalhador se apropria de saberes presentes na cultura popular. No caso, ao se apropriar de bens simbólicos e da tecnologia oferecidas como bens de consumo pelo capitalismo com fins de resistência, os setores populares estariam se reapropriando do trabalho coletivo e da cultura popular expropriados pelo capital. O mesmo é possível dizer das TIC, como a internet e softwares, quando apropriadas por setores contra-hegemônicos. Nesse caso, o conceito de mediação é determinante para que sejam superados conceitos como autocomunicação de massa (CASTELLS, 2013 e 2015), Multidão e Enxameamento (HARDT e NEGRI, 2001; NEGRI, 2004).

➤ AS UTOPIAS DAS REDES E DA MULTIDÃO

Desde que os movimentos antiglobalização, na primeira década do século XXI, usaram massivamente a Internet para troca de informação e propaganda, os movimentos sociais passaram a ser definidos a partir da tecnologia utilizada para comunicação, como observa Gerbaudo (2012). O autor também nota que esse ponto de vista está presente em autores como Castells (2013, 2015) e Hardt e Negri (2001). Castells retoma o conceito de redes para definir esses novos movimentos sociais em rede. Aponta ainda que os movimentos são Glocais (Globais + locais) e que esses novos ativistas promovem concepções horizontais de organização, possuindo enorme desconfiança de qualquer tipo de liderança.

Já Hardt e Negri elaboraram todo um arsenal de conceitos polêmicos como Império, Multidão, Enxameamento e Bens Comuns para buscarem dar conta de uma nova realidade que teria surgido com o advento da pós-modernidade. Para os dois autores,

não há mais um imperialismo e a força que rege o capitalismo seria o Império, que seria diferente do Imperialismo, pois o Império não possui um centro definido. Os Estados-nação passam a perder força para instituições de governança internacional como a ONU, FMI, OMC entre outras. Resistindo ao Império, que baseia sua força na biopolítica, no domínio sobre os corpos e desejos, está a multidão que seria “a totalidade da sociedade, na vida humana, isto é, o conjunto da vida humana que é posta enquanto tal a trabalhar”. (NEGRI, 2015, p.58).

O advento do biocapitalismo para Hardt e Negri significaria a passagem completa da subsunção real para a subsunção formal. A multidão que seria formada por todos aqueles explorados pelo sistema biocapitalista seria o sujeito histórico que se oporia ao sistema. A multidão seria um conjunto de singularidades, um conceito de classe, pois a multidão é sempre produtiva, sempre em movimento, sempre cooperativa. Dessa forma não há uma exploração de indivíduos, mas uma exploração da cooperação. Além disso, multidão seria diferente de povo, que estaria ligado a uma noção de representação própria das teorias contratualistas. Já a multidão escapa a qualquer forma de representação porque ela não é una, como o povo, são singularidades diversas. Singularidades cujo poder está na capacidade produzir a partir da criatividade e dos afetos. Esse poder criador é o que Hardt e Negri chamam de poder constituinte. “Os processos de constituição ontológica desdobram-se mediante os movimentos coletivos de cooperação, através dos novos tecidos produzidos pela produção de subjetividade. É neste lugar de constituição ontológica que o novo proletariado aparece como um poder constituinte”. (HARDT e NEGRI, 2001, p.426).

A multidão atuaria de acordo com a lógica do enxame, que teria sua inteligência baseada na comunicação. Os enxames surgidos nas organizações políticas em rede, que a partir de sua emergência, caracterizariam a ação política da multidão. Ao contrário, dos enxames de formigas e abelhas, o enxame proposto por Hardt e Negri seria formado por pessoas diversas. Assim, “os membros da multidão não precisam tornar-se o mesmo ou abdicar de sua criatividade para cooperar entre eles” (HARDT e NEGRI, 2014, p. 132). As TIC facilitariam a emergência da multidão através de enxames, ao

facilitarem a comunicação em rede de diferentes singularidades. A articulação desses conceitos tornou as obras de Hardt e Negri paradigma teórico para vários pesquisadores que se debruçam sobre a questão dos novos movimentos sociais. Principalmente depois dos movimentos antiglobalização que usavam a internet a partir de software livre e que congregavam militantes de várias partes do mundo e de diferentes vertentes protestando contra organismos internacionais como o G-7, OMC e FMI²⁰. Nessa grande narrativa do Império, é possível enxergar os elementos apontados por Mosco como mitos do ciberespaço: o fim da história (tudo agora é diferente, novo), o fim da política (pelo menos o fim da política representativa) e o fim da geografia (uma entidade metafísica chamada Império detém o poder). A teoria da sociedade em rede de Castells também contém os mesmos elementos míticos. Apesar de não apontarem para o fim da política, ambas as teorias apontam para o fim da mediação, e a mediação é fundamental nos processos políticos.

No caso de Castells (2015), o autor usa o termo movimentos sociais em rede para caracterizar os ciclos de protestos em 2011. O autor aponta, corretamente, que o poder é exercido dentro de redes. Nas redes, dois atores teriam grande poder: os programadores e comutadores. Os programadores “programam/reprogramam as redes em torno de metas a elas atribuídas” enquanto os comutadores possuem “a capacidade de se conectar e garantir a cooperação de várias redes, por meio do compartilhamento de metas comuns e associações de recursos” (Idem, p.91). Os detentores de poder seriam as próprias redes formadas por humanos organizados de seus projetos e interesses. Uma teoria que remete à teoria do ator-rede de Latour. O papel dos movimentos sociais seria então reprogramar as redes hegemônicas. Castells usa um linguajar técnico e advindo da informática para descrever as sociedades contemporâneas com o objetivo de associar a tecnologia ao exercício do poder.

20. Essa leitura, deveras equivocada, dos processos sociais recebe seu primeiro baque com o ataque das Torres Gêmeas e suas consequências, quando os EUA impõem sua vontade a organismos internacionais e outras nações aliadas, invadindo o Iraque e ignorando o direito internacional.

Os protestos de 2011 foram diferentes em objetivos e perfil dos ativistas daqueles de 2011. Gerbaudo (2012) capta essa diferença e coloca em xeque as teorias tanto de Castell quanto de Hardt e Negri. Apesar de Gerbaudo, apreciar a tentativa de Castells e Hardt e Negri de tentar explicar a resistência contra-hegemônica no interior de sociedades em que os indivíduos são altamente diferenciados, Gerbaudo enxerga dois equívocos: a ideia de que não há lideranças nesses movimentos, o que acarretaria na espontaneidade dos protestos, e a ideia de uma diversidade total e irrestrita. Tanto Castells, com sua ideia de redes altamente distribuídas levando a uma organização horizontal, quanto Hardt e Negri; com o conceito de enxameamento, levam analistas que seguem seus preceitos teóricos a esses equívocos, de acordo com Gerbaudo.

Gerbaudo (2012) realizou sua pesquisa junto a participantes do ciclo de protestos em 2011, no Egito, na Espanha e nos EUA, e encontra dois resultados interessantes. O primeiro resultado é que os protestos foram marcados por práticas de “centramento” em suas bandeiras; similares, de acordo com o autor, ao que Ernesto Laclau chama de Populismo, ou seja, questões e bandeiras que dizem respeito a demandas do povo. Dessa forma, existiam líderes “soft” que utilizaram as redes sociais para organizar o que Gerbaudo chama de “coreografia da reunião”, uma vez que conseguiam unificar manifestantes nas ruas, as redes offline ganhavam proeminência sobre as redes digitais. Esses coreógrafos criariam o roteiro das manifestações, propondo slogans simples que serviriam para unificar a diversidade dentro do movimento. Outro ponto interessante é colocado por Burawoy (2015): o fato de tais movimentos terem sido de natureza local, defendiam demandas localizadas. Seus repertórios de protesto e a forma como esses movimentos se apropriaram das TIC servem de exemplo para os que se organizam posteriormente, mas por causas diversas, não os tornando globais.

A proposta de Gerbaudo com seu foco na performance e sua metáfora com a dramaturgia é criativa. Há toda uma literatura dentro da sociologia norte-americana que usa a metáfora da dramaturgia para fazer uma leitura do cotidiano. Não há espaço aqui para fazer uma revisão dessa extensa literatura, mas a forma como Gerbaudo descreve a práxis desses coreógrafos abre espaço para uma interpretação que encare esses mi-

litantes como intelectuais orgânicos. De acordo com Gramsci (1982), esses intelectuais dão organicidade às ideias dos grupos que disputam a hegemonia, a formação de um novo senso comum.

Apesar de concordarmos com as críticas elaboradas por Gerbaudo, nossa diferença com os autores examinados aqui reside no papel da mediação. Castells (2015) utiliza o conceito de autocomunicação de massa para dar conta do papel das TIC na ação política dos movimentos sociais. A Autocomunicação seria de massa porque o conteúdo pode atingir uma audiência global, e seria autocomunicação porque é autogerada. Dessa forma, todos os indivíduos nas redes se automediariam. Como os movimentos são horizontalizados e seus participantes desconfiariam de qualquer direção, inclusive intelectual, qualquer um poderia fazer o papel de mediador de ideias entre público e movimento. Já Hardt e Negri (2001) abdicam de qualquer tipo de mediação. A crítica de Bolaño (2002) aos autores aborda essa questão o papel das indústrias culturais no papel de mediação entre mercado e consumidores (função publicidade) e Estado e cidadãos (função propaganda). Bolaño (2000) incorpora parcialmente a formulação teórica de Habermas para expor as contradições situadas no trabalho intelectual sem deixar de encarar o trabalho como a fonte de emancipação, como faz o filósofo alemão. Hardt e Negri, ao contrário, consideram que não há mais diferença entre sistema e mundo da vida, deixando de lado qualquer contradição entre essas duas instâncias.

O trabalho intelectual, por sua natureza, impõe limites mais amplos à sua subsunção (BOLAÑO, 2015). Os autores erroneamente equalizam a subsunção real do trabalho com a leitura muito particular que fazem do conceito foucaultiano de biopolítica, pois vida e produção não se diferenciariam. A subsunção real é incorporação do trabalho vivo na maquinaria ou em softwares, ou seja, quando o capital variável dá lugar ao capital fixo. Os limites da subsunção do trabalho intelectual ao capital impõem às indústrias culturais de forma que os conteúdos produzidos em seu interior atendam a necessidades de reprodução simbólica do mundo da vida e não se limitem à publicidade e propaganda, garantindo um poder ainda que limitado às audiências (BOLAÑO, 2002, p.15). Se por um lado, os trabalhadores das indústrias culturais realizam a media-

ção entre sistema e mundo da vida, ainda que eivada de contradições, os intelectuais orgânicos organizam visões de mundo que dão organicidade à ação coletiva. A visão de Hardt e Negri (2001, p.53) dos meios de comunicação como máquinas autopoiéticas e autovalidantes não faz qualquer sentido e atrapalhariam a organização de movimentos sociais e ativistas, caso fossem adotadas.

➤ FUNÇÃO INTERAÇÃO E ATIVISMO CODIFICADO

Nossa leitura da relação entre movimentos sociais e as TIC passa por uma análise das mudanças enfrentadas pela Indústria Cultural com o advento dos sites de redes sociais. Figueiredo e Bolaño (2017) fazem uma leitura dessas mudanças dando destaque ao papel exercido pelos algoritmos em uma nova forma de colonização do mundo da vida que é realizada ao mesmo tempo pela Indústria Cultural e pelos sites de redes sociais. Cormen et al. (2009: 5) definem algoritmo como “um procedimento computacional bem definido que toma algum valor, ou conjunto de valores como input (entrada/subsídio), e produz algum valor, ou conjunto de valores, como output (saída/resultado)”. No caso das redes sociais, o input seria as informações coletadas através da vigilância das interações dos indivíduos na internet, e o output seria a publicidade, propaganda e outros tipos de conteúdos personalizados a partir das informações coletadas pelos algoritmos das redes sociais.

As funções propaganda e publicidade ainda existem, porém, a vigilância das interações dos indivíduos permite uma eficiência em atingir o público-alvo que a radiodifusão e a mídia impressa jamais possuíram. Essa eficiência é explicada teoricamente pela passagem da função programa para a função interação. Na radiodifusão, os conteúdos eram distribuídos dentro de uma grade de programação que era organizada a partir de pesquisas, o que gerava uma margem razoável de sucesso, mas significava altos riscos para o capital. A função interação proporcionada pelo uso de algoritmos para entregar publicidade, propaganda e programação personalizadas diminui drasticamente esse risco porque os indivíduos são constantemente vigiados pelos algoritmos que distribuem conteúdos.

Essa vigilância, ao passo que diminui o risco do capital na distribuição de conteúdos, aumenta o risco dos movimentos sociais, pois estes não podem abdicar da mobilização e agitação realizadas nos sites de redes sociais. Os movimentos sociais dessa forma encontram alguns problemas no ambiente digital: a vigilância, que impõe limites à troca de informações e coordenação de ações pela rede, e a normatização das interações nas redes sociais pelos algoritmos. Nesse contexto, surge o que denominamos Ativismo Codificado, ou seja, a ação coletiva que está presa à lei do código, que é formulada pelas corporações que atuam na internet, e à normatização das interações imposta pelos algoritmos de redes sociais como Facebook e Twitter. A pesquisa levada a cabo por Gerbaudo (2012) mostra como aqueles ativistas que ele denomina de coreógrafos da reunião foram hábeis em não deixar os protestos caírem no ativismo codificado. O sucesso de mobilização no ciclo de protestos vivenciado em 2011 está justamente na capacidade desses coreógrafos em realizar a mediação entre o movimento do qual faziam parte e um público que se viu representado por aquelas demandas apresentadas. Esses intelectuais deram organicidade às ideias do movimento e propuseram a construção de um novo senso comum.

➤ CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho buscamos demonstrar os equívocos trazidos por leituras tecnodeterministas no estudo de relação entre TIC e movimentos sociais. Mobilizamos conceitos da EPC como mediação e apropriação social em conjunto com aqueles elaborados por pesquisadores da Teoria dos Movimentos Sociais como repertórios, ciclos e oportunidades de protesto. Morozov (2011) considera que a ciberutopia e o internet-centrismo são perigosos para os movimentos sociais, pois essas visões ingênuas podem acabar em consequências catastróficas como aconteceu no Irã quando ativistas digitais foram presos durante o Movimento Verde Iraniano, em 2009, graças à vigilância estatal. De acordo com Morozov, o que ele chama de Doutrina Google, ou seja, a ideia de que ferramentas criadas por grandes conglomerados podem ser usadas por ativistas sem as devidas ressalvas, além de apresentar riscos, tem um forte efeito publicidade para essas empresas.

Apresentamos uma leitura da apropriação das TIC como repertório de protesto para ativistas a partir do conceito de mediação e apontando a existência dentro desses movimentos de intelectuais capazes de criar um novo senso comum entre os participantes de protestos. Além disso, indicamos os perigos a que ativistas e movimentos sociais se expõem ao praticar o que chamamos de Ativismo Codificado, um risco principalmente para aqueles que creem no caráter essencialmente emancipatório das tecnologias.



REFERÊNCIAS

BARAN, Paul A.; SWEEZY, Paul M. **Capitalismo Monopolista: Ensaio sobre a Ordem Econômica e Social Americana**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BOLAÑO, César. **Campo Aberto. Para a Crítica da Epistemologia da Comunicação**. Aracaju: Edise, 2015

_____. **O Império Contra-ataca**. Aracaju. 2002. Disponível em: <http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2014/12/textdisc3.pdf>. Acesso em 20 jun 2016.

_____. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BOLAÑO, César; PÁEZ, Ángel; HERRERA-JARAMILLO, Mauricio. Mediación, subsunción y apropiación social. Contribución al diálogo entre estudios culturales, economía política y comunicación. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 13, n. 24, 2017.

BLUMER, Herbert. Social Movements. In: LYMAN, Standford M. **Social movements: Critiques, Concepts, Case-Studies**. Palgrave Macmillan, London, 1995. p. 60-83.

BURAWOY, Michael. Facing an unequal world. **Current Sociology**, v. 63, n. 1, p. 5-34, 2015.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança. Movimentos Sociais na Era da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

_____. **O Poder da Comunicação**. São Paulo: Paz e Terra: 2015.

CORMEN, Thomas H.; LEISERSON, Charles E.; RIVEST, Ronald L.; STEIN, Clifford.. **Introduction to Algorithms**. 3ed. Cambridge: The MIT Press, 2009.

CURRAN, James. Rethinking Internet History. In: In Curran,James; Fenton, Natalie and Freedman, Dee (Eds.). **Misunderstanding the Internet**. Abingdon, Oxon, UK: Routledge, 2012. p.34-64

DELLA PORTA, Donatella. **O Movimento por uma Nova Globalização**. Loyola: São Paulo, 2007.

FIGUEIREDO, Carlos; BOLANO, César. Ricardo Siqueira. Social Media and Algorithms: New Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media. **International Review of Information Ethics**, v. 26, p. 26-38, 2017.

FIGUEIREDO, Carlos. Ativismo Codificado: Limites e Oportunidades para a Ação Coletiva nas Redes Sociais. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2017. p. 1-15.

GERBAUDO, Paolo. **Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism**. London: Pluto Press, 2012.

GRAMSCI, Antonio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

HARDT, Michael; NEGRI, Antônio. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Multidão**. Guerra e Democracia na Era do Império. Rio de Janeiro, 2014

MOSCO, Vicent. **The Digital Sublime. Myth, Power and Cyberspace**. Cambridge: MIT Press, 2004.

MOROZOV, Evgeny. **The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom**. New York: Public Affairs, 2011.

_____.Biocapitalismo e Constituição do Presente. In: NEGRI, Antônio (Ed.). **Biocapitalismo**. São Paulo: Iluminuras, 2015. p.57-84

NEGRI, Antonio. Para uma definição ontológica da multidão. **Lugar comum**, v. 19, n. 20, p. 15-26, 2004.

NHORIA, Nitin; ECCLES, Robert G. **Networks and Organizations: Structure, Form and Action**, Boston: Harvard Business School Press, 1992.

NEÜMAN, María Isabel. Construcción de la Categoría "Apropiación Social". **Quórum Académico**, v. 5, n. 2, p. 3, 2008.

SCHERER-WARREN, Ilse. **Redes de Movimentos Sociais**. 5ed. São Paulo: Loyola, 2011.

TARROW, Sidney. **O Poder em Movimento. Movimentos Sociais e Confronto Político**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2009.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: Tecnologia e Forma Cultural**. São Paulo/Belo Horizonte: Boitempo/PUC Minas, 2016.

Debate Teórico do Conceito de Mercadoria Audiência a partir da Apropriação do Torcedor de Futebol

Anderson David Gomes dos Santos²¹

Irlan da Cruz Simões Santos²²

➤ INTRODUÇÃO

Futebol e televisão apresentam-se como dois fenômenos de entretenimento massivos na sociedade mundial, cujo desenvolvimento se deu de forma paralela, ainda que cada um, enquanto bem cultural, tenha-o feito com características próprias. A Indústria Cultural, de uma maneira geral, tende a auxiliar a expansão geográfica, a extensão da mercantilização sobre esse jogo e, em alguns casos, nas novas formas de especialização, divisão entre quem o gere, trabalha por ele e quem o acompanha enquanto receptor/consumidor dos produtos gerados.

Este artigo parte de uma proposta de Bolaño (2003, p. 39), que indica um diferencial no futebol televisionado em relação aos outros produtos da Indústria Cultural, pois a publicização deste esporte através dos meios de comunicação, com transmissão ao vivo, criaria uma dupla forma de espectador: o torcedor de futebol também é a audiência que será negociada, “o que pode ter implicações econômicas e de estruturação da esfera pública”.

21. Professor da unidade Santana do Ipanema/Campus Sertão da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), secretário geral do capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (ULEPICC-BR) e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Jornalista graduado em Comunicação Social pela UFAL, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e membro do grupo de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS). andderson.santos@gmail.com

22. Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Mestre em Comunicação pelo PPGCOM-UERJ e graduado em Comunicação Social-Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe, iirlansimoes@gmail.com.

Assim, pretende-se, tendo como base o desenvolvimento histórico no Brasil tanto do futebol quanto da Indústria Cultural, e sua relação intrincada em busca de maior quantidade possível de receptores, entender quais as possíveis especificidades da mercadoria-audiência no futebol televisionado a partir dos seguintes movimentos: apresentar de forma crítica a apropriação mercadológica do torcedor de futebol ao longo do tempo; discutir a mercadoria da radiodifusão de transmissão gratuita; apresentar a questão da reduplicidade da mercadoria audiência a partir do futebol midiaticizado.

Como procedimento metodológico, a partir de uma perspectiva qualitativa, realizar-se-à uma pesquisa bibliográfica, mobilizando teóricos clássicos da Crítica à Economia Política, como Marx (1996), e da EPC, caso de Bolaño (2000; 2003; 2004; 2006), que tratam dos conceitos de mercadoria e mercadoria audiência; além de produções sobre cultura torcedora, futebol e Indústria Cultural, casos de Santos e Santos (2015) e Gastaldo (2016a; 2016b).

➤ A APROPRIAÇÃO DO PÚBLICO DO JOGO

“Sem público não haveria espetáculo, tampouco reconhecimento e remuneração para o dom futebolístico. Sem o suporte do clubismo, o futebol não teria forjado um público fiel, e jamais teria alcançado tamanha popularidade” (DAMO, 2008, 143).

Sabemos que não é comum iniciar com uma citação direta, mas essa de Damo é fundamental para entendermos que na relação que se tem entre a indústria do futebol e as demais em seu entorno o público é o grande alvo. Mas se isso pode parecer óbvio nos dias atuais, este é um processo que carrega importantes singularidades, como apontamos detalhadamente em artigo presente em volume anterior da Coleção Obscom-Cepos (A. SANTOS; I. SANTOS, 2015), incluindo aí contradições e desigualdades sociais.

O futebol entra no país e se desenvolve nas suas primeiras décadas seguindo a trajetória inglesa, com a elite se apropriando dele enquanto uma barreira sociocultural num país pós-escravidão. Assim, a participação de um público mais geral só ocorre

quando é percebida a necessidade da profissionalização, com a atividade lúdica sendo também geradora de recursos financeiros e status político, vide, inclusive, o interesse das classes populares no jogo. Como afirma Cruz (2005, p. 36):

A partir do momento em que competições e campeonatos cada vez mais regulares e bem organizados tornaram-se frequentes, cresceu o número de espectadores presentes nas diversas partidas de futebol, sendo assim necessária a criação de algum tipo de acomodação para estas pessoas. Com acomodações melhores (bons pontos de vista, cobertura para os torcedores que os protegesse das intempéries, talvez cadeiras e assentos), a presença de espectadores aumentava em uma proporção cada vez maior. Logo os clubes perceberam aí uma possibilidade de arrecadar fundos com os quais seria possível mantê-los em atividade, a partir da cobrança de um ingresso junto aos torcedores, que lhes permitisse acessar estas acomodações e desfrutar os 90 minutos de lazer que ali lhe eram oferecidos.

Os estádios são constituídos a partir de uma estrutura delimitada pelos preços de quem poderia pagar, de acordo com a melhor visualização e melhor espaço para se ficar, seguindo o que era proposto pelo arquiteto europeu Archibald Litch. Modelo que segue durante décadas em diferentes partes do mundo, podendo nos localizar no caso brasileiro de 1930 a 1980, com a bilheteria como a mais importante das fontes de recurso para os clubes de futebol e fundamental para propaganda política (fosse sob governo Vargas ou na Ditadura Militar).

Se os anos 1970 demarcam uma etapa importante de nova mercantilização sobre o jogo numa esfera internacional, a partir da FIFA presidida pelo brasileiro João Havelange, a autorização de publicidade nas camisas e em placas publicitárias se efetiva no Brasil na década de 1980. Além disso, aumenta o interesse dos grupos de comunicação em perceber o futebol enquanto produto importante para adquirir audiência. Assim, o final daquela década e especialmente a década de 1990 demarcam que:

Com esta nova etapa de mediação, o torcedor de estádio deixa de ser exclusivo nos anseios econômicos de quem promovia o futebol. Aquele simpatizante que vive em uma cidade distante do clube também deverá ser englobado num processo de consumo do esporte. Daí surgem novos atores econômicos e uma nova realidade comercial entre clubes, atletas, torcedores de estádios e telespectadores (A. SANTOS; I. SANTOS, 2015, p. 33).

O futebol apresenta fortes determinações midiáticas em sua constituição contemporânea, caracterizada por uma expansão global da atividade. Este esporte, por ter a maior recepção mundial, alcançando diversos tipos de cultura, serve como um exemplo, dentre tantos outros bens culturais apropriados pelo capital, de como os processos midiáticos passaram a auxiliar na determinação da forma em que os bens culturais serão apresentados numa sociedade que estaria em vias de se tornar mediada.

A década de 1990 acentuaria as duas vias. A mídia se torna extremamente presente como elemento fundamental para a espacialização e a mercantilização do futebol num período que a emissão de programas, produtos e serviços se intensifica internacionalmente pelo aprimoramento tecnológico e pela abertura dos mercados comunicacionais europeus, momento histórico de re-regulamentação demarcada pela flexibilização das normas de mercado.

No que se refere ao futebol:

A assimilação do conceito de remodelação arquitetônica dos estádios e do comportamento de torcida foi estimulada pela FIFA, que passou a exigí-los como pré-requisitos para a realização da Copa do Mundo e de determinados torneios, afastando o setor acostumado com uma cultura torcedora mais festiva. Isso se dá também porque passa a ser mais barato acompanhar os jogos pela TV que ir aos estádios (A. SANTOS; I. SANTOS, 2015, p. 34).

Gastaldo (2006a, p. 89) indica que a midiaticização dos eventos esportivos representa um processo social de articulação de significados que produz definições da realidade acerca dos fatos esportivos, de maneira a colaborar com muita frequência com o estabelecimento e a manutenção de significações culturais relacionadas a estes esportes, com o discurso midiático, portanto, sendo um elemento muito importante para a produção e a reprodução também do universo esportivo.

Bolaño (2003, p. 40) amplifica esta relação ao afirmar que se a televisão é importante para constituição de uma base de consumo eficiente enquanto área para a diversificação e ampliação da experiência das audiências, coloca o esporte no centro da cultura global e, nas últimas décadas, do projeto neoliberal.

Isso passaria a representar ao longo dos anos, e do desenvolvimento de ambas as atividades de lazer, na ideia de um “complexo esportivo-cultural-midiático”, assim explicado por Miller et al. (2001, p. 08, tradução nossa):

Este complexo de lugares [esportivos, culturais e midiáticos] coloca as mídias no coração das estruturas e práticas esportivas, porque sem a capacidade midiática para preencher os esportes de signos e mitos para grandes e diversas audiências através do globo, o esporte poderia ser relativamente menor e de uma popularidade anacrônica. A cobertura televisiva, especialmente na sua forma satelital, tem se tornado a principal moeda na economia cultural do esporte.

A Indústria Cultural se apropria do futebol para gerar uma série de programas e conseguir acumular mais capital. Do outro lado, esse esporte também alimenta sua própria indústria com as fileiras audiovisuais, numa constituição mútua, ainda que o esporte possa ser mais dependente da IC que o inverso. O tópico seguinte explicita o primeiro destes elementos, a questão da importância de ter programas que atraiam a audiência. Em seguida, trataremos do outro elo deste processo.

➤ MERCADORIA NA INDÚSTRIA CULTURAL

Ainda que Marx não tenha se dedicado a estudar a informação ou a comunicação, vide o incipiente desenvolvimento da Indústria Cultural até a metade do século XIX, período de sua produção intelectual, parte-se neste trabalho da Crítica à Economia Política para entender os processos infocomunicacionais ao longo do desenvolvimento capitalista, cabendo, com o auxílio de outros autores, entender os conceitos marxistas sob uma realidade historicamente modificada.

O conceito de “mercadoria” está para a teoria marxista do valor num nível de importância próximo ao de “trabalho”, pois se o segundo demarca uma série de considerações sobre o próprio ser social, seu processo de desenvolvimento histórico-dialético que inclui inclusive nosso devir, o primeiro é fundamental para compreender a forma como o modo de produção capitalista atua em sua etapa histórica no âmbito da evolução humana. Assim, antes de explicitar a definição da mercadoria principal sob a Indústria Cultural, resgatamos que:

A mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa. Aqui também não se trata de como a coisa satisfaz a necessidade humana, se imediatamente, como meio de subsistência, isto é, objeto de consumo, ou se indiretamente, como meio de produção (MARX, 1996, p. 165).

Segundo Marx (1996), a mercadoria carrega em si já algo que é duplo: o valor de uso, que é a utilidade que se tem a partir da aquisição de um produto ou serviço, que se efetiva no consumo de outrem; e o valor de troca, que compreende como o produto vai ser quantitativamente determinado, tendo como parâmetro o tempo de trabalho socialmente necessário para sua constituição.

O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação faz parte da valorização e da superacumulação do capital de uma forma cada vez maior. Do ponto de vista de aumento da circulação de produtos/serviços e ideias, a Indústria Cultural compreende um elemento que perpassa mais de um século, também seguindo o aprimoramento na acumulação do capital para evoluir, adaptando-se às novas possibilidades de produção, distribuição e consumo cultural. Enquanto “indústria”, segue com a produção de bens simbólicos o intuito de criar mercadorias que carregam em si valor de uso e valor de troca.

A partir disso, é necessário entender que a indústria cultural de difusão gratuita produz duas mercadorias diferentes, cujas relações com elas também ocorrem de maneira díspar. O que é produzido de forma massiva, o programa, na verdade existe para que se atraia o tipo de mercadoria principal para esta indústria, a audiência. É com o valor da venda da mercadoria audiência que se chegará aos lucros da empresa, sendo esta, portanto, o que dá peso especial à indústria.

A mercadoria audiência é muito especial, pois o processo de sua criação não pode ser concebido como a ação simples de um sujeito sobre um objeto. Ela é especial inclusive com relação a outras mercadorias imateriais, como a informação-mercadoria. Em um sentido, deve ser comparada antes com a força de trabalho: uma força, um poder, uma energia que existe nos sujeitos (ou, neste caso, na relação entre o sujeito e o produtor cultural) e que pode ser apropriada pelo capital em determinadas condições técnicas e sociais (BOLAÑO, 2004, p. 71).

A definição de “mercadoria audiência” carrega em si uma tradição de discussão de ao menos 4 décadas, a partir de autores como Nicholas Garnham, Dallas Smythe, Ramon Zallo e César Bolaño. Aqui entendemos a partir deste último na divergência principal, que é o trabalho realizado para produzi-la, pois há a concordância dela ser o principal produto da Indústria Cultural. É necessário destacar que o trabalho não é

realizado pelo público, mas sim pela equipe de trabalhadores culturais: “El público, finalmente, sólo desea diversión. Trueca su atención por un ‘almuerzo gratuito’, por usar la metáfora de Smythe, pero eso no es trabajo. Su posición no está en el proceso de producción de la mercancía, sino en el de la realización” (BOLAÑO, 2006, p. 54).

Ficando aqui apenas na função publicidade da Indústria Cultural, esta apresenta-se como importante para a circulação do capital, ao acrescentar-lhe valor, sendo, portanto, gasto considerado produtivo ao fazer parte da infraestrutura necessária para a realização das mercadorias, ou seja, que segue todo o procedimento “tradicional”, ao ser produzida a partir de uma divisão social de trabalho, com dispêndio de energia do trabalhador, para gerar algo necessário (BOLAÑO, 2006).

No caso da Indústria Cultural, ainda que os programas e a publicidade se dediquem a um indivíduo médio, que é qualitativo e quantitativamente determinado, há a difícil determinação de sucesso a um bem cultural, assim, “não há relação possível entre valor econômico e preço na indústria de televisão. Todo o valor acrescentado depende da capacidade do programa em atrair a atenção do público e, portanto, de seu valor simbólico” (BOLAÑO, 2004, p. 71).

Tendo essa discussão como base, partimos agora para entender o porquê de o caso da transmissão do futebol pode aprimorar a definição de mercadoria audiência, ao indicar uma nova possibilidade de um duplo – para além do valor de uso e valor de troca da mercadoria e do trabalho produzindo programa e audiência ao mesmo tempo.

➤ A MERCADORIA AUDIÊNCIA NO FUTEBOL TRANSMITIDO

Considerando os tópicos anteriores, tanto a Indústria Cultural quanto o futebol profissionalizado podem ser identificados como elementos que se constituem no modo de produção capitalista, cada qual com sua forma de apropriação mercantilizada, mas com uma relação intrínseca entre os dois.

Uma das diferenças é entender que o futebol é um elemento cultural, a ponto destes autores defenderem a constituição do futebol *association* enquanto Indústria Cultural, independente de sua relação com os meios de comunicação – algo a ser apresentado de melhor forma em trabalhos futuros. A partir desse princípio é mais fácil observá-lo numa lógica que “representa la expansión del capital al campo de la cultura, llevando consigo su contradicción intrínseca que, de este modo, se duplica y, en las condiciones de la actual reestructuración productiva, se generaliza” (BOLAÑO, 2006, p. 55).

Ficando aqui na relação futebol e mídia, Bolaño (2003) indica um diferencial do telespectador de partidas de futebol em relação ao de outros produtos da Indústria Cultural, pois a publicização deste esporte através dos meios de comunicação, com transmissão ao vivo das partidas, cria uma dupla forma de espectador: o torcedor, e consumidor, de futebol também é a audiência que será negociada. Este processo representa uma reduplicidade de um conceito que implica em si, como já vimos, duas vias: a mercadoria audiência do jogo de futebol e do programa televisivo.

A diferença se faz presente porque se numa telenovela o receptor é daquele programa plenamente midiático, o futebol existe para além do que é exibido dele. Inclusive a própria recepção é diferente, entre ver por alguma ferramenta tecnológica digital e no estádio. Como afirma Gastaldo (2006b, p. 19), para a televisão o jogo acontece somente onde está a bola, fazendo com que se perca a visão global do espaço de jogo que o espectador presente ao estádio pode ter, reflexo das primeiras transmissões iniciais deste esporte, em que “uma única câmera fixa acompanhava de longe as jogadas, assemelhando-se de alguma maneira (ao menos quanto ao ponto de vista fixo) à visão de um espectador presente ao estádio” no meio do campo, mas que segue sendo a principal numa transmissão mesmo com a maior quantidade de câmeras hoje.

Importante destacar que o “poder de consumo” do espectador deste esporte é o que tanto auxilia a movimentar recursos em torno dele, considerando que, ao contrário de outros produtos da Indústria Cultural, os oriundos a este esporte conta com a paixão envolvida. Se um evento como a Copa do Mundo FIFA a cada quatro anos gera

incremento na economia de um país como o Brasil, com mudanças culturais expressivas, como vimos em 2014; o clubismo é o que mantém a indústria do futebol girando o tempo todo. Recorda-se ao falar de sentimentos que “é a um indivíduo médio, a um ser humano abstrato, que todas as medidas de audiência se referem. Mas é ao ser humano concreto, à sua consciência e aos seus desejos que a publicidade se dirige” (BOLAÑO, 2004, p. 68-9).

Damo (2006, p. 41) explica o “clubismo” como um:

sistema complexo caracterizado pela adesão afetiva dos torcedores aos clubes de futebol, tendo como desdobramento a constituição de comunidades de sentimento. Essas, por seu turno, são responsáveis por desenvolver nos indivíduos uma dada percepção estética do jogo, caracterizada pelo engajamento, de modo que já não se pode dizer que quem vai ao estádio o faz como se estivesse indo ao teatro ou ao cinema, pois a um estádio não se vai para ver um jogo, mas para torcer pelo time que representa o clube do coração.

A diferenciação neste caso está em ser “negociado” na forma coletiva tanto enquanto espectador de um programa da Indústria Cultural, quanto como torcedor de futebol que consome diversos produtos oriundos dele, incluindo aí os ingressos de acompanhar a partida nos estádios. Aqui fica claro que o público não trabalha para quem transmite ou para quem patrocina um clube ou torneio. Também neste caso, enquanto programa:

O que o capital faz é, em primeiro lugar, utilizar o poder simbólico do trabalho cultural para criar o efeito de empatia que transforma os sujeitos em audiência e, portanto, em objeto, para, em seguida, produzir os recortes, as classificações e especificações que vão permitir oferecer uma mercadoria diferenciada em um mercado inter-capitalista (BOLAÑO, 2004, p. 71).

Ao mesmo tempo, de acordo com Bolaño (2004, p. 69), o programa, cumpre a sua função social ao ser consumido, exprimindo-se enquanto valor de uso. No caso do futebol, sua utilidade casa bem com a definição do autor, ao conferir ao consumidor “emoções, diversão, relax. Mas é útil também para os compradores da audiência porque lhes permite comunicar-se com os indivíduos consumidores concretos”.

O torcedor é a única parte amadora num futebol cada vez mais mercantilizado e espetacularizado. Pois, como afirma Damo (2008), resta a ele apenas a co-participação no jogo, vide que não dispõe de capital futebolístico para atuar dentro dos gramados, mas dá suporte para os que o têm, ainda que este processo esteja em mudança nas últimas décadas justamente para privilegiar a imagem do jogo a ser exibida.

Isso vem tendo consequências legais em diferentes partes do mundo a partir da referência do Relatório Taylor no Reino Unido, que serviu para justificar uma onda de mercantilização do futebol a partir do final dos anos 1980. Restringiu-se o acesso aos estádios justo num momento de abertura dos mercados de radiodifusão na Europa, com a oferta do programa futebol a partir do *pay per view*, sendo mais barato que contratar os carnês de associados para ver os jogos no campo.

No caso brasileiro, a criação do Estatuto de Defesa do Torcedor, outorgado pelo então presidente Lula em 2003, serviu para entender o torcedor como consumidor, seguindo parâmetros do Código de Defesa do Consumidor, com as suas alterações posteriores estando centradas mais sobre o combate à violência nos espaços esportivos que para garantir os direitos de quem é torcedor. A relação com a Indústria Cultural como justificada a isso é definida da seguinte maneira por Alvito (2006, p. 471): “as autoridades procuram garantir um futebol ‘higienizado’, um produto televisivo não perturbado por quaisquer distúrbios, onde a torcida e suas manifestações mais extremadas aparecem como aquilo que em teoria da comunicação é chamado de ruído”.

Este processo ocorre em outras formas de produção do valor presentes no campo cultural, como apresentado por Dantas (2011, p. 52):

Como o valor reside na relação concreta desse trabalho com sua audiência, o capital simbólico dos atores e artistas individualmente – as suas marcas como “celebridades” – vem a ser importante fator de barganha nas disputas pela divisão de rendas informacionais. Um “conteúdo” – seja um filme, seja um livro, seja um jogo de futebol, seja um blog na internet – atrairá mais público pelo poder de atração dos artistas, escritores, esportistas, etc. que dele participam, poder este adquirido ao longo de uma carreira de “sucessos” mediáticos, isto é, de participação em produtos sógnicos que, sintonizados com as expectativas psicológicas, estéticas, identitárias ou outras similares de alguns segmentos maior ou menor de conjuntos sociais, alcançaram elevadas audiências, daí podendo auferir boas receitas de vendas.

Desta forma, se a mercadoria apresenta uma dupla mistificação porque naturaliza a relação social entre o capital e o trabalho, em que “se dá ao produto de um processo social uma existência própria e o poder para dar a forma à vida social” (MOSCO, 2009, p. 212, tradução nossa), este processo é reforçado com a transformação de um bem cultural como o futebol em programa.

Outra relação que pode ser considerada neste caso é quanto à produção do programa midiático futebol. Primeiro é necessário considerar que por se tratar de algo de forte atração popular e, conseqüentemente, estimulador de consumo dos mais diversos produtos e serviços, o futebol é trabalho cultural elaborado por jogadores, comissão técnica e arbitragem, dentre outros elementos da divisão social do trabalho que o conforma, servindo como objeto frente “a capacidade de transformar multidões humanas em audiência para sustentar toda a máquina publicitária, elemento central da dinâmica econômica desde o início do século XX, e para garantir as condições gerais para a legitimação do Estado contemporâneo” (BOLAÑO, 2004, p. 68).

É preciso considerar que no caso da transmissão de uma partida de futebol, o programa é produzido por toda uma equipe técnica, agregado ao trabalho realizado pelos jogadores em campo, que corresponde a uma outra indústria. Na prática, há

produtoras que atuam especificamente para a transmissão dos jogos, repassando as imagens às emissoras que as contratam, numa cadeia de terceirizações: a federação responsável pelo campeonato e seus clubes afiliados cedem o direito de transmissão a uma emissora que contrata uma produtora para, com seus trabalhadores, produzir as imagens. A transmissão se completa com a equipe contratada pela emissora, narradores, comentaristas, produtores, cinegrafistas e repórteres de campo que vão tratar do produto feito pelos trabalhadores do futebol. Assim, podemos utilizar a seguinte afirmação de Bolaño (2004, p. 70) para estes casos:

No mercado primário, não é a mercadoria propriamente que é negociada, mas o direito de difusão: o direito de utilizar a mercadoria para a criação da mercadoria audiência. Houve aí uma dupla expropriação do produtor cultural independente, separado, por um lado, dos meios de produção e submetido, por outro, a toda uma máquina de intermediação que lhe foi imposta e sem a qual já não tem a possibilidade de acender ao público.

Ainda que não seja nosso interesse aqui tratar do trabalhador de futebol, mas é interessante que há também no que ele produz uma dupla expropriação, do clube a que está vinculado, mas também de quem usa a sua imagem a partir de um negócio que não necessariamente ele tem o poder de escolha – entendendo que os “direitos de imagem” do salário, mudança da Lei Pelé, serviram na prática mais para burlar pagamento de tributos trabalhistas, pois a decisão sobre a relação do atleta com a mídia é cada vez mais concentrada pelos times.

➤ CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao apresentarmos esta proposta para o Seminário Obscom-Cepos de 2017, oriunda de uma observação de um dos autores durante o processo de produção da dissertação de mestrado em Comunicação, percebemos que discutir tanto o conceito de mercadoria quanto o específico de mercadoria audiência exigiria uma quantidade

de leituras em nível de desenvolvimento de um curso de pós-graduação. Ambos são fundamentais ao pensarmos a Crítica à Economia Política e a Economia Política da Comunicação. O que pudemos fazer aqui foi apresentar estes dois conceitos como um suporte conceitual à sua aplicação quanto ao futebol midiaticizado.

Destacamos com essa proposição, inclusive, a importância dos estudos marxistas das áreas relacionadas às Ciências Humanas e Sociais, incluída aí a Comunicação e Informação, de uma leitura coerente e crítica que dê conta não só à figura do trabalho assalariado do jogador de futebol, mas também do entendimento do “clube como um comum produzido pelos torcedores” (I. SANTOS, 2016, p. 28).

Esta etapa é essencial também do ponto de vista da resistência aos avanços da mercantilização sobre o futebol, entendendo como ela ocorre ao longo dos anos e como o torcedor deve deixar de ser meramente um consumidor e buscar ser participante direto da constituição do esporte, de suas esferas decisórias, pois é ele o grande motivo para que se gere tanta atenção dos meios de comunicação e de outras indústrias.

Se conceitos como mercadoria e trabalho, que apareceram neste trabalho, são importantes para o viés de estudos críticos, a resistência da classe trabalhadora precisa ser ainda mais tratada no âmbito da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura. O elo do “consumo” nas possibilidades de estudos da EPC merece ter tanta atenção quanto o da produção e da distribuição/circulação. O nosso caso em específico ajuda a contextualizar a importância do torcedor para o negócio, mas também pode-se apresentar as possibilidades de resistir às mudanças impostas pelo paradigma econômico, como feito em outra obra por I. Santos (2017).



REFERÊNCIAS

ALVITO, Marcos. A parte que te cabe nesse latifúndio: o futebol brasileiro e a globalização. **Revista Análise Social**, v. 41, n. 179, p. 451-474, 2006.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. A reforma do modelo brasileiro de regulação das comunicações em perspectiva histórica. **Estudos de Sociologia**, v. 17, p. 67-95, 2004.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Esporte e Capoeira. Identidade Nacional e Globalização. *Candeiro*, Aracaju, vs. 9-10, p. 33-42, out. 2003.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Indústria Cultural**: Informação e Capitalismo. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BOLAÑO, César. Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política de la Comunicación. **CIC Cuadernos de Información y Comunicación**, v. 11, p. 47-56, 2006.

CRUZ, Antonio Oswaldo Holzmeister. **A nova economia do futebol**: uma análise do processo de modernização de alguns estádios brasileiros. Rio de Janeiro: Museu Nacional, 2005.

DAMO, Arlei Sander. Dom, amor e dinheiro no futebol de espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 66, p. 139-209, fev. 2008.

DAMO, Arlei Sander. O ethos capitalista e o espírito das copas. In: GASTALDO, Édison Luis; GUEDES, Simone Lahud (Orgs.). **Nações em campo**: copas do mundo e identidade nacional. Niterói: Intertexto, 2006. p. 39-72.

DANTAS, Marcos. O espetáculo do crescimento: a Indústria Cultural como novo motor de desenvolvimento na atual fase do capitalismo atual. In: SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Produção de conteúdo nacional para mídias digitais**. Brasília: Secretaria de Assuntos Estratégicos, 2011. p. 37-83.

GASTALDO, Édison Luís. A Pátria na “imprensa de chuteiras”: futebol, mídia e identidades brasileiras. In: GASTALDO, Édison Luis; GUEDES, Simone Lahud (Orgs.). **Nações em campo**: copas do mundo e identidade nacional. Niterói: Intertexto, 2006a. p. 87-102.

GASTALDO, Édison Luis. “Os Campeões do Século”: notas sobre a definição da situação no futebol mediatizado. In: GASTALDO, Édison Luis; GUEDES, Simone Lahud (Orgs.). **Nações em campo**: copas do mundo e identidade nacional. Niterói: Intertexto, 2006b. p. 15-38.

MARX, Karl. A mercadoria. In: _____. **O Capital**: Crítica da Economia Política. v. 1: O processo de produção do capital. São Paulo: Nova Cultural, 1996. p. 165-208.

MILLER, Toby *et al.* **Globalization and Sport**: Playing in the world. Londres: SAGE, 2001.

MOSCO, Vincent. **La Economía Política de la Comunicación**. Barcelona: Bosch, 2009.

SANTOS, Anderson David Gomes dos; SANTOS, Irlan Simões da Cruz. História do espectador dos jogos de futebol no Brasil: da elitização amadora às novas formas de exclusão das Arenas Multiuso. In: SANTOS, Verlane Aragão; MOTTA, Joanne Santos; MARTINS, Bruna Távora de Sousa (Orgs.). **XIII Seminário OBSCOM/CEPOS e I Fórum Regional ALAIC Cone Sul**: Compilação de trabalhos apresentados. São Cristóvão; São Paulo: OBSCOM/CEPOS/ALAIC, 2015, v. 1, p. 28-41.

SANTOS, Irlan Simões. **Clientes versus Rebeldes**: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

SANTOS, Irlan Simões Cruz. For the love, not the money: futebol, produção do comum e direito à cidade. **Lugar Comum**, n. 48, p. 120-144, 2016.

A recente teledramaturgia da TV Globo e seu interesse pelas camadas populares

Caio Vasconcellos²³

➤ INTRODUÇÃO

“A massa, meu caro, há de chegar ao biscoito fino que fabrico.”

Oswald de Andrade

Segundo o jornal *Folha de São Paulo* de outubro de 2012, a coordenação da campanha de Fernando Haddad teria convencido a presidenta Dilma Rousseff a adiar o comício no qual apareceria ao lado do então candidato à prefeitura de São Paulo por coincidir com a exibição do final de *Avenida Brasil*; em Salvador, cogitou-se instalar telões para a transmissão do último capítulo da novela a fim de que outro encontro com a presidenta não ficasse esvaziado; em todo o país, o *Operador Nacional do Sistema Elétrico* temia pela possibilidade de um apagão decorrente da exuberante audiência do folhetim eletrônico (Bergamo, 2012).

O retumbante sucesso da novela parecia inverter uma tendência arraigada em período importante da história da televisão brasileira. Ainda que, desde os tempos de Homero Sánchez²⁴, a TV Globo preconizasse certa correspondência em suas tele-

23. Pesquisador do Grupo Teoria Crítica e Sociologia da Unicamp, realiza seu pós-doutorado junto ao Departamento de Sociologia do IFCH-Unicamp. A pesquisa que forneceu subsídios para a redação deste ensaio conta com financiamento da Fapesp (processo: 2016/11491-3). Agradeço à Rafaela Pannain pela leitura e comentários ao texto.

24. Criador do *Departamento de Pesquisa* da TV Globo, Homero Sanchez desenvolveu importantes reflexões e métodos de pesquisas que não apenas se restringiam em monitorar a flutuação das audiências da emissora carioca, mas também visavam construir parâmetros para a formulação de sua programação. Para uma interessante interpretação sobre as teorias e as técnicas criadas por Sanchez, cito o capítulo “Mecanismos de interlocução mediada: criação e pesquisa”, (Hamburger, 2005).

novelas entre a composição social dos personagens e a composição social dos seus telespectadores (Hamburger, 2005, p. 55), é possível afirmar que a representação dos setores mais populares em sua teledramaturgia padecia de um persistente enviesamento. Não obstante o peso desses segmentos no conjunto dos telespectadores ao menos a partir de meados dos anos 1970, o seu então reduzido poder de consumo lhes reservava um lugar marginal no interior das principais produções das emissoras brasileiras – até pouco tempo, horário nobre e programas com maiores investimentos davam impressão de serem voltados para um público de classe-média, com alto poder aquisitivo e elevado grau de escolaridade²⁵. A pobreza urbana e a periferia das grandes cidades só se tornariam alvo de figuração com maior relevância na dramaturgia da emissora carioca após a metade dos anos de 1990 (Strücker, 2009, p. 21). Embora exibida em somente 10 dos 203 capítulos, *Pátria minha* (1994) levou ao ar a primeira favela cenográfica da TV brasileira. A grande virada, contudo, aconteceria alguns anos mais tarde. Aproveitando-se do destacado sucesso e grande repercussão de filmes como *Orfeu* (1999), *O invasor* (2001), *Cidade de Deus* (2002), dos documentários *Babilônia 2000* (2000), *Ônibus 174* (2002) entre outros, a TV Globo não apenas introduziu mais fortemente a periferia urbana em sua teledramaturgia como também valeu-se da *expertise* de diretores, roteiristas, produtores e atores de tais produções em suas primeiras incursões nessa temática, como nas minisséries *Antônia* e *Cidade dos homens* (Idem, ibidem, p. 15).

Além de um redirecionamento de suas estratégias comerciais, tal encaminhamento das questões desdobra-se em uma problemática sociocultural mais profunda. Se, enquanto permaneciam fora do mercado de bens materiais, esses estratos populares se viam também alijados no âmbito da produção industrial de cultura, o quadro parece ter sido alterado. Mesmo que a disparidade de renda e a concentração de riquezas ainda sejam persistentes, tendências socioeconômicas apontam para a consolidação

25. Uma das marcas mais persistentes desse enviesamento se demonstra pela reduzida e marginalizada presença de atores e atrizes negros nas telenovelas em diferentes períodos históricos. Uma referência clássica dessa discussão é trazida por Joel Zito Araújo, em seu documentário *A negação do Brasil*.

de uma sociedade de consumo de plasticidade suficiente para integrar, em seus termos, a grande maioria da população. Seria interessante perscrutar o significado dessas dinâmicas a partir de uma interpretação dos tipos de representação das classes populares no mais importante produto de entretenimento de massa do país, e investigar os aspectos socioculturais que lhe dão suporte e condicionam o seu desenvolvimento.

Entretanto, antes de me ater com mais vagar a alguns dos principais desafios contemporâneos enfrentados pelas emissoras de TV brasileiras, convém trazer à tona um breve histórico do sistema comercial televisivo brasileiro.

▶ GÊNESE E CONSOLIDAÇÃO DA TELEVISÃO NO BRASIL

Em sua gênese sócio-histórica da *Indústria cultural* no Brasil, Ortiz destaca a atuação de traços particulares na emergência deste tipo de empreendimento no país. Enquanto a vida cultural europeia já gravitava desde o século XIX em torno de duas esferas de valor distintas – uma de circulação restrita, vinculada à literatura e às artes, e outra de circulação social ampliada, de caráter mercantil (Ortiz, 2001, p. 25) –, no caso brasileiro estariam ausentes as condições socioeconômicas para uma relativa autonomia à produção artística e intelectual bem como os pressupostos necessários para a constituição de um mercado de bens simbólicos de escala. Se a separação mais aguda nos países centrais do capitalismo propiciou o florescimento de instâncias de elaboração artística e de julgamento estético em forte oposição aos critérios da arte mercantilizada, no Brasil o quadro cultural não se assentava sobre uma diferenciação tão nítida entre um polo erudito e outro de feição comercial. Além dos limites econômicos de uma sociedade de consumo incipiente, vivia-se em um ambiente de fraca divisão do trabalho intelectual e de confusão de fronteiras entre as diversas áreas culturais. Condiionadas pela natureza dependente de nosso capitalismo, as primeiras experiências de produção industrial de cultura no Brasil seriam mais o resultado de um espírito aventureiro de parte do empresariado nacional do que de um desdobramento econômico imanente.

A televisão seria um caso paradigmático. Embora inaugurado relativamente cedo no Brasil, o mercado televisivo nacional se constituía ao longo da década de 1950 em bases tecnológicas precárias e com limites bastante estreitos à sua expansão comercial. De caráter regional, as transmissões alcançavam um número reduzido de centros urbanos, os aparelhos televisores eram uma mercadoria de alto luxo, e o hábito de se assistir à TV era pouco difundido no país²⁶. A escassez de pesquisas sobre a audiência e o quase desconhecimento sobre os padrões de consumo dos diversos estratos da população tornavam o veículo nebuloso para os anúncios publicitários. Atraindo capitais de pequeno e de médio porte, as emissoras se obrigavam a organizar suas cadeias produtivas conforme parâmetros mais marcados pelo empirismo e pelo improvisado do que por critérios de administração e de planejamento racionais. Não que se tratasse de um mau negócio – já em 1952, a TV Tupi superava em faturamento qualquer emissora de rádio de São Paulo (Carvalho e Silva, 1982, p. 137). Porém, se havia de se retirar dinheiro de pedra, é porque essa era dos capitães da indústria de entretenimento refletia a particularidade de uma sociedade na qual as práticas de mercado conviviam em certo descompasso com a realidade.

Sobre as produções televisivas, os efeitos seriam múltiplos. Não obstante o forte poder de ingerência das agências de publicidade, as programações das emissoras se orientavam apenas indiretamente pela lógica mercantil – mesmo sendo esse o objetivo, faltavam tanto os recursos como os meios técnicos necessários. Os mecanismos de mensuração da eficácia dos anúncios não haviam sido plenamente desenvolvidos, e a origem eclética da mão de obra empregada tornava ainda mais *sui generis* este segmento da nascente *Indústria cultural* brasileira. De um lado e majoritariamente, o corpo técnico e artístico das Tvs fora composto por oriundos do rádio, meio de comunicação de grande penetração e cuja linguagem se notabilizava pelo grande apelo popular. Porém, de outro, havia os profissionais de perfil mais erudito, de sensibilidade

26. De acordo com o censo de 1960, apenas 4,6% dos domicílios possuíam aparelhos televisores (Hamburger, 2005, p. 22). Segundo pesquisa da Marplan realizada no Rio de Janeiro em 1959, 67% dos entrevistados não tinham assistido à televisão durante o dia anterior. (Carvalho e Silva, 1982, p. 163).

estética mais aguçada e que, vez por outra, imprimiam às produções televisivas critérios distintos do puramente comercial. Na impossibilidade econômica de atuarem somente em suas especialidades artísticas, dramaturgos, cineastas, músicos, atores, etc. foram recrutados pelas emissoras. Embora a sua entrada no meio televisivo representasse uma ameaça concreta de aprisionamento de suas volições culturais e até políticas²⁷, abria-se espaço para produtos de teor artístico mais elevado e de certo um experimentalismo estético no interior de um veículo de comunicação de massa.

Como a televisão se encontrava ainda em uma fase incipiente, o comercial era vendido por um preço abaixo do custo industrial da TV, o que levava à necessidade da agência criar, produzir e dirigir. Nesse sentido o anunciante financiava e viabilizava a produção, conferindo às empresas uma autonomia pequena; o meio funcionava mais como emissor do que propriamente como produtor de um bem cultural. Essa interpenetração de esferas pode ser observada até mesmo no nome dos programas produzidos: Teatro Good-Year, Recital Johnson, Rádio Melodia Ponds, Telenovela Mappin, Telenovela Nescafé. (...). Isso significava que os anunciantes e as agências de publicidade não eram meros vendedores de produtos, mas também produtores de cultura (Ortiz, 2001, p. 61).

Esse cenário seria transformado com os primeiros anos do regime civil-militar. Embora o golpe de 1964 não tenha inventado o capitalismo no Brasil, ele reorganizaria a economia brasileira em um novo contexto de crescente internacionalização do capital e, ao mediar esse processo, promoveria o desenvolvimento não só da produção material de mercadorias e de um mercado interno de consumo como também do parque industrial de produção de cultura e de seu respectivo mercado de bens culturais (cf. Idem, ibidem, p. 114). Para a televisão, ao lado das instituições públicas e dos novos

27. Para interessantes interpretações sobre essa questão, cito os capítulos “O popular e o nacional” e o “Do nacional-popular ao internacional-popular” do livro **A moderna tradição brasileira**, de Renato Ortiz e o livro de Marcelo Ridenti, **Em busca do povo brasileiro. Artistas da revolução, do CPC à televisão**.

mecanismos de regulamentação da atividade, vultosos investimentos estatais forneceriam as infraestruturas tecnológicas para que as emissoras constituíssem redes de alcance nacional (Bolaño, 1986, p. 100). No plano da sociedade, as medidas do “milagre econômico” redundaram na concentração da renda em favor das camadas mais ricas e de uma nascente classe média urbana. Ademais, malgrado o arranjo político autoritário, vivia-se no Brasil sob um período destacada efervescência cultural. De acordo com Schwarz, numerosa a ponto de formar um mercado para consumo próprio, parte significativa de tal ebulição artística se caracterizava por uma forte hegemonia de esquerda (Schwarz, 1978, p. 62). No bojo desses processos mas orientadas por outros parâmetros, gestava-se inúmeras outras experiências de produção cultural de larga escala capitaneadas pelos diversos ramos da *Indústria cultural* brasileira que, finalmente, encontravam-se diante de grandes públicos. Se, nos anos anteriores, essas produções atingiam um número reduzido de pessoas, chegava o momento no qual elas passariam a ser mais diferenciadas e poderiam atender massas de potenciais consumidores (Ortiz, 2001, p. 121).

Nesse sentido, ao recompor a dinâmica econômica do sistema televisivo nacional, Bolaño destaca a centralidade de uma nova estratégia na luta pela apropriação das verbas de publicidade, consolidada a partir dos anos 1970. Se as emissoras pioneiras enfrentavam dificuldades de financiamento, a TV Globo consegue sobrepujar essa situação de fragilidade e lança as bases para outro patamar de comercialização de sua programação. Rede de alcance nacional e já líder na audiência total, a emissora carioca alterou sensivelmente a sua grade, em especial em seu horário nobre. Paulatinamente, produções de grande apelo e tidas como *popularescas* cederam lugar para outras de linguagem, de enredo e de acabamento final mais sofisticados²⁸. Com ar sóbrio e mais

28. Segundo Carvalho e Silva, a TV Globo retirou de sua grade programas como o do Chacrinha, da Dercy Gonçalves, o *Casamento na TV* e passou a investir mais fortemente em novelas e em programas como o *Fantástico*, o *Jornal Nacional*, *Planeta dos homens*, etc. (Carvalho e Silva, 1982, p. 435). A respeito desse evento, Miceli afirma: “O incidente propiciou as condições necessárias (...) ao processo de encampação que determinadas frações da classe dominante, aliadas a setores médios, vêm promovendo contra aqueles produtos da indústria cultural, e particularmente os programas de auditório ‘populares’, que ainda dispõem de um discurso autônomo que escapa aos controles propriamente simbólicos da ação pedagógica dominante” (Miceli, 1972, p. 187).

contido, o *padrão Globo de qualidade* fora composto visando uma estética mais limpa, arredia ao improviso e ao coloquialismo (Pereira & Miranda, 1983, p. 37). Essas reformulações contribuiriam para conquistar maior respeitabilidade da opinião pública²⁹, atingir uma audiência mais significativa entre as camadas mais ricas e escolarizadas e, ademais, dificultar o trabalho de suas concorrentes ao elevar os custos e os investimentos necessários para disputar os seus telespectadores.

A fórmula de tal sucesso erigia-se sobre uma questão socioeconômica de fundo. Em face à concentração de riqueza da época, a relação entre a TV Globo e o mercado publicitário assumiu certo viés de classe em sua programação. Ao voltar o seu horário nobre sobretudo à atração de um público com grande poder aquisitivo e alto nível educacional e beneficiando-se da adoção de novos mecanismos de venda de seus horários comerciais³⁰, ela pôde aumentar os seus preços e, passo a passo, majorar as suas receitas. Embora tais reajustes também se relacionem com o rompimento dos limites regionais do mercado televisivo, os novos valores dos anúncios na TV Globo saltariam 487,2% entre os anos de 1972 e 1977, número bastante acima dos 295,4% correspondentes à correção inflacionária do período (Carvalho Silva, 1982, p. 314).

O sucesso comercial garantido pela primazia na audiência geral e entre esses estratos mais ricos e cultos do país viabilizaria a emissora carioca como um empreendimento capitalista moderno. A nova organização da grade da programação e a evolução

29. A repercussão negativa da exibição em 29 de agosto de 1971 de uma médium que incorporava a entidade “Seu Sete Lira” na TV Globo e na TV Tupi é apontada como um evento marcante para essas transformações na programação da emissora carioca. De acordo com Bolaños, essas exibições geraram “(...) protestos por parte da Igreja e da população ‘cultas’, pressões sobre a censura federal e até mesmo ameaças de estatização por parte de algumas figuras ligadas ao governo. A partir desse incidente, as emissoras assinaram um protocolo, limitando o campo de concorrência por audiência, onde se comprometiam a não se utilizarem de curandeiros e coisas do gênero.” (Bolaño, 1986, p. 108).

30. Fonte de polêmica entre as emissoras, as agências de publicidade e os anunciantes, os “bônus de volume” – os descontos dado às agências de publicidade em grandes anúncios –, redundariam na elevação do preço médio dos anúncios e na maior concentração das verbas nas grandes empresas de comunicação. (Idem, ibidem, p. 60).

dos recursos financeiros e técnicos empregados não apenas transformariam os modos pelos quais a TV era feita no Brasil como também estruturam a maneira pela qual ela, doravante, seria vendida.

Consolidada a posição da líder absoluta no período, sua estratégia principal deixa de ser a busca de um espaço significativo na audiência pré-existente e passa a ser aquela de moldar e “qualificar” essa audiência. Isso significará, para a Globo, a adoção de uma filosofia de atuação caracterizada pelo “Padrão Globo de Qualidade”. É sob a égide desse “padrão” que se consolida a brutal concentração de audiência em favor da Rede Globo. Foi o “padrão” que norteou toda a estratégia de implantação e consolidação de toda uma rede nacional, a conquista e integração de todos os mercados locais e finalmente a busca do mercado internacional de televisão (Bolaño, 1986, p. 106).

Todavia, a composição efetiva desta audiência seria bastante distinta. Ao final dos 1970, o sinal das principais emissoras de TV já era captável em quase todo o território, o índice de domicílios com aparelhos televisivos nas capitais e nas grandes cidades chegava a 83,6% (Carvalho e Silva, 1982, p. 430), e o hábito de se assistir à TV se disseminava por todas as classes sociais. Não obstante, ainda que os setores populares já representassem a maioria dos telespectadores, o mercado consumidor se restringia a números mais modestos. Segundo definição vigente na época, o *Critério ABA/Abipeme*³¹, o potencial de consumo dos diferentes níveis de renda fracionava a população

31. Criado em 1979, o critério *ABA/Abipeme* (Associação Brasileira de Institutos de Pesquisa de Mercado) manteve-se vigente até 1997. Baseado numa classificação que congregava a propriedade de certos bens de consumo com variáveis como a do tempo de educação formal do chefe de família, esse critério necessitava ser constantemente atualizado e, ainda assim, produzia muitas distorções. Para uma interessante discussão sobre as polêmicas na elaboração desses critérios, cito “Consumidores e telespectadores? Interseção e disjunção” (Hamburger, 2005) e o “Nas ondas do mercado”, de Heloísa Almeida (2006).

brasileira em quatro estratos principais – as classes *A, B, C e D*. Superdimensionados³², os dois segmentos de maior poder aquisitivo constituíam o alvo basilar dos anunciantes – entre os maiores investimentos publicitários, destacavam-se empresas como a Gessy-Lever, Nestlé, Moinho Santista, Johnson & Johnson, Ford, e algumas outras empresas – a TV Globo concentrava 85% dos investimentos dos dez maiores anunciantes em 1977 (Kehl, 1986, p. 212). Maior fenômeno de audiência e produto tipo-exportação, as telenovelas brasileiras teriam como ponto de viragem o momento no qual pretenderam retratar o cotidiano dessas classes médias citadinas. Somente a partir de então, a teledramaturgia se tornam uma das fontes mais lucrativas para a TV nacional³³.

Durante os anos 1980, o mercado televisivo sofreria outras importantes inflexões. Ante um novo contexto socioeconômico, o processo de reabertura democrática, a entrada de novos capitais e a expansão das Tvs pelo interior do país alteraram a dinâmica da concorrência entre as principais emissoras. Ainda que hegemonia da TV Globo fosse bastante ampla, outros agentes adentrariam nas disputas pelos telespectadores com uma consciência mais apurada acerca das vicissitudes do mercado publicitário nacional. A fim de explorar as margens dessa avassaladora liderança, de acordo com Bolaño, as demais emissoras se viam impelidas a se especializarem em dois nichos principais. Por um flanco, após um período de indecisão acerca de suas estratégias comerciais

32. Segundo Heloísa Almeida, uma matéria na revista *Mercado Global* em 1975, questionava o critério instituído em 1971 pela suposta exclusão de 70% a 80% da população das camadas *C e D*. A autora cita ainda outra reportagem da revista *Mercado Global*, em 1987, na qual se afirma que, enquanto um levantamento do IBGE estimava um contingente de 13% da população com ganhos acima de 5 salários mínimos, essa faixa de renda corresponderia, na classificação da *Aba-Abipeme*, a 35% dentro do conjunto do mercado de consumo (Almeida, 2006, p. 20).

33. Exibida pela TV Tupi em 1968, *Beto Rockefeller* é um marco do gênero por inovar com o uso de linguagem coloquial e de cenários contemporâneos. Ortiz e Ramos chamam a atenção para a tendência das indústrias de entretenimento em buscar a representação de certo realismo para conquistar maior identificação com os telespectadores. Segundo os autores: “O que lhe interessa é apresentar algo que o telespectador possa identificar prendendo desta forma a sua atenção. (...) a riqueza é apreendida pela ‘roupa de cama mais fina’, a pobreza pela ‘toalha rasgada’; a veracidade de um julgamento é percebida pelo uso correto da ‘roupa do juiz’, enquanto que a certeza de que nos encontramos diante de um personagem com problemas de coração nos é dada pelo ‘balão de oxigênio’” (Ortiz; Ramos & Borelli, 1989, p. 142).

desencadeado pelo incêndio de suas instalações em 1969, a chegada de Walter Clark à TV Bandeirantes teria significado o retorno a uma vigorosa aposta na qualificação de sua audiência, privilegiando a exibição de programas de prestígio em seu horário nobre (Bolaños, 1986, p. 133); com uma conduta semelhante, a TV Manchete surgiria visando se assentar também sobre a preferência das camadas mais ricas e escolarizadas da nação (Idem, ibidem, p. 162). Por outro, havia aqueles que se sustentavam sobre o sucesso de público de uma programação de recorte mais popular. Embora enfrentassem hostilidades de parte considerável da opinião pública e convivessem com poucos investimentos publicitários, muitos desses programas se estabeleceriam como uma alternativa economicamente viável, combinando altos índices de audiência com produções de baixo custo.

Entretanto, malgrado essas alterações na estrutura do mercado televisivo, um caráter socialmente persistente seria a ainda desmedida disparidade entre a capacidade de consumo dos diferentes segmentos de renda no Brasil. É certo que, ao longo dessas décadas, o país atravessou períodos de menor ou de maior concentração de riquezas, porém sempre existiu uma imensa população de pobres com reduzidíssimo poder de consumo. Em instigante interpretação a respeito de alguns dos efeitos desses processos, Kehl aponta para certa feição esquizóide característica do arranjo ideológico nacional da época. Expostas a um mundo no qual elas não poderiam participar plenamente, as classes populares estariam sujeitas a um mecanismo perverso de integração social. Ao privilegiarem a satisfação de demandas próprias a uma classe média escolarizada, as *Indústrias culturais* brasileiras agravariam a situação de exclusão socioeconômica ao inscrevê-la em dimensão simbólica. Privados do acesso a bens materiais que lhe garantiriam o estatuto de cidadania em uma sociedade produtora de mercadorias, amplos setores da população viam-se subrepresentados nos momentos de maior brilhantismo dessa produção cultural hegemônica, convivendo com um vivo sentimento de que o universo cintilante das Tvs não era para eles e não falava a língua deles.

O que as empresas de publicidade consideram como seu público significativo, e que inclui as chamadas “classes” A, B, C e D segundo critérios de avaliação do Índice de Potencial de Consumo (IPC) de

cada uma, são apenas cerca de 40 milhões de brasileiros. Dos 126 milhões de brasileiros recenseados em 1980, apenas menos de um terço pode ser considerado mercado consumidor, em termos do que interessa à publicidade e, conseqüentemente, à televisão e a toda a indústria cultural. E mesmo que a televisão atinja residualmente grande parte dos outros 86 milhões, ela não se dirige a eles. Não trata de seus assuntos – eles não importam (Kehl, 1986, p. 171).

A esse respeito, em importante trabalho sobre a trajetória de Sílvio Santos e do SBT, Celeste Mira chama atenção para a proximidade do empresário com o mercado de consumo formado pelas camadas mais populares desde o início de sua vida profissional. Se sua atividade de camelô fora a porta de entrada para a sua primeira experiência no rádio, o sucesso posterior de suas principais empresas dependia da boa audiência de seus programas. O *Baú da Felicidade* é ilustrativo. Em meio inúmeras experiências semelhantes da época, o prestígio e o carisma do então radialista foram decisivos para o seu desempenho econômico. Em poucos anos sob sua administração, o negócio saiu de uma situação de quase insolvência para, em 1962, ser o único anunciante do primeiro programa apresentado por Sílvio Santos na antiga TV Paulista.

Bem-sucedida, a estratégia seguiria sendo replicada. Cativar a audiência deste público tornava-se não só o grande desafio do apresentador de TV como também o principal objetivo do empresário³⁴. Quando voltou os seus investimentos para o ramo das telecomunicações, um modelo muito semelhante financeira a sua mais nova empreitada. Uma emissora destinada aos estratos de menor poder aquisitivo ampliaria a vitrine dos produtos de suas outras empresas; o difuso *popular* se transformaria em um *target*, em um segmento de mercado cujo potencial de consumo não seria nada des-

34. Entre 1965 e 1975, período de surgimento de grande parte de suas empresas, o Grupo Sílvio Santos lançara uma construtora para as moradias a serem sorteadas entre os clientes do *Baú*, mas que expandiu seus negócios em vista do nascente mercado de habitação popular; ampliou seus investimentos no setor varejista com as Lojas Tamakavy para as classes C e D; inaugurou uma financeira para alavancar a venda a crédito em suas lojas; criou a *Publicidade Sílvio Santos*, em função do volume de negócios do *Programa Sílvio Santos*, etc., totalizando cerca de 20 empresas apenas nesse interregno. (Mira, 1995, p. 22).

prezível. Para tanto, além de contar com um alto aporte de capital do Grupo, apenas as receitas comerciais do *Programa Silvio Santos* correspondiam a cerca de 66% do faturamento total do SBT, enquanto os anúncios das suas demais empresas representavam algo próximo a 20% do total das verbas publicitárias da emissora (Mira, 1995, p. 164).

Todavia, se essa “televisão popular” levava a emissora à vice-liderança da audiência em um curto intervalo de tempo, as dificuldades de financiamento via mercado publicitário não tardaram a aparecer. Os mesmos programas que inicialmente alavancariam a conquista de grande parcela dos telespectadores se tornariam entraves à sua viabilidade comercial – o tom *popularesco* das produções e o seu caráter por vezes apelativo mobilizavam parte da opinião pública e afastavam os anunciantes. Entre os anos de 1983 e 1985, o SBT atravessava uma de suas maiores crises, resultando na dispensa de mais de uma centena de artistas, em enorme redução de funcionários técnicos e administrativos e na retirada de sua grade de programação de mais de vinte programas. A construção de um novo perfil da emissora não foi pacífica e nem tampouco imediata. O receituário, contudo, seguia um modelo já experimentado. Ao passo em que buscavam se legitimar no campo do mercado publicitário e reformulavam o seu departamento de *marketing*, os seus executivos convenceram o dono da emissora da urgência em se explorar outros públicos. Ainda que representasse um decréscimo em seus índices de audiência, as receitas publicitárias compensariam a perda de telespectadores, e o SBT investiu em tecnologia e na melhoria de seu sinal, reestruturou o seu departamento de jornalismo e, ao final dos anos 1980, contratou artistas e apresentadores de renome como Jô Soares, Boris Casoy, Lilian Witte Fibe, entre outros³⁵. Em

Circo eletrônico:

Em 1983, chegaria à Vila Guilherme uma espécie de “missão estrangeira”. Ricardo Scalamandrê, ex-diretor comercial da Rede Globo de São Paulo, empresa em que atuara durante oito anos,

35. A autora destaca que, segundo pesquisa da Marplan, enquanto em 1982 os telespectadores das *classes C e D* representavam 78% da audiência do SBT, em 1988, eles compunham 66% de seu público; as *classes A e B* variaram de 3% a 9% e de 14% a 24%, respectivamente (Idem, *ibidem*; p. 143-181).

passava a ocupar o cargo de superintendente comercial. Rubens Carvalho, vindo da Globo e da Bandeirantes, assumia a área de vendas. Luis Grottera, publicitário, criaria o Departamento de Marketing. E Celso Coli, também da Globo, ficaria com o setor de execuções. Nas palavras de Scalamandrè, “um desafio”. O de tornar viável comercialmente uma emissora cuja mensagem se dirigia aos pobres. (Idem, *ibidem*, p. 162).

► UM NOVO MERCADO TELEVISIVO E ALGUNS DE SEUS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

Essa constelação de problemas parece ganhar outros contornos nas últimas duas décadas no Brasil. Sobretudo a partir da segunda metade dos anos 1990, o mercado televisivo se adequou a uma nova configuração de suas bases tecnológicas, ao surgimento de alternativas de entretenimento de massa e, principalmente, às profundas alterações no perfil socioeconômico dos telespectadores. Além de registrar uma diminuição sistemática de público pela disseminação dos videogames, dos aparelhos de videocassete, posteriormente, dos de DVD, pela TV a cabo e, já no final dos anos 90, por conta da internet, as emissoras perderam audiência em maior proporção justamente nas camadas mais privilegiadas da sociedade³⁶. Porém, ao lado dessa migração de parte importante dos estratos de maior renda, o mercado televisivo sentiria os reflexos de um movimento capaz de desdobrar uma reação inversa – com o Plano Real, inicia-se um processo de aumento paulatino do potencial de consumo das camadas mais populares, repercutindo quase imediatamente em sua dinâmica concorrencial.

Muito embora a redução da desigualdade social tenha sido relativamente pequena nos anos FHC, a estabilização da economia e o controle da inflação garantiram um acréscimo de renda para todas as classes sociais de cerca de 12% ao ano entre 1993-

36. As assinaturas de TV a cabo no país saltaram de 205 mil a 2,5 milhões entre 1993 a 1997, atingindo 30% dos domicílios nas *classes A e B* e apenas 6% na *C* (Borelli & Priolli, 2000, p. 137); sobre a internet, 85% dos 1,5 milhões de internautas pertenciam às *classes A e B* em 1998 (Idem, *ibidem*, p. 155).

1995, diminuindo a proporção de brasileiros abaixo da linha de pobreza de 35,3% para 28,8% (cf. Neri, 2006, p. 9). Nesse ínterim, a quantidade de aparelhos televisores pertencentes aos segmentos mais pobres cresceu consideravelmente. Segundo pesquisa da Marplan, enquanto em 1994 o índice de residências com televisores chegava a 25% na *classe C* e a apenas 3% nas *classes D e E*, em 1998 ele passou a atingir 47% e 8% desses domicílios, respectivamente. Em termos absolutos, mais de sete milhões de lares brasileiros compraram o seu primeiro aparelho de televisão, a ampla maioria constituída por famílias de baixa renda (Rondelli, 1999, p. 41).

No período lulista, a expansão dos programas assistenciais e a política de valorização do salário-mínimo desencadearam uma significativa redução no nível da desigualdade econômica, alterações qualitativas no mercado consumidor e uma profunda mudança na estrutura de classes. Enquanto o PIB nacional cresceu, em média, 2,88% entre 2003 e 2009, a renda dos setores populares elevava-se à taxa de 6,79% (cf. Idem, *ibidem*, 2010, p. 10), destravando a mobilidade de amplo contingente populacional a um inaudito patamar de renda e de consumo.

Os efeitos dessas mudanças não tardaram a aparecer nas grades das TVs. Considerado um dos responsáveis por importante guinada no telejornalismo e na programação de muitas emissoras, o *Aqui, agora* do SBT inovava com a cobertura de ocorrências policiais e conflitos cotidianos nas periferias da grande São Paulo. Embora não tenha colhido as benesses das mudanças socioeconômicas do início do Plano Real, encerrando suas transmissões em 1997 pelo baixo faturamento publicitário, o destino de programas inspirados por ele e do fortalecimento de uma programação tida como *popularesca* parece distinto. No período FHC, a oferta de programas destinados a um público mais popular fora ampliada e, a partir de 1996, invadia o *prime time* da TV brasileira. Em **A deusa ferida**, os autores sublinham fenômenos de audiência que conquistavam cifras publicitárias importantes e acirravam disputas entre as emissoras. Em 1997, ano em que se registra uma pequena queda no tempo-médio de televisão assistida no mundo, a TV Record aumentou a sua audiência de 3,04 para 6,48 pontos no Ibope, graças sobretudo aos altos índices atingidos pelo programa *Ratinho livre*; no

SBT houve um acréscimo de 67% no horário do programa *Márcia*, um incremento de 50% no programa *Hebe* e de 18% no game show *Alô Crystynah* (Idem, ibidem, p. 128). O crescimento dos investimentos publicitários também seria notável; o faturamento mensal do programa *Ratinho livre*, por exemplo, subiu de US\$ 150 mil para US\$ 1 milhão e 815 mil, entre setembro de 1997 e fevereiro de 1998 (Idem, ibidem, p. 131).

A TV Globo anunciaria a busca pela audiência das camadas mais populares como um dos seus principais alvos comerciais com a sua grade de 2012³⁷ – dois anos depois da chamada *classe C* ascender ao posto de maior poder de consumo entre os estratos de renda do país³⁸. Entretanto, alterações importantes já seriam notadas especialmente em sua teledramaturgia³⁹.

Após a primeira favela cenográfica em *Pátria minha* (1994) e de poucas gravações em Paraisópolis em *A próxima vítima* (1995), a TV Globo dedicou maiores investimentos na representação cenográfica de outra favela fictícia, a “Portelinha”, em *Duas caras* (2007)⁴⁰ – composta por 120 casas e ocupando uma área de seis mil m² no *Projac*, quase o dobro dos 3,5 mil m² da favela da novela de 1994 (cf. Stücker, 2009, p. 22). Além disso, personagens representando as camadas populares foram, ano a ano, figurando como alvos de novos temas e conquistando maior centralidade. Após a novela *O Clone* (2002), com 38% das personagens identificadas como pobres, outras novelas da faixa

37. A esse respeito, o diretor geral da TV Globo Octávio Florisbal afirmou em entrevista coletiva na festa de lançamento da programação da emissora carioca em 2012: “A questão da nova classe C é muito presente. Nos últimos anos, a economia brasileira conseguiu se estabilizar. São mudanças importantes que temos que acompanhar na nossa dramaturgia, com nosso humor, na prestação de serviço com o jornalismo.” (G1, 2012).

38. Os quase 95 milhões que comporiam essa *classe C* em 2010 – 50,5% da população – dispunham de 46,24% do poder de consumo do país contra 44,12% das *classes A e B* (Neri, 2010, p. 14).

39. Além das telenovelas, outros programas nos quais a temática das classes populares seria central se multiplicaram em sua grade, como os humorísticos *A diarista* (2004 a 2007), *Sob nova direção* (2004 a 2007), *Ó Paí, Ó* (2008 a 2009), *Batendo o ponto* (2011), *Tapas & Beijos* (2011 a 2014); os programas de auditório, *Central da periferia* (2006) e *Esquenta* (2011 a 2015); e as minisséries, *Cidades dos homens* (2002 a 2005), *Antônia* (2006) e *Subúrbia* (2012).

40. Segundo Hamburger, a novela *Duas caras* seria uma espécie de resposta à *Vidas opostas* (2006) da TV Record. Escrita por Marcílio Moraes, ex-funcionário da emissora carioca, essa novela ousou levar ao ar pela primeira vez “o universo da pobreza e da violência carioca” (Hamburger, 2011, p. 81).

das 21h teriam a maioria das suas personagens pertencentes a esses estratos sociais e, em muitas delas, assumindo protagonismo: *Celebridade* (2003), com 61% dos personagens, em núcleos secundários; *Senhora do destino* (2004), 51%, em núcleos centrais e secundários; *Belíssima* (2005), 72%, em núcleos secundários; *Duas caras* (2007), 63%, em núcleos secundários; *A favorita* (2008), 74%, em núcleos secundários; *Fina estampa* (2011), 67%, em núcleos centrais; e *Avenida Brasil* (2012), 79%, em núcleos centrais (Zylberkan, 2012).

Entre essas telenovelas, *Avenida Brasil* foi a tentativa mais bem elaborada da telenovela da emissora carioca de retratar o que seria o cotidiano e as formas de sociabilidade típicas de um universo urbano formado majoritariamente por personagens oriundos de camadas populares. Tomando como pano de fundo de seu enredo a coetânea ascensão de ampla parcela da população a novos patamares de renda e de consumo, grande parte da trama se deslindou no bairro fictício do *Divino*, situado no subúrbio carioca, e muitos dos momentos-chave da novela foram ambientados em um depósito de lixo. Algumas personagens ricas da novela, como a família do ex-jogador de futebol Tufão, permaneceram morando nesse bairro periférico mesmo após seu sucesso econômico; Monalisa, outra personagem importante da trama, chegou a se mudar para a Zona Sul carioca, mas retornaria ao *Divino* por não ter se adaptado às relações vicinais de um bairro nobre. Cativando grande audiência em todos os segmentos da sociedade e conquistando volumoso faturamento publicitário⁴¹, a novela de João Emanuel Carneiro destacou-se ainda pela imensa repercussão registrada na internet e em suas redes sociais, tornando-se recordista em menções aos seus personagens e aos bordões associados à novela em páginas como o *Facebook*, *Twitter* e o *Buzzfeed* (Sifuentes, Vilela & Jeffman, 2012, p. 14).

Também exibida em 2012, mas no horário das 19h, *Cheias de charme* igualmente explorou questões candentes à época. As protagonistas da novela eram três empregadas domésticas que, a partir de uma experiência comum de prisão por desacato à

41. Segundo a revista *Forbes*, *Avenida Brasil* foi responsável por um ganho publicitário na ordem de 1 bilhão de reais, conquistando o maior faturamento da história da televisão na América Latina (cf. Antunes, 2012).



autoridade, decidem se lançar na carreira musical e conquistam grande sucesso ao longo da trama. Além de abordar algumas relações cotidianas entre as patroas e as domésticas, a novela ainda tematizou a respeito do universo artístico destinado sobretudo às camadas mais populares, contando com participações especiais de artistas como Michael Teló, Luan Santana, Gaby Amarantos, Joelma e a partir de personagens como Fábio, um cantor conhecido como “príncipe das domésticas”, Chayene, uma cantora de “eletroforró”, e o grupo formado pelas personagens principais da trama. Mobilizando a sua audiência para as *fan pages* da novela no *Facebook* e em outras redes sociais, inclusive com a divulgação de uma campanha *on-line* para libertar as protagonistas da cadeia, *Cheias de charme* também emplacou o *hit* “Vida de empregue” por meio de uma bem-sucedida experiência de interação com o público pela internet. Disponível no sítio *globo.com* antes de ser exibido na própria telenovela, o clipe da música atingiu mais de 12 milhões de visualizações⁴², alavancando substancialmente a audiência do portal do *Grupo Globo*.



42. Segundo a página da novela *Cheias de charme* no sítio *memoriaglobo.com* (acessado em 24/04/2016).

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Heloísa Buarque. (2015), “Classe média’ para a indústria cultural” In: **Psicologia USP**. São Paulo, volume 26, n.º 1.

_____. (2006), “Nas ondas do mercado: a pesquisa de audiência na TV”. In: **ST – 04 Mídia, consumo e relações de poder**. Caxambu: Anpocs.

ANER. (2016), Circulação de Revistas Semanais – 2012 x 2013. In: <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao> (acessado em 24/03/2016)

ANTUNES, Anderson. (2012). “Brazilian Telenovela ‘Avenida Brasil’ Makes Billions By Mirroring Its Viewers’ Lives” In: <http://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2012/10/19/brazilian-telenovela-makes-billions-by-mirroring-its-viewers-lives/#3a1fc8be12ba> (acessado em 24/03/2016)

BOLAÑO, César. (1986), **O mercado brasileiro de televisão. Uma abordagem dinâmica**. Campinas, Dissertação de Mestrado: Instituto de Economia da Unicamp.

BORELLI, Sílvia H. Simões & PRIOLLI, Gabriel (coord.). (2000), **A deusa ferida**. São Paulo: Summus Editorial.

CAMARGO, Sílvio César. (2009), **Trabalho Imaterial e Produção Cultural**. Campinas, Tese de Doutorado: IFCH-Unicamp.

CARVALHO e SILVA, Luis Eduardo Potsch. (1982), **Estratégia empresarial e estrutura organizacional nas emissoras de Tevês brasileiras: 1950 – 1982**. São Paulo, dissertação de mestrado. Fundação Getúlio Vargas.

G1. (2012), **Nova programação da TV Globo é apresentada em SP**. In: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/03/nova-programacao-da-tv-globo-e-apresentada-em-sao-paulo.html> (acessado em 24/03/2016).

HAMBURGER, Esther. (2005), **O Brasil antenado**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

_____. (2011), “Telenovelas e interpretações do Brasil”. In: **Revista Lua Nova**. São Paulo, n.º 82.

KEHL, Maria Rita. (1986), “Eu vi um Brasil na TV”. In: SIMÕES, Inimá, COSTA, Alcir Henrique & KEHL, Maria Rita. **Um país no ar**. São Paulo: Editora Brasiliense.

MATTOS, Sérgio. (1990) **Um perfil da TV brasileira**. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda/ Capítulo Bahia: A TARDE.

MICELI, Sérgio. (1972) **A noite da madrinha**. São Paulo: Editora Perspectiva.

MIRA, Maria Celeste. (1995), **Circo eletrônico**. São Paulo: Edições Loyola.

MIRANDA, Ricardo & PEREIRA, Carlos Alberto. (1983) **Televisão, as imagens e os sons: no ar, o Brasil**. São Paulo: Brasiliense.

NERI, Marcelo. (2010), **A nova classe média**. Rio de Janeiro: FGV/CPS.

_____. (2006), **Miséria, desigualdade e estabilidade: o segundo Real**. Rio de Janeiro, FGV/CPS.

NERI, Marcelo & CONSIDERA, Claudio. (1996), “Crescimento, desigualdade e pobreza: o impacto da estabilização”. In: **A Economia Brasileira em Perspectiva**. Rio de Janeiro, n.º 62, p. 49-82.

ORTIZ, Renato. (2001), **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Editora Brasiliense.

ORTIZ, Renato; RAMOS, José Mário Ortiz & BORELLI, Sílvia. (1989) **Telenovela: história e produção**. São Paulo: Editora Brasiliense.

PESSÔA BARROS, Sônia M. (1974). **Imitação da vida**. São Paulo, Dissertação de Mestrado: FFLCH-USP.

RONDELLI, Elizabeth. (1999), "Televisão aberta e por assinatura: consumo cultural e política de programação"; In: **Revista Lugar Comum – Estudos de mídia, comunicação e democracia**. Rio de Janeiro, n.º 5-6, janeiro, p. 33-58.

SCHWARZ, Roberto. (1978), "Cultura e política: 1964-1969". In: **O pai de família e outros estudos**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

SIFUENTES, Lírian, VILELA, Mateus & JEFFMAN, Tauana. (2012) "O dia em que a internet congelou: apropriações de Avenida Brasil nas mídias sociais". In: **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, ano XVII, n.º 27, p. 11-21.

STOCCO, Daniela. "A presença da cidade do Rio de Janeiro nas 'novelas das oito' de 1982 a 2008". In: **Baleia na Rede**. Vol. 1, nº 6, Ano VI, Dez/2009

STÜCKER, Ananda. (2009), **A periferia nos seriados televisivos Cidade dos Homens e Antônia**. Dissertação de Mestrado, São Paulo: ECA-USP.

STYCER, Maurício. (2011), **Globo muda programação para atender a nova classe C**. (acessado em 30/10/2015).

ZYLBERKAN, Mariana (2012). **A classe C no horário nobre**. In: <http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/a-globo-e-pop> (acessado em 24/03/2016).

A recente teledramaturgia da TV Globo e seu interesse pelas camadas populares.

Os Museus nas Políticas Públicas de Cultura Brasileiras e seus Reflexos em Sergipe⁴³

Irla Suellen da Costa Rocha⁴⁴

➤ INTRODUÇÃO

Os museus e o patrimônio compartilham histórias, fatos e espaços, e a observação do contexto histórico brasileiro sobre as políticas culturais é uma possibilidade compreender como o cuidado com a memória está intimamente ligado à promoção de um projeto de legitimação de poder. Para Rubim (2007), as políticas culturais podem abranger: noções de política e de cultura; formulações e ações; objetivos e metas; atores; públicos; instrumentos, meios e recursos humanos, materiais, legais e financeiros; interfaces com áreas afins; além de possuir um caráter sistemático e envolver diferentes momentos da cultura: criação, invenção e inovação; difusão, divulgação e transmissão; circulação, intercâmbios, trocas e cooperação; análise, crítica, estudo, investigação, pesquisa e reflexão; fruição e consumo; conservação e preservação; organização, legislação, gestão e produção.

O presente texto se propõe a apresentar, inicialmente, a trajetória sobre as políticas de museus como objeto de política pública nos anos 2003 a 2014 que correspondem aos governos de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010) e Dilma Rouseff (2011-2014), e, por seguinte, uma breve análise sobre o crescimento da área museológica em Sergipe – uma vez que o Estado é citado em diferentes documentos do Ministério da Cultura como piloto em diversas ações da política de museus.

43. O presente trabalho consiste em uma abordagem parcial da dissertação de mestrado intitulada MUSEU, CULTURA E CRIATIVIDADE: o Museu da Gente e as políticas públicas no Brasil, defendida pela autora em abril de 2017, na Universidade Federal de Sergipe, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFS).

44. Mestra pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM/UFS), irласuellen@gmail.com.

A metodologia aplicada é a análise documental dos relatórios oficiais do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM/MINC) e publicações disponíveis no portal do Governo de Sergipe referentes aos investimentos na área dos museus. Com a análise busca-se observar, como as ações em andamento, que seguem as diretrizes das políticas públicas do MinC, expõem as fragilidades das heterogeneidades nas representações culturais e ao mesmo tempo inicia uma conflituosa formação de um consumidor de capital cultural sergipano.

➤ OS MUSEUS NAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA

As mudanças políticas, relacionadas à conjuntura legal que envolviam a cultura enquanto política pública, propostas pelo Ministério da Cultura (MinC) durante os anos 2002-2014, possibilitaram e provocaram movimentações que afetaram não só a legislação, como também fortaleceram os caminhos para o desenvolvimento da cultura em suas mais variadas expressões. Durante o período, os museus ganharam notoriedade e autonomia no âmbito da organização político-administrativa do Ministério da Cultura.

A criação do Instituto Brasileiro de Museus, em 2010, e a reorganização do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional provocaram uma nova configuração na área, ou melhor, consolidaram uma política de Estado dentro de uma pasta marcada pelas descontinuidades e ausências de ações específicas e voltadas para o setor. Essa dinâmica dos museus, dentro do panorama de altos e baixos do patrimônio cultural, nas ações das políticas públicas do Estado, permitiu a observação de algumas mudanças como: o declínio da exposição das histórias nacionais, o questionamento das narrativas oficiais e a proliferação de vozes e histórias alternativas que diversificaram os passados considerados merecedores de escapar do esquecimento (OLIVEIRA, 2008). Os temas provenientes dos movimentos sociais, o acompanhamento da agenda cultural da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO, o deslocamento dos museus do âmbito do patrimônio para uma instituição autônoma – o IBRAM – e espaço criativo de promoção e consumo cultural podem ser

caracterizados como elementos importantes e constitutivos da nova configuração das instituições museais dentro do MinC.

Isto significou a ascensão de governos que expressam uma nova tendência política e de relações com a sociedade civil. [...] Nessa perspectiva, assinalamos que as mudanças na conjuntura de análise, as políticas públicas e as reflexões acadêmicas modificaram e/ou influenciaram substancialmente a distribuição e o funcionamento do museu e da cultura no Brasil (MORAES; SOUZA, 2013, p. 24).

A partir das políticas públicas de cultura propostas e desenvolvidas durante os anos 2003-2014, o Ministério da Cultura passou a entender que os museus integram o sistema de produção e difusão cultural de uma determinada região e são importantes coadjuvantes no processo de formação e educação da sociedade, contribuindo para o aumento da coesão social e da afirmação da cidadania e das identidades sociais (IBRAM, 2014). A nova concepção de museu passou a apresentar uma reflexão mais profunda e abrangente, compreendendo, assim, aos museus como novos espaços de consumo e fruição cultural. Oliveira (2008, p.147), dentro desse contexto, afirma e corrobora com o entendimento dos museus no âmbito do governo federal assim os conceitua: “são centros identitários, que acumulam funções de conferir valor e de definir autenticidade com a de ser lugar de lazer, de consumo e de estetização do cotidiano, o que revaloriza o seu papel”.

O documento da Política Nacional de Museus (MINC, 2008) colocou a revitalização dos museus e do patrimônio histórico nacional como uma das prioridades do ministério durante os governos Lula. Em 2010, com o Plano Nacional e Setorial de Museus (PNSM), uma agenda política e um planejamento para novos museus foram lançados, trazendo diretrizes, estratégias, ações e metas a serem desenvolvidas em dez anos. Destaca-se do PNSM a universalização do acesso, aos brasileiros, à fruição e da produção cultural – os museus adquiriram um papel estratégico, pois a política entendia a instituição como um importante equipamento cultural para o desenvolvimento socioeconômico da localidade. Ampliando o conceito de museu e incorporando-o como

um espaço transversal que atende fins de turismo, de promoção da identidade cultural, nos âmbitos internos e externos, da economia criativa, através do fomento e fortalecimento de uma economia dos museus.

É justamente neste aspecto de trânsito entre o nacional para o local que reside a reflexão que se propõe este texto: os aspectos gerais sobre o desenvolvimento dos museus no âmbito estadual da política pública. Uma vez que os museus, enquanto instituições que comunicam e expõem os reflexos da sociedade dentro de suas tensões e fragilidades, são vistos como espaços privilegiados e elitizados na constituição da memória e da identidade – esta última que é incorporada pela política como estratégia para a consolidação de um discurso hegemônico do Estado sobre o patrimônio e os objetivos disponíveis no acervo através do processo curatorial.

➤ APONTAMENTOS SOBRE OS MUSEUS SERGIPANOS

O primeiro museu de Sergipe, datado no ano de 1912, está localizado no Interior do Instituto Histórico-Geográfico de Sergipe e foi caracterizado por Nunes (2008) como um gabinete de curiosidades que retratava o atraso da museologia científica no estado, pois em outros estados da federação os museus de ciência estavam voltados à instrução e estudos científicos dos objetos (OLIVEIRA, 2008). Em 1942 foi inaugurado o segundo museu – Museu Histórico Horácio Hora. No ano de 1950 surgiu o Museu de Arte e Tradição, resultante do colecionismo de José Augusto Garcez⁴⁵.

Dez anos depois, em 1960, por meio de uma ação do poder público estadual foi criado o Museu Histórico de Sergipe, localizado em São Cristóvão, que durante os anos 1970/1980 foi o órgão que esteve envolvido com o processo de formação, organização e montagem de outras instituições museológicas. A partir do Museu Histórico e sob diversas tutelas foram sendo criados museus, casas de cultura e memoriais (NUNES, 2008, p.120).

45. Considerado o grande precursor dos estudos sobre museus de Sergipe (SANTOS, 2014).

Resultante das ações de promoção do patrimônio histórico e em consequência do tombamento de Laranjeiras como cidade monumento histórico⁴⁶ foram criados o Encontro Cultural de Laranjeiras e o Museu Afro-Brasileiro de Sergipe, em 1976, primeira iniciativa nesse sentido no Brasil, e Museu de Arte Sacra, em 1978.

Segundo o Ibram⁴⁷ (2011) a maior parte dos museus do Estado foi criada entre 1971 e 1980. Esse dado difere do ocorrido no restante do País quando o período de maior dinamismo na fundação de museus ocorreu a partir da década de 1980, com seu auge na década de 1990. É interessante observar um certo descompasso na criação dos museus em Sergipe em relação com os museus que surgiram nas demais localidades brasileiras, pois foram criados sob o involucro da curiosidade e ausentes de uma organização de narrativas, preocupação com a pesquisa e a documentação do acervo. Neste aspecto convém comentar sobre a precariedade das instituições museológicas nas regiões Norte e Nordeste que, segundo Chagas (1989), não apresentavam um cuidado específico da área, carecendo de pesquisa, restauros e inventários. Nunes (2008) complementa e atualiza a assertiva, no âmbito local, ao afirmar que os museus sergipanos até os anos iniciais dos 2000, mais especificamente antes da inauguração do curso de museologia na UFS em 2007, que por serem de feitiço tradicional e classificado como históricos enfrentavam problemas como a condição de manutenção e compartilhamento com a comunidade sobre a preservação do patrimônio. Neste contexto, Nunes (2008) também destaca que a carência de profissionais levou às consequências negativas sobre o papel de atrativo turístico e de consumo cultural dos museus sergipanos, por exemplo.

Tal retrato levou Sergipe a ser escolhido como um dos primeiros estados brasileiros a receber as oficinas e capacitações para profissionais de museus entre os anos de

46. Decreto nº 2.048 de 12 de março de 1971.

47. A publicação *Museus em Números* apresenta dois volumes: o primeiro com dados gerais sobre a política nacional de museus, e um segundo, subdividido em dois – A e B –, que trazem uma análise detalhada por estado da federação. Neste capítulo tomamos os dados apresentados nos volumes para reflexão crítica das informações referentes a Sergipe.

2005 e 2007 do, então, Departamento de Museus e Centros Culturais⁴⁸ (DMU/MinC). Foram elas: Planejamento Museológico: princípios e métodos, em 2005; Planejamento de exposições museológicas, em 2005; Ação cultural e educativa em museus, em 2006; Treinamento de equipes administrativas e de apoio, em 2006; e Museus e turismo, em 2007. No ano de 2007 foi criado o curso de Museologia da Universidade Federal de Sergipe, porém o campus foi entregue somente em 2009 e instalado num casario histórico na cidade de Laranjeiras.

O Ibram, nesse sentido, organizou os recursos oriundos do Programa Museu, Memória e Cidadania⁴⁹, através da política de editais que objetivava uma desconcentração regional e expansão dos recursos. Para Nascimento e Colagno (2010), apesar dos resultados modestos, em relação à região Sudeste, foi possível observar o crescimento nordestino. “Nesse caso, a participação da região Sudeste no total de recursos mobilizados dos museus passou de 78,73%, em 2001, para 65,98%, em 2007, enquanto a participação da região Nordeste passou de 7,18%, em 2001, para 23,84%, em 2007” (idem, 227-228).

Os dados expõem uma outra triste tradição das políticas públicas: o despreparo de trabalhadores culturais fora dos grandes centros de pesquisa acadêmica que levou ao enfraquecimento de uma participação mais competitiva na seleção dos projetos via editais; a má distribuição dos recursos orçamentários; e os perigos de uma política pública voltada para o estímulo do consumo cultural numa visão utilitarista de cultura. Em outras palavras, os museus converteram-se num equipamento cultural estratégico, com a readequação da instituição como mediadora de várias expressões artísticas, e alternativa ao desenvolvimento de uma economia da cultura com maior força de influência dentro do Estado, no entanto carecia de uma melhor instrumentalização para se pôr em prática.

48. O Departamento de Museus e Centros Culturais (DMU) foi criado em 2003 como o setor responsável pelos museus federais e políticas públicas da área no Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Anos depois, em 2009, o DMU foi desfeito com a criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM).

49. Programa tem por objetivo o fortalecimento dos museus brasileiros por meio da garantia de seu custeio, do aperfeiçoamento permanente de seus serviços e estruturas, e da capacitação técnica de seus quadros (MINC, 2007).

REFLEXOS DA POLÍTICA NACIONAL DE MUSEUS EM SERGIPE

O estado de Sergipe possui 38 museus, sendo 18 deles situados em Aracaju, de acordo com dados da Rede Nacional de Identificação de Museus (RENIM/IBRAM, 2018⁵⁰). Com uma tipologia diversificada, o acervo museológico sergipano está dividido em: antropológicos e etnográficos, arqueológicos, artes visuais, ciências naturais e história natural, tecnologia, imagem e som, artes visuais e história.

Após os governos Lula, durante o governo Dilma, foi publicada pelo Ibram a primeira grande pesquisa sobre os museus brasileiros – Museus em números – em 2011 que trazia uma compilação de dados estatísticos, a pesquisa apontou Sergipe como o estado brasileiro com mais museus por habitante do que a média nacional. Cerca de 80% dos museus são estaduais e possuem regimento interno, diferente da taxa do restante do país, que é de apenas 37,4%. O estado ainda conta 77.577 habitantes por unidade museal, um índice abaixo do regional e acima do nacional, conforme pode ser verificado na tabela abaixo reproduzida da publicação (IBRAM, 2011).

Tabela 1

Relação entre população e número de museus em Sergipe, Região Nordeste e Brasil, 2010

LOCAL	POPULAÇÃO	NÚMERO DE MUSEUS	POPULAÇÃO/NÚMERO DE MUSEUS
Sergipe	1.939.426	25	77.577
Nordeste	51.534.406	632	81.542
Brasil	183.987.921	3.025	60.822

Fonte: Museus em Números (2011)

50. Anteriormente, durante o governo Lula foi criado o Registro de Museus, um instrumento previsto pelo Estatuto de Museus (Lei nº 11.904/2009) que atuava no âmbito do Sistema Brasileiro de Museus. Com a interrupção do governo Dilma, em 2016, por conta do *impeachment*, a nova gestão do Ministério da Cultura desfez o registro. Em seu lugar foi criada a Rede Nacional de Identificação de Museus, pela Portaria nº 7, de 9 de janeiro de 2017, que atua como um arranjo de governança pública colaborativa formado pelos órgãos responsáveis pelas políticas setoriais de museus. No âmbito nacional, atuam o Instituto Brasileiro de Museus – Ibram e o Comitê Gestor do Sistema Brasileiro de Museus – SBM. E, no âmbito local, os Sistemas de Museus estaduais, distrital e municipais e demais órgãos públicos competentes (IBRAM, *online*).

Em comparação com os dados da publicação *Museus em Números* (2011) e os atualizados no Cadastro Nacional de Museus⁵¹, disponíveis na plataforma MuseusBr, o número de museus cadastrados juntos ao Ibram passou de 25 para 39 e, assim, distribuídos em 10 municípios.

Tabela 2

Distribuição de museus em Sergipe por municípios, 2017

MUNICÍPIOS	QUANTIDADE DE MUSEUS
Aracaju	18
Areia Branca	1
Boquim	1
Canindé de São Francisco	1
Estância	1
Frei Paulo	1
Indiaroba	2
Itabaiana	2
Laranjeiras	6
São Cristóvão	5

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados disponibilizados na plataforma MuseusBr (2018)

Com relação à existência de Plano Museológico, a taxa é de 60%, quando a média nacional está aproximadamente em 30%. Ainda de acordo com o *Museus em Números* (2011), no Estado de Sergipe 80% dos museus declararam possuir regimento interno, sendo que todos são instituições públicas.

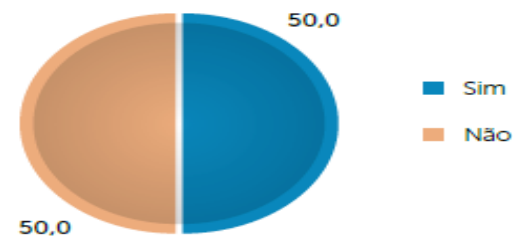
51. Disponível para consulta no site: < <http://museus.cultura.gov.br/>>. Acesso em 10 de abril de 2018.

Nota-se, portanto, que as taxas obtidas para a existência de instrumentos de gestão nesta unidade federativa são superiores aos encontrados no panorama nacional, em que 37,4% das instituições possuem regimento interno e 27,6%, plano museológico, apresentando um panorama que contempla a orientação do Estatuto de Museus sobre a elaboração e implementação dos instrumentos (idem, p.344-345).

Tais dados evidenciam o crescimento do campo museal sergipano, principalmente no que concerne aos Planos Museológicos que são resultantes da profissionalização do trabalhador dos museus⁵², algo carente no estado outrora. Dentro desse aspecto de capacitação do trabalhador cultural a abertura do campus da Universidade Federal de Sergipe, em Laranjeiras, com cursos de graduação voltados às artes – Museologia, Arqueologia, Arquitetura e Urbanismo, Dança e Teatro – foi de fundamental importância para a promoção de várias oficinas em parceria com a Secretaria de Estado da Cultura (Secult).

GRÁFICO 1

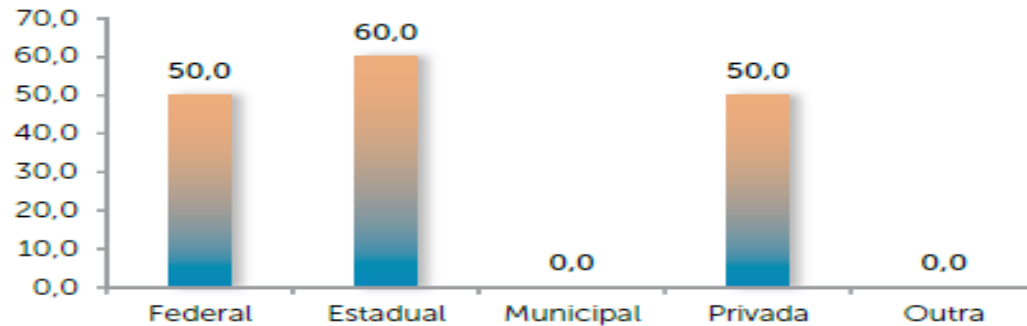
Porcentagem (%) de museus por natureza administrativa segundo a existência de Plano Museológico, 2010⁵³



FORNTE: CADASTRO NACIONAL DE MUSEUS - IBRAM / MINC, 2010

52. A questão do trabalho foi um dos pontos fortes da política nacional de museus, pois dentre as diretrizes do Plano Nacional de Museus (2007) estava a ampliação da oferta dos cursos de graduação em Museologia e capacitações, através de parcerias entre as instituições de ensino superior federais, o MinC e as secretarias de cultura (municipais e estaduais). Os trabalhadores de museus são de diversas áreas: museólogo, educadores de diferentes formações, guias, comunicadores, gestores, arquitetos, equipe de serviços gerais, dentre outros.

53. O gráfico apresenta ausência de museus de natureza administrativa municipal em Sergipe, pois a inauguração do Centro Cultural de Aracaju ocorreu no ano de 2014. Segundo Oliveira (2008), os centros culturais fazem parte de um movimento recente das instituições culturais que concentra múltiplas atividades até então realizadas em espaços específicos – teatro, cinema, shows, museu, arquivo, biblioteca. Um movimento particularmente urbano que conjuga turismo, resgate da memória, valorização da história e de personalidades locais.



FORNTE: CADASTRO NACIONAL DE MUSEUS - IBRAM / MINC, 2010

Fonte: Reprodução/Museus em Números (2011)

A área patrimonial foi a primeira a ser atendida em Sergipe, durante os anos de 2007 a 2010, com o restauro das cidades de São Cristóvão e Laranjeiras, e a candidatura da Praça São Francisco a Patrimônio da Humanidade da UNESCO. Durante o primeiro mandato do governador Marcelo Déda, as cidades históricas foram contempladas com o investimento de R\$30 milhões, oriundos do programa Monumenta⁵⁴, do Governo Federal, e outra parte pelo governo estadual (ASN, 2009).

O processo representou um esforço mútuo entre o Governo do Estado e o IPHAN para que a praça fosse aprovada na 31ª Conferência Internacional do Comitê do Patrimônio Mundial como candidata ao título. Para que a Praça São Francisco fosse aprovada uma lista de exigências foi atendida. O que beneficiou o crescimento do turismo patrimonial; o restauro dos museus, igrejas e bens culturais tombados; serviços de saneamento básico; e a criação do plano diretor de São Cristóvão. Em agosto de 2010, o

54. Programa gerenciado pelo IPHAN com recursos alocados na Administração direta do MinC que promove a recuperação de sítios urbanos em 26 municípios conveniados, em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID e com a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura – UNESCO. Tem por objetivo principal atacar as causas da degradação do patrimônio histórico - geralmente localizado em áreas com baixo nível de atividade econômica e de reduzida participação da sociedade -, elevando a qualidade de vida das comunidades envolvidas (MINC, 2007).

título foi conferido pela UNESCO durante a 34ª Sessão do Comitê do Patrimônio Mundial, ocorrida em Brasília (ASN, 2009; IPHAN, 2010).

Já a cidade de Laranjeiras, também contemplada com recursos do Monumenta, teve as restaurações da Igreja Matriz do Sagrado Coração de Jesus, do Casarão do Oitão da Praça da República e do Quarteirão dos Trapiches que integram o perímetro do campus da Universidade Federal de Sergipe. Foram destinados R\$ 3,5 milhões, aproximadamente, às obras, dos quais mais de R\$ 800 mil foram oriundos de recursos da administração estadual. Ainda entre os anos de 2006 a 2012 foram restaurados a carpintaria da Prefeitura, alguns imóveis privados, o Casarão dos Rollemberg, e do sobrado ao lado, e a realização de obras de infraestrutura em diversas praças e ruas da cidade (ASN, 2009; SEINFRA, 2017⁵⁵). As intervenções realizadas no âmbito do patrimônio material sergipano pelo Governo do Estado evidenciaram um resgate do pensamento patrimonial no trato com as políticas públicas em Sergipe, através dos direcionamentos do MinC.

Outro fator que pode ser relacionado ao crescimento dos museus em Sergipe e a política nacional de museus foi a criação de dois museus na capital, Aracaju, que trouxe um perfil diferente dos museus já existentes: Palácio-Museu Olímpio Campos, inaugurado em 2010, e o Museu da Gente Sergipana, inaugurado em 2011. Ambos os museus contaram com investimentos do Governo Estadual, através da Secretaria da Casa Civil e do Banco do Estado de Sergipe (BANESE). Diferente dos museus administrados pela Secult – Museu Histórico de Sergipe, em São Cristóvão, Museu de Arte Sacra e Museu Afro-Brasileiro, em Laranjeiras –, que apresentam características mais tradicionais, desde a sua tipologia, a disposição do acervo (expografia) e a museografia, os museus recentemente inaugurados buscaram uma orientação mais atenta ao uso de novas tecnologias e uma gestão atenta ao entorno, com espaço para apresentações artísticas e culturais que dialogam com a vida na capital. Retomando aos dados disponíveis na publicação *Museus em Números* (2011), o Palácio-Museu Olímpio Campos

55. Tabela de Obras e Projetos em execução no município Laranjeiras. Disponível em: < <http://187.17.2.135/mapa/LARANJEIRAS.html> >. Acesso em 25 de fevereiro de 2017.

e o Museu da Gente Sergipana fazem parte da pequena porcentagem, cerca de 20%, de museus sergipanos que utilizam os recursos das tecnologias da informação e da comunicação, como a visitação virtual disponível no *site* dos museus, como também loja e espaço gastronômico.

As ações conjuntas entre o governo Federal e Estadual em Sergipe evidenciam duas características: o atraso do pensamento museal e uma necessidade de organizar primeiro o patrimônio material, e ao mesmo tempo estratégico, pois a inclusão da Praça São Francisco na lista dos patrimônios culturais da humanidade da UNESCO coloca a cidade na linha de frente para receber investimentos europeus sob a ideia de conservação e preservação da memória da herança colonial portuguesa e espanhola; e a inclusão de Sergipe na rota dos museus interativos e antenados ao uso da tecnologia na expografia do museu. Já a crítica do uso social do patrimônio que colocamos remete à promoção dos bens materiais e imateriais, realizada pelo Estado ou pela instância privada, que tende a converter as realidades locais em abstrações político-culturais. No qual, as representações e personagens da cultura popular servem como recurso imagético da identidade cultural construída sob um discurso político que busca embutir no povo uma ideia de orgulho da cultura local, no qual se diluem as particularidades e os conflitos locais.

No próximo, e último, tópico abordaremos a implantação do Sistema Estadual de Museus, em Sergipe, que integra um dos eixos do Plano Nacional Setorial de Museus para uma ação sistêmica do Estado com os museus.

➤ SISTEMA ESTADUAL DE MUSEUS DE SERGIPE (SIEM)

Entre os anos de 2007 a 2014, quando as políticas públicas para museus foram implantadas em Sergipe de forma mais intensa pode-se indicar o início da organização de um Sistema Estadual de Museus como um dos passos mais importantes para a organização de uma política para museus no estado. A partir das informações coletadas

para a composição do corpus da pesquisa⁵⁶ percebe-se que as ações desenvolvidas pela Secretaria de Estado da Cultura estavam a reboque das ações do Plano Nacional de Museus e a retomada do cuidado com o patrimônio a partir de algo que motivasse a população: o título de Patrimônio da Humanidade da UNESCO da Praça São Cristóvão. O reconhecimento da praça como patrimônio universal foi o pontapé inicial para o desenvolvimento de uma perspectiva mais atenta as atuais demandas dos museus.

O Sistema Brasileiro de Museus (SBM) é uma rede organizada e constituída por meio de adesão voluntária das instituições culturais⁵⁷ e visa à coordenação, articulação, mediação, qualificação e cooperação entre os museus brasileiros. O SBM foi criado em 2004, pelo decreto nº 5.264, e revogado pelo decreto nº 8.124, de 17 de outubro de 2013 – que unificou o SBM e outras ações ao Instituto Brasileiro de Museus e o Plano Nacional Setorial de Museus. O Sistema Brasileiro de Museus tem caráter empírico e é considerado um marco na atuação das políticas públicas voltadas para o setor museológico, onde cumpre uma das premissas na Política Nacional de Museus. Entre as suas atribuições está a organização gradual dos sistemas estaduais de museus.

Os sistemas de museus têm por finalidade:

- I – apoiar tecnicamente os museus da área disciplinar e temática ou geográfica com eles relacionada;
- II – promover a cooperação e a articulação entre os museus da área disciplinar e temática ou geográfica com eles relacionada, em especial com os museus municipais;

56. Foi realizada uma busca através de palavras-chaves no portal da Agência Sergipe de Notícias, pois o site da Secretaria de Estado da Cultura não continha matérias ou relatórios referentes às ações da pasta dos anos anteriores relativos ao recorte da pesquisa.

57. De acordo com o decreto nº 8.124, de 17 de outubro de 2013, os museus do Poder Executivo federal integrarão o SBM, e dele também poderão fazer parte: museus vinculados aos demais Poderes da União e museus de âmbito estadual, distrital e municipal; museus privados, inclusive aqueles dos quais o Poder Público participe; e museus comunitários e ecomuseus; as organizações sociais e os grupos étnicos e culturais que mantenham ou estejam desenvolvendo programas, projetos e atividades museológicas; as escolas e as universidades oficialmente reconhecidas pelo Ministério da Educação, que mantenham cursos de Museologia; e outras entidades organizadas vinculadas ao setor museológico.

- III – contribuir para a vitalidade e o dinamismo cultural dos locais de instalação dos museus;
- IV – elaborar pareceres e relatórios sobre questões relativas à museologia no contexto de atuação a eles adstrito;
- V – colaborar com o órgão ou entidade do poder público competente no tocante à apreciação das candidaturas ao Sistema Brasileiro de Museus, na promoção de programas e de atividade e no acompanhamento da respectiva execução (BRASIL, 2009).

Segundo Bertotto (2015), o SBM e os sistemas estaduais de museus servem de base para verificação empírica da Política Nacional de Museus. Apesar de não ser uma novidade em termos de políticas públicas – o Sistema Estadual de Museus do Rio Grande do Sul e do Paraná datam de 1986 –, de acordo com a autora, comparando com as semelhanças e diferenças, identificando as continuidades e descontinuidades destes órgãos com atual Política Nacional de Museus é possível afirmar que nem sempre os atores sociais responsáveis e as agendas, responsáveis pelo sistema, colaboram para que as ações desenvolvidas no âmbito nacional e local estejam integradas.

Em Sergipe, seguindo as orientações da política de museus referentes ao ano de 2013, durante as reuniões do Fórum de Museus de Sergipe⁵⁸, foram iniciadas as primeiras reuniões sobre a criação do Sistema Estadual de Museus do Estado. No mesmo ano, também, foi firmado o Termo de Cooperação entre a Secult e o Ibram com o intuito de um maior intercâmbio entre a esfera federal e os museus de Sergipe; e o fortalecimento da rede de museus e a implantação de um sistema de gestão integrada – o SBM e o SIEM.

Para qualificar e amparar a implantação do Sistema, o Instituto Brasileiro de Museu, por meio de pareceria com a Secretaria de Estado da Cultura, trouxe o projeto Cone-

58. O fórum reúne 21 instituições museais de Sergipe e desde agosto de 2011 vem realizando reuniões informais para consolidar e integrar o trabalho que vem sendo realizado por elas.

xões Ibram⁵⁹ para Sergipe. Durante o evento foram debatidos temas como: o levantamento e sistematização de informações sobre o setor museal, o Estatuto de Museus e o Plano Nacional Setorial de Museus, gestão de riscos, programa Pontos de Memória e as estratégias de fomento e financiamento oferecidas pelo Ibram ao setor museal. Além das palestras também foram organizados Grupos de Trabalho sobre temas considerados prioritários para o campo museal de Sergipe.

Em 2013, por meio da Lei 7.648, de 31 de maio, foi criado o Sistema Estadual de Museus no âmbito da natureza administrativa da Secretaria de Estado da Cultura (DO, 2013). Em seguida foi iniciado o cadastro dos museus através de formulário disponibilizado via internet para as instituições museais de Sergipe. Durante o II Fórum de Museus, inserido na 12ª Semana de Museus de 2014, e demais reuniões da coordenação de Museus da Secult, foram debatidas as estratégias que visavam à implantação do Sistema Estadual de Museus. No decorrer do mesmo ano foi elaborado e aprovado o Regimento Interno do Sistema Estadual de Museus. Em 2016, o Comitê Gestor do SIEM tomou posse durante a 14ª Semana dos Museus no Palácio-Museu Olímpio Campos, em Aracaju.

O Sistema Estadual de Museus de Sergipe deve desenvolver ações que objetivam:

- I – valorização, o registro e a disseminação de saberes e fazeres específicos do campo museológico no Estado;
- II – contribuição para a melhor organização, gestão e desenvolvimento das instituições museológicas e de seus acervos no Estado;
- III – a interação com pesquisadores, professores, gestores e técnicos que atuam no campo museológico;

59. Para receber o Conexões Ibram o estado deveria manifestar seu interesse através da Secretaria de Estado da Cultura. Cada estado poderia ajustar o evento de acordo com suas necessidades específicas a partir do modelo sugerido pelo Ibram e que previa a realização de dois dias de reunião aberta sobre uma série de temas. Além das apresentações abertas ao público, o Conexões Ibram propôs reuniões técnicas com o intuito de concretizar planos de trabalho para inserir os museus do Brasil em acordo com as políticas públicas museais promovidas pelo Ibram (IBRAM).

IV – a promoção da cooperação nas áreas de aquisição, documentação, pesquisa, conservação, restauração, comunicação, difusão e capacitação de recursos humanos entre as unidades museológicas (SERGIPE, 2013).

Observa-se através das datas que há um descompasso na efetivação do SIEM e do SBM. O que leva à observação de Bertotto (2015) sobre as falhas do sistema, pois “há uma falta de acompanhamento e cumprimento, já que a política formalmente existe e os documentos de criação são enfáticos nas propostas, mas ainda carecem de diligenciamento” (idem, p.63). É justamente nesse quesito que mora uma das críticas sobre as políticas públicas: a inadequação entre o que vem da esfera federal e as idiosincrasias de cada localidade.

➤ CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto temos uma visão ampla da situação dos museus em Sergipe, os caminhos compartilhados com as diretrizes do Ibram/Minc e os desafios de implantar um olhar sob a criatividade e as instituições museais. O início se deu através do uso do patrimônio cultural como matéria prima para a produção de bens e geração de riquezas para a comunidade, seguido da criação de museus de acordo com as atuais demandas culturais – espaços de consumo para geração de renda, o uso de recursos tecnológicos que inovassem a forma de fruição do conteúdo das exposições e a função museu –, o processo de constituição da legislação local sobre as instituições museais, e, por fim, com o desenvolvimento de consumo de bens simbólicos, com o foco na diversidade cultural.

No entanto, ao observar o caráter descontínuo entre os museus tradicionais, a exemplos dos localizados no entorno da Praça São Francisco, e as diretrizes do IBRAM que foram adotadas em Sergipe, estas que priorizam o entendimento da criatividade e inovação de forma generalizada e reducionista de cultura, vão além das ações pontuais realizadas no início do governo Déda, entre os anos 2007-2010, para o rece-

bimento do título da UNESCO. Uma vez que, as políticas adotadas e a criação de um museu de ponta, como é o Museu da Gente Sergipana, dialogavam mais entre si que a tradicional noção de patrimônio que as cidades históricas demandam. Podemos reconhecer nesse descompasso a primeira descontinuidade da incorporação da política pública nacional no âmbito local.

Somente em 2015, após as reformas para atendimento das demandas do título da UNESCO em 2010, derivadas do programa Monumenta e Sergipe Cidades ocorridas no primeiro mandato do governo Déda (2007-2010), que foram anunciadas reformas e revitalizações nos museus Afro-Brasileiro, de Arte Sacra e a Casa de Cultura João Ribeiro, localizados em Laranjeiras, e o Museu Histórico de Sergipe, sediado em São Cristóvão. O investimento para a realização dos projetos e das obras foi estimado em U\$ 1,5 milhões, aproximadamente R\$ 4 milhões, provenientes do BID. Tais obras estão relacionadas ao desenvolvimento do turismo histórico do Estado. Essas diferenças e seletividade revelam uma falta de acompanhamento das ações e uma ausência de vontade política do Estado para desenvolver atividades mais pontuais na área – estas buscando uma consonância entre o conhecimento popular e científico.



REFERÊNCIAS

AGÊNCIA Sergipe de Notícias. **Estado investe na preservação do patrimônio histórico sergipano**. Aracaju, 2009. Disponível em: <<http://www.agencia.se.gov.br/noticias/8-de-julho/estado-investe-na-preservacao-do-patrimonio-historico-sergipano>>. Acesso em 30 de jan. 2017.

AGENCIA Sergipe de Notícias. **Governo investirá US\$ 1,5 mi em reformas e modernização de museus sergipanos**, 2015. Disponível em: <<http://agencia.se.gov.br/noticias/cultura/governo-investira-us-1-5-mi-em-reformas-e-modernizacao-de-museus-sergipanos>>. Acesso 30 de jan. 2017.

BERTOTTO, M. Sistema museológico – Contributo para as políticas públicas. In: GUI-MARAENS, C; RANGEL, V.; BERTOTTO, M. (Org.) **Museologia Social e Cultura**. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2015.

BRASIL. **Lei n. 12.343/2010**, de 02 de dezembro de 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8490.htm> Acesso: 26 de abril 2016.

BRASIL. **Lei n. 11.904/2009**, de 14 de janeiro de 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm> Acesso: 26 de julho de 2016.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano Nacional de Cultura**. Disponível em:< http://issuu.com/planonacionaldecultura/docs/as_metas_do_plano_nacional_de_cultura> Acesso 20 de julho de 2015.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Política Nacional de Museus**: guia. Brasília: Ministério da Cultura, 2007. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2010/01/politica_nacional_museus.pdf>. Acesso: 24 de set 2014.

CHAGAS, M. Museologia Norte-Nordeste: perfil e perspectivas. In: **Apontamentos, memória e cultura**. Mestrado em Administração de Centros Culturais/Universidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. Ano a, n. 0, dez. 1989, p. 14-27.

IBRAM. **Cadastro Nacional de Museus**. Disponível em:< <http://sistemas.museus.gov.br/cnm/pesquisa/filtrarUf>> Acesso: 15 de abril 2016

IBRAM. **Museus em números**. Brasília, DF: Ibram, 2014; vol 1.

MINC; IBRAM. **Política Nacional de Museus – Relatório de gestão 2003-2010**. Brasília: MinC/Ibram, 2010. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2012/08/Relatorio-de-Gestao-2010.pdf>> Acesso: 20 de dez. 2016.

MORAES, N.; SOUZA, L. C. C. A. Museu e patrimônio: políticas e conhecimento. In: **Revista Museologia e Patrimônio**, v. 6, p. 03-27, 2013. Disponível em: < <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/viewFile/310/252>>. Acesso: 09 de maio de 2016.

NASCIMENTO JR, J.; COLNAGO. Economia da Cultura. In: NASCIMENTO JR, J. (Org.). **Economia dos Museus**. Brasília: Minc/Ibram, 2010. p.203-234

NUNES, Verônica M. M. Do IHGSE à UFS: construção de fazeres museológicos em Sergipe. IN: NUNES, Verônica M. M. e NOGUEIRA, Adriana Dantas (orgs.) **O despertar do conhecimento na colina azulada**: a Universidade Federal de Sergipe em Laranjeiras. São Cristóvão: UFS, 2009. p.113-133.

OLIVEIRA, L. L. **Cultura é patrimônio**: um guia. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2008.

RUBIM, A. A. C.; BARABALHO, A. (Org.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDU-FBA, 2007. pp. 11-36.

SECRETARIA DE ESTADO DA INFRAESTRUTURA (SEINFRA). **Tabela de Obras e Projetos em execução no município Laranjeiras**. Disponível em: < <http://187.17.2.135/mapa/LARANJEIRAS.html> >. Acesso em 25 de fevereiro de 2017.

SERGIPE. **Sistema Estadual de Museus (SIEM)**. Diário Oficial do estado de Sergipe, Aracaju, 4 jun. 2013. Disponível: < <https://segrase.se.gov.br/portal/visualizacoes/jornal/399/#/p:3/e:399>>. Acesso em: 15 dez. 2016.

O Vídeo no Especial de Um Ano do “Caso Castelo” no Portal G1 Piauí: convergência ou reprodução?

Maria Clara Estrêla Oliveira Almeida⁶⁰

A internet tem impulsionado cada vez mais a introdução de novas tecnologias digitais que permitem acesso a informação e propagação de conteúdo de forma flexível e descentralizada. Embora a televisão ainda se mantenha como o meio de comunicação predominante no Brasil, há que se admitir que a internet vem ganhando espaço cada vez maior no cotidiano das pessoas. Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 revelam que 48% dos brasileiros já usam a internet e a quantidade de pessoas que a utiliza todos os dias subiu de 26%, em 2014, para 37%, em 2015.

Embora este índice seja bem menor que o de pessoas que veem TV todos os dias (73%) no Brasil, o tempo médio gasto com acesso à internet é maior que o tempo médio dedicado a TV. O brasileiro passa cinco horas por dia conectado, enquanto destina à televisão, em média, 4h31 de seu dia.

Ainda de acordo com o estudo, 79% da população assistem TV, principalmente, para se informar. Com relação à internet, esse número cai, chegando à casa dos 67%. No entanto, a quantidade de pessoas que usa a rede como forma de entretenimento se iguala à de pessoas que assistem TV para o mesmo fim (67% nos dois casos). A partir destes dados é possível perceber que a internet vem competindo de igual para igual com a televisão quando o assunto é diversão e conteúdos mais amenos.

O crescimento do acesso a essa rede mundial de computadores vem acompanhado de outro fenômeno que é a mudança nas plataformas tecnológicas empregadas

60. Graduada em Comunicação - Habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Piauí (Ufpi). Aluna do Mestrado em Comunicação na mesma instituição. E-mail: claraestrelaalmeida@gmail.com.

para o consumo de conteúdo. Segundo o estudo da Secretaria de Comunicação, 71% dos brasileiros usam o computador para consumir mídia, 66% usam o celular e 7% usam tablets e outros dispositivos móveis. Essa mudança de paradigma, o acesso por múltiplas telas, descentraliza o consumo de conteúdo, o que tem forçado grandes corporações de mídia a repensar a produção de seu material de forma que permita a ele circular por diferentes plataformas, ampliando, assim, seu poder de alcance.

Neste trabalho, vamos nos ater ao conteúdo disponível por vídeo nas plataformas digitais online (sessão de vídeo do portal de notícias G1 Piauí), partindo do pressuposto de que essas tecnologias podem representar a extensão do material audiovisual da TV na internet.

Recuero (2000) destaca que a rede mundial de computadores conjuga duas características dos meios de comunicação anteriores como a TV e o Rádio: a interatividade e a massividade. Suas ferramentas lhe permitem se destacar como “o primeiro meio a possibilitar que todos sejam, ao mesmo tempo, emissores e receptores da mensagem”, construindo, assim, a ideia de Comunidade Global, fortemente debatida por Castells (2011), em que os espaços geográficos se diluem num ambiente de interação em rede denominado de ciberespaço ou não-lugar no sentido de não ser físico, embora real.

Acerca da remodelação ou mesmo diluição espacial, Recuero (2000, p. 62) conclui:

[...]. Cada meio representou uma extensão de uma capacidade natural dos seres humanos. A Internet, no entanto, através da Comunicação Mediada por Computador, proporcionou a extensão de várias capacidades naturais. Não apenas podemos ver as coisas que nossos olhos naturalmente não veem. Podemos interagir com elas, tocá-las em sua realidade virtual, construir nosso próprio raciocínio não linear em cima da informação, ouvir aquilo que desejamos, conversar com quem não conhecemos. Fundamentalmente, podemos interagir com o que quisermos.

A internet possibilitou uma revolução de proporções até então inimagináveis não apenas na noção que se tinha de espaço geográfico. Os novos paradigmas que surgiram com sua criação também reverberaram na técnica produtiva e, sobretudo, na linguagem empregada na comunicação. Por apresentar essa convergência entre mídias até então distintas, a Comunicação Mediada por Computador (CMC) possibilitou fazer tudo em uma única plataforma: ler o jornal, ouvir a rádio e ver TV. Exemplo pertinente deste fenômeno é o investimento, por parte de grandes corporações do setor das comunicações, em mídias digitais que agreguem o conteúdo dos meios tradicionais (impresso e audiovisual) num ambiente em que o acesso é ilimitado.

Ao debruçar-se sobre esta questão, Pavlik (2001) conclui que a internet é um produto de uma mudança tecnológica mais fundamental: a convergência das telecomunicações, do computador e da mídia tradicional. O autor destaca que a TV, em alguns aspectos, está no meio de uma nova fase de inspiração e inovação e que a convergência da tecnologia digital levou a uma explosão no desenvolvimento e na distribuição de vídeo em um ambiente online.

Unlike most earlier generations of television, the age of online digital video innovation is a playing field open to virtually anyone. Little technical expertise is needed to experiment. Not are huge amounts of cash or other resources required, although access to millions of dollars certainly does not hurt (PAVLIK, 2008, p.214)⁶¹.

O vídeo online vem acompanhando o avanço tecnológico das plataformas digitais, além da demanda crescente pela flexibilização e descentralização dos meios de acesso. Um levantamento feito pelo Reuters Institute (*The Future of Online News Video: digital news project 2016*) revela que as notícias veiculadas em formato de vídeo forne-

61. Ao contrário da maioria das gerações anteriores de televisão, a era da inovação em vídeo digital on-line é um campo de jogo aberto a praticamente qualquer pessoa. Pouco conhecimento técnico é necessário para experimentar. Não são necessárias enormes quantias de dinheiro ou outros recursos, embora o acesso a milhões de dólares certamente não atrapalhe [tradução nossa] (PAVLIK, 2008, p.214).

cem uma forma poderosa e popular de cobertura. Ilustrando isso, 79% dos líderes em notícias digitais disseram, no estudo, que investiram mais no vídeo online ao longo do último ano.

Através das redes sociais já é possível perceber a emergência desse novo modelo de vídeo feito para a web. Facebook e Twitter têm investido maciçamente nessa nova tendência e dão visibilidade a esses novos formatos. O consumo de vídeo no Facebook cresceu 75% em 2015, alcançando a marca dos 8 milhões de vídeos diários. O estudo do Reuters Institute aponta que esse crescimento coincidiu com a primeira queda, em décadas, da audiência de notícias em TV.

Dados da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) mostram que o mercado de TV Por Assinatura no Brasil fechou 2015 com uma perda de quase 525 mil assinantes em relação a 2014. O Ibope anunciou no ano passado que pretende medir o alcance de programas de TV veiculados através de serviços como Netflix e Youtube. O instituto já tem acesso à audiência de programas do Globo Play exibidos na TV, mas quer expandir essa medição a tablets, smartphones e notebooks.

Diante deste cenário de avanço de diferentes plataformas de mídia, os players tradicionais sentem-se obrigados a experimentar novos formatos, visando garantir sua sobrevivência a nível institucional e manter sua posição hegemônica no mercado.

Mosco (1999, p. 114) pontua que, para se manter em posição de controle político e econômico, as instituições vivem em um processo contínuo de remodelação que se constitui em três frentes de atuação: a comodificação – transformação da utilidade em valor de troca; a espacialização – transformação do espaço e do tempo; e a estruturação – processo de constituição de estruturas como agentes sociais.

Para Bolaño (2004), a estruturação é um elemento fundamental na definição de oportunidades que vão determinar a estratégia de atuação das instituições (BOLAÑO, 2004, p. 74). O autor destaca que a concorrência, inerente à criação de uma Indústria Cultural com um mercado consolidado, se dá pela diferenciação do produto e adoção de inovações tecnológicas, que vão definir a sobrevivência das empresas.

Bolaño (2004) adota as categorias desenvolvidas no debate neo-schumpeteriano no estudo das relações competitivas do mercado: aprendizado, trajetória e assimetrias. O aprendizado está relacionado à criação de uma linguagem própria que permitirá mostrar superioridade técnica em uma eventual crise decorrente da introdução de inovações tecnológicas; a trajetória diz respeito à consolidação de uma estrutura resultada de ações e decisões anteriores; e as assimetrias remetem à noção de diversidade estrutural (Bolaño, p. 76).

Partindo dessa visão, segundo o autor, o desenvolvimento tecnológico abrirá perspectivas para o desenvolvimento econômico e as mudanças nos padrões técnicos são as responsáveis pela mudança estrutural no setor. Neste sentido, surge uma nova configuração econômica, com novas formas de produção financiamento e relação com usuários específicos.

Diante do exposto, o presente artigo se propõe a analisar como o portal de notícias G1 Piauí trabalhou o uso do vídeo online no especial de um ano do Caso Castelo do Piauí. Para tanto, utiliza-se como aporte teórico as noções de convergência tecnológica, empresarial e profissional, no que respeita às estratégias adotadas pelos grupos empresariais para fazer seu produto midiático circular entre várias plataformas, e os construtos da Economia Política da Comunicação (EPC), no tocante à manutenção da hegemonia, controle e sobrevivência no mercado.

▶ NOÇÕES DE CONVERGÊNCIA NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

Os sistemas de novas mídias abrangem todas as formas de comunicação humana em um formato digital onde as regras e restrições do mundo analógico não se aplicam. É assim que John Pavlik (2001, p. 12) caracteriza o fenômeno de convergência das telecomunicações. Segundo o autor, este é um processo que está em curso desde meados do século passado, mas que começou a se cristalizar com a internet, vista por ele como um produto, um sintoma da mudança tecnológica.

Pavlik destaca que a convergência fez da notícia um produto em deslocamento e a mídia está buscando vantagem neste mercado, fazendo experimentos que lhe permitam construir e sustentar novas audiências. Para tanto, é inevitável que elas voltem seus olhares para as novas tecnologias.

O termo “novas tecnologias”, empregado pelo autor, inclui não apenas a Internet, mas também a mídia sem fio e móvel, a TV, a rádio digital e outras tecnologias emergentes de comunicação pública mediada. Com a digitalização, essas novas tecnologias permitem a entrega de conteúdo em um fluxo através de sistemas de distribuição convergente.

(...) The digitalization of delivery media represents a fundamental shift from the analog system in which different media were delivered via different technologies, some having very little to do with the content or nature of the medium (PAVLIK, 2008, p.10)⁶².

Nicholas Negroponte (1995) refere-se à digitalização como a transformação de “átomos em bytes”, que resulta no surgimento de novos padrões de propriedade nos meios de comunicação, em que um único grupo produz e distribui conteúdo através de vários canais. A digitalização estabeleceu, portanto, as condições para a convergência, e a convergência, por sua vez, estabeleceu as condições para a concentração.

Se, por um lado, a convergência leva à ideia de inclusão, democratização de acesso e multiplicidade da oferta, do ponto de vista empresarial, ela significa diversificação de negócios. Vale ressaltar que nem sempre a existência de plataformas diversificadas representa oferta variada de conteúdo. Castella (2015, p. 133), reflete: “encontramos estilos múltiplos (e que se proliferam) de controle e de processos decisórios tolerados em partes diferentes da rede, contanto que aqueles no centro possam se beneficiar ao permitir que uma prática específica e/ou um ajuste organizacional exista em uma parte de seu império de rede”.

62. [...]. A digitalização dos meios de entrega representa uma mudança fundamental do sistema analógico em que as diferentes mídias foram distribuídas por meio de diferentes tecnologias, alguns tendo muito pouco a ver com o conteúdo ou a natureza do meio [tradução nossa] (PAVLIK, 2008, p.10).

O autor conclui que as empresas que formam o núcleo das redes internacionais de mídia estão adotando políticas de concentração de propriedade, parcerias entre companhias, diversificação de plataformas, customização de audiências e economias de sinergia com diferentes níveis de sucesso (CASTELLS, 2015, p. 133). Por economia de sinergia entende-se o componente fundamental da estratégia comercial de redes corporativas que é a capacidade de replicar conteúdo por várias plataformas agregando valor a eles numa integração bem-sucedida entre produtividade e lucro. Portanto, a forma que as empresas encontram de integrar produção e retorno do capital é ajustar as novas infraestruturas e ferramentas dos modelos comunicacionais que surgem aos seus próprios modelos de negócio.

Pavlik (2008) destaca quatro maneiras como estes grupos empresariais enxergam estas novas ferramentas: 1) elas apresentam formas novas e mais eficientes de os jornalistas fazerem seu trabalho; 2) podem transformar a natureza de contar histórias e o conteúdo de mídia; 3) têm implicações enormes para a gestão, estrutura e cultura das organizações de mídia; 4) transformam as relações entre organizações de notícias e seus muitos públicos, em especial as audiências, fontes, financiadores, reguladores e concorrentes (Pavlik, p. 04-06).

Esta observação nos permite afirmar que a dimensão tecnológica afeta profundamente as dimensões profissional e empresarial de todo o setor. Para Salaverría e Negro (2008, p. 50) esse fenômeno se dá a partir da “integração de espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados” que permite aos jornalistas elaborarem conteúdos distribuídos através de múltiplas plataformas de acordo com as linguagens próprias de cada uma.

A dimensão tecnológica, portanto, caracteriza-se pela apropriação de softwares e hardwares que vão auxiliar a produção e distribuição de conteúdo, muitas vezes direcionando-a. Para Pavlik, as tecnologias móveis e portáteis estão entre as mais importantes para os jornalistas por que dá aos jornais a oportunidade de manter repórteres em campo apurando mais notícias por longos períodos.

Já a dimensão profissional seria a capacidade do jornalista de se adequar a estes novos meios e ferramentas, apresentando conhecimento tecnológico suficiente para reforçar seu sentido de polivalência funcional e domínio das novas práticas. Dominar técnicas novas significa expandir a atuação das grandes mídias a campos pouco explorados ou até mesmo inexplorados. Esta última caracteriza, segundo pontuam Salavería e Negredo (2008) a chamada dimensão empresarial do processo de convergência.

As novas tecnologias, portanto, abrem inúmeras possibilidades para a produção e distribuição de notícias, mas é importante ter em mente que os impactos que elas geram têm seu lado positivo e negativo, como em todo processo de mudança de paradigma. Ao mesmo tempo em que potencializa o alcance do jornalismo, o uso indiscriminado das novas plataformas põe em cheque a qualidade do material veiculado ao criar uma visão do trabalho que transfere a atividade conceitual do jornalista para sistemas tecnológicos controlados administrativamente. É o que pontua Vincent Mosco (1999, p. 106), para quem a tecnologia é um dos fatores que contribui enormemente no processo de comodificação na sociedade. Por comodificação, o autor define a transformação da utilidade em valor de troca. Em outras palavras, a tecnologia aumenta o poder de alcance da notícia, mexendo na sua essência de produto social, tornando-o produto comercial.

Por outro lado, as novas mídias estão permitindo a emergência de uma forma de notícia mais contextualizada, que incorpora não apenas as capacidades multimídias das plataformas digitais, mas também as qualidades interativas, hipermidiáticas e fluidas das comunicações online de mídia endereçável (Pavlik, 2001, p. 217).

Ao analisar como se configura a atuação do jornalista a partir do surgimento das novas mídias, este autor divide o desenvolvimento de conteúdos online em três estágios integrados entre si: 1) republicação ou reempacotamento de conteúdo a partir de modelos-base (impressos); 2) criação de conteúdo original enriquecido com hiperlinks, recursos interativos, multimídia e personalização dos sites; 3) produção de conteúdo jornalístico original pensado para a web.

Percorrendo as etapas descritas por Pavlik, tem-se: 1) Transposição de conteúdo sem seleção nem adaptação ao suporte, prática batizada por Salaverría e Negrodo (2008) de shovelware. Para estes autores, isto contribui para que o conteúdo se torne maçante e nem um pouco atrativo, trabalhando, o jornalista, não com multimídia, mas uniformidade de plataformas, a princípio incompatíveis; 2) Aproveitamento de um bem para outro fim distinto daquele para o qual foi planejado, ou seja, prioriza-se a multiplicidade de plataformas sem levar em consideração seu formato. A essa prática, os autores dão o nome *repurposing*.

Trazendo o *repurposing* para o âmbito das mídias, Barbosa e Ribeiro (2013, p. 356) destacam

Refere-se (...) à adaptação editorial da matéria-prima informativa, na qual o conteúdo é reciclado, aproveitando as potencialidades comunicativas próprias das novas plataformas ou suportes, como forma de multiplicar a rentabilidade editorial do conteúdo jornalístico e de criar múltiplos pontos de contato com os usuários.

Pode-se destacar como *repurposing*, por exemplo, a replicação do vídeo televisivo em portais de notícias sob a falsa configuração de vídeo online. A exibição de vídeo pela internet, diferentemente da TV, requer um computador ou um dispositivo portátil habilitado para acesso à rede. O tamanho da tela determina algumas considerações especiais acerca do design do vídeo: longas tomadas com objetos pequenos para serem exibidos em telas menores devem ser evitados, zoom e outros movimentos da câmera podem resultar em “pixelização” quando entregues on-line, especialmente quando o canal é a rede sem fio. (Pavlik, 2008, pp.50-51). O autor conclui afirmando que o vídeo online é mais do que apenas a televisão. “Na verdade, ele força uma reconsideração sobre do que de fato constitui a televisão”.

➤ METODOLOGIA

A partir das noções de convergência discutidas até aqui, pretendemos analisar no presente trabalho a utilização de vídeos pelo portal de notícias G1 Piauí durante a cobertura especial de um ano do Caso Castelo. Questiona-se: até que ponto o emprego do conteúdo audiovisual no sítio pode ser considerado convergente com o que foi transmitido na cobertura pensada para a TV, que é o carro chefe do grupo de mídia em questão. Se houve adaptação de formato e conteúdo; se a sessão audiovisual do sítio agrega algo de novo ao usuário ou se trata-se de mera reprodução do que já se viu em outros meios.

Utiliza-se como base teórico-metodológica para o desenvolvimento deste trabalho a Economia Política da Comunicação (EPC), enquanto campo que se dedica ao estudo das relações de poder desenvolvida entre os agentes que compõem o setor. Na análise, emprega-se o estudo de caso, metodologia que permite preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real, tais como processos organizacionais e administrativos, relações internacionais e a maturação de alguns setores (YIN, 2010).

Dado à cronologia inerente ao objeto exemplo do fenômeno investigado (o Caso Castelo), delimitamos como recorte amostral e temporal os vídeos publicados no portal de notícias G1 Piauí relacionados ao Caso Castelo, durante sua cobertura de um ano do fato, feita entre a terceira semana de maio e a segunda semana de junho de 2016. A fim de situarmos melhor o leitor, explanaremos adiante o objeto que será utilizado como base para analisar os processos de convergência entre TV e portal neste trabalho.

➤ O CASO CASTELO DO PIAUÍ

O Caso Castelo do Piauí, ou simplesmente Caso Castelo, foi como ficou conhecido o crime brutal praticado contra quatro adolescentes na noite do dia 27 de maio de 2015 no município de Castelo do Piauí, a 190 quilômetros da Capital do Estado, Teresina. Segundo o inquérito da Polícia Civil piauiense, em conformidade com as provas mate-

riais coletadas no local do crime e nos relatos dos envolvidos, as jovens foram vítimas de um estupro coletivo e, em seguida, violentamente agredidas, antes de serem arremessadas do alto do Morro do Garrote, um ponto turístico da cidade.

Em seus relatos à polícia, os adolescentes afirmaram terem sido “comandados” durante o crime por um homem maior de idade. Este foi identificado como sendo Adão José de Sousa, preso no dia seguinte ao ocorrido e recolhido a uma cela solitária numa unidade prisional do Estado por conta da ameaça que sua presença causava à ordem no presídio. Esta questão levantou outro debate em relação ao caso: a segurança no sistema prisional brasileiro.

Isso ganhou ainda mais força após um dos adolescentes acusados do crime ter sido brutalmente assassinado dentro das dependências do Centro Educacional Masculino (CEM) pelos outros dois companheiros de alojamento, junto com os quais teria praticado o estupro coletivo. A série de acontecimentos culminou numa crise administrativa na Secretaria de Assistência Social e Cidadania do Piauí, que determinou a mudança imediata de direção do CEM, sob a vigilância do Ministério Público Estadual e da Defensoria Pública.

A escolha do Caso Castelo para ilustrar a análise do processo de convergência entre TV e portal na afiliada da Rede Globo no Piauí se deu em razão não apenas do clamor social e da relevância que o assunto possui na mídia e nos debates locais, mas também pelas possibilidades de abordagem que o caso oferece à cobertura jornalística. Dentre elas, destacamos: a perspectiva das vítimas, a perspectiva dos menores envolvidos, a perspectiva do maior envolvido, a perspectiva da Justiça quanto ao caso, a própria repercussão social e a imagem que se constrói do município de Castelo do Piauí um ano após os eventos

Apresentaremos adiante o suporte que iremos analisar, o portal de notícias G1 Piauí.

> G1 PIAUÍ

O Portal G1 Piauí é a página na web de notícias piauienses mantido pela Globo.com e segue o mesmo padrão jornalístico da Central Globo de Jornalismo, cuja afiliada no Estado é a Rede Clube. O sítio foi lançado em 2012, quando a Rede Globo começou o processo de integração de suas afiliadas ao Portal de Notícias G1, que disponibiliza conteúdo informativo com cobertura nacional, abrangendo todas as empresas do Grupo Globo.

O G1 Piauí foi escolhido como objeto de análise no presente trabalho por se destacar por seu conteúdo multimídia, produzindo, a exemplo dos outros portais do Grupo Globo, reportagens escritas, materiais fotográficos, audiovisual, se utilizando também da infografia.

Dentre os principais portais de notícias do Piauí, o G1 é o que apresenta o maior número de recursos multimídia por página.

Sua *home page* é composta por três destaques de matérias, sendo a manchete localizada na parte esquerda, sobre o fundo branco, e os demais destaques aplicados com o recurso texto sobre foto. Mas este modelo é variável. Por exemplo, quando um dos destaques apresenta informação divulgada em vídeo, a imagem do fundo é substituída por uma captura do vídeo, com o ícone de “play”, sinalizando ao usuário que ali consta material audiovisual.

O restante da página é organizado no formato de blog, com os destaques alocados um abaixo do outro, em uma sequência cronológica que vai da publicação mais recente para a mais antiga. A distribuição do conteúdo segue a lógica de uma rede social, em que o conteúdo vai aparecendo de forma infinita na tela do usuário à medida que ele rola o scroll do mouse, ou seja, o material divulgado não se prende a um número limite de destaques, mas é gerado à medida que se interage com a página.

Ao lado do primeiro destaque da sequência de notícias, que vem abaixo da home, aparece o ícone de vídeo do telejornalismo local transmitido pela Rede Clube. Dependendo do horário em que se acessa, o ícone leva à página de vídeos de um telejornal diferente: se o usuário entra pela manhã, o ícone leva aos destaques do Bom Dia Piauí. Se o acesso acontece no período da tarde, o ícone leva aos destaques do Piauí TV 1ª Edição, que vai ao ar ao meio dia. Já se o acesso ocorrer durante a noite, o ícone leva aos destaques do Piauí TV 2ª Edição, que vai ao ar por volta das 19h30min.

Essa mudança no ícone de acesso à sessão de vídeos do G1 Piauí passa ao usuário a noção de atualização constante da página, mas, por outro lado, deixa claro que o conteúdo audiovisual ali presente está preso aos temas abordados nos telejornais. Isso é reforçado quando se passa de uma página à outra. A home da interface seguinte traz os destaques das reportagens veiculadas na edição mais recente dos telejornais da Rede Clube. Eles aparecem organizados em miniaturas com capturas dos vídeos, formando uma espécie de “grade de programação” que se assistida de uma ponta a outra resulta na quase totalidade de uma edição do telejornal.

O rolar o scroll do mouse é possível ainda ver os vídeos organizados separadamente em uma sessão onde o usuário pode navegar por dia e edição de telejornal.

➤ O VÍDEO NO ESPECIAL DE UM ANO DO CASO CASTELO

Seguindo o recorte temporal definido por nós para este trabalho, entre a terceira semana de maio e a segunda semana de junho de 2016, o Portal de Notícias G1 Piauí publicou em sua página, sete matérias relacionadas ao Caso Castelo do Piauí, no especial de um ano do fato. Deste total, duas apresentam ao internauta a perspectiva das vítimas do crime, duas apresentam a perspectiva dos acusados, uma aborda como a Justiça piauiense tem tratado o caso, uma mostra a perspectiva dos moradores da

cidade um ano após o crime, e uma traz um resumo do caso, unindo todos as abordagens acima citadas (vítimas, acusados, aspectos legais e aspectos sociais).

Durante a coleta do material para a análise, encontramos uma oitava reportagem publicada pelo G1 Piauí dentro do recorte temporal proposto e que tem como tema a questão da violência sexual contra a mulher. Embora possa ser associado ao Caso Castelo, a reportagem não cita diretamente o fato. Por não fazer menção direta ao nosso objeto (a violência praticada contra as quatro adolescentes em Castelo do Piauí), optamos por não nos deter na análise desta reportagem em especial, permanecendo assim em sete matérias o nosso recorte amostral.

A fim de tornar mais clara a explanação, dividiremos as amostras colhidas (as matérias do especial) em duas categorias: reportagens em vídeo, e reportagens em texto e imagem. Dividiremos, ainda, as matérias da categoria “reportagens em vídeo” em outras duas subcategorias: vídeo televisivo e vídeo para web. Destacamos aqui que o objetivo é compreender se há convergência do material noticioso com a utilização do vídeo nas publicações e como esse processo ocorre.

Das sete matérias publicadas no especial de um ano do Caso Castelo, quatro são reportagens em vídeo e três são reportagens com uso de texto e imagem. Destas reportagens que utilizam recurso de vídeo, três são matérias dos telejornais da TV Clube que foram transpostas na página do G1 Piauí, e apenas uma apresenta vídeo produzido especialmente para a web.

Esta matéria cujo vídeo foi produzido para a internet possui ainda uma parte em texto e foto, sendo, portanto, a mais completa em termos de recursos empregados, dentro do nosso universo amostral. Ela foi publicada em 18 de maio, sendo, portanto, a primeira, a que abre o especial de um ano do Caso Castelo do Piauí. Intitulada “Um ano

após estupro coletivo, o G1 ouve garotos condenados pelo crime”⁶³, ela traz a perspectiva dos menores acusados. O vídeo que ela traz não tem anúncio *pré-roll*⁶⁴, mas abre com um *fade-in*⁶⁵ da logomarca do G1 Nacional, identificando, logo de início, que não se trata de um trecho de telejornais locais, como ocorre nas outras reportagens em vídeo observadas, mas de produção específica para aquela página.

Em termos de estética, o vídeo apresenta o recurso da câmera participativa, passando a impressão de que o cinegrafista interagia com os personagens ali mostrados, faz uso do som ambiente, traz, além da imagem em movimento, a imagem estática, com fotos divulgadas pela polícia durante as investigações, e alguns trechos das falas dos adolescentes acusados são lidos por uma voz off do jornalista responsável pelo vídeo. O streaming não apresenta anúncio pós-roll⁶⁶ e tem duração de 48 segundos, adequando-se ao tempo de leitura da página.

Esta reportagem apresenta complementaridade na relação texto-vídeo, ou seja, um recurso agrega conteúdo ao outro, não se tratando, portanto, de mera repetição ou, como afirma Salaverría e Negrodo (2008), *shovelware* ou reprodução indiscriminada do mesmo conteúdo por meio de recursos distintos.

Em contrapartida, a prática do *shovelware* é facilmente observada nas outras três matérias deste conjunto das quatro que compõem a categoria “reportagem em vídeo”. Excetuando-se o exemplo citado acima, todas as outras matérias deste tipo são me-

63. Disponível em: <http://g1.globo.com/pi/piaui/crime-em-castelo-do-piaui/noticia/2016/05/um-ano-apos-estupro-coletivo-g1-ouve-garotos-condenados-pelo-crime.html>. Acesso em 19 nov. 2016

64. Anúncio publicitário que aparece antes do carregamento de um vídeo. Geralmente tem duração mínima de 15 segundos e máxima de um minuto podendo ser pulado ou não.

65. Termo técnico que designa o efeito de aparecimento gradual da imagem e do som na abertura de um vídeo

66. Anúncio publicitário que aparece ao final de um vídeo. Geralmente tem duração mínima de 15 segundos e máxima de um minuto.

ras transposições do conteúdo dos telejornais da TV Clube para a página do G1 Piauí. Duas delas foram publicadas em 27 de maio, dia em que o Caso Castelo completou um ano, sendo a primeira um trecho extraído do telejornal Bom Dia Piauí e a outra um trecho extraído do telejornal Piauí TV 1ª Edição. Uma semana depois, no dia 03 de junho, o portal voltou a publicar nova matéria em vídeo tratando do Caso Castelo, e, novamente, o que se tem é um trecho do telejornal Piauí TV 1ª Edição, com a reportagem transmitida na televisão disponibilizada na íntegra na página.

O primeiro vídeo, do telejornal Bom Dia Piauí, tem streaming de 8m31seg. e possui anúncio pré-roll de 15 segundos sem o recurso “*skipp video*” (saltar a publicidade e ir direto para o streaming do vídeo). O vídeo, intitulado “Saiba como a Justiça tem tratado o estupro coletivo em Castelo do Piauí”⁶⁷ inicia com a chamada em estúdio dos apresentadores e segue alternando passagens do repórter, voz off com imagens do caso e entrevistas com os envolvidos. Percebe-se aqui, o padrão telejornalístico do vídeo, produzido com profundidade para ser televisionado e em contraste com o que se observou no único vídeo encontrado que foi pensado para a web, a começar pela duração do streaming.

Assim como no caso acima, o segundo vídeo do dia 27 de maio, intitulado “Um ano após o estupro coletivo em Castelo do Piauí, população ainda se sente insegura”⁶⁸, traz novamente outra reportagem em profundidade e de padrão telejornalístico, iniciando com chamada em estúdio dos apresentadores e voz off fazendo a narrativa enquanto se observam imagens da cidade de Castelo, passagens da repórter e entrevistas com personagens. O vídeo tem duração de 06m57seg., sem anúncio pré nem pós-roll.

67. Disponível em: <http://g1.globo.com/pi/piaui/bom-dia-piaui/videos/v/saiba-como-a-justica-tem-tratado-o-estupro-coletivo-em-castelo-do-piaui/5052504/>. Acesso em 18 nov. 2016

68. Disponível em: <http://g1.globo.com/pi/piaui/pitv-1edicao/videos/v/um-ano-apos-estupro-coletivo-em-castelo-do-piaui-populacao-ainda-se-sente-insegura/5053473/>. Acesso em 18 nov. 2016.

Mas o que chama atenção neste trecho extraído do telejornal Piauí TV 1ª Edição e publicado no G1 Piauí é o uso de infografia no vídeo, que traz um mapa da cidade de Castelo e municípios próximos, onde também se registraram episódios brutais de violência no último ano. A infografia, enquanto recurso interativo de ilustração da matéria, poderia ter sido reaproveitada no portal, caso houvesse um texto para acompanhá-la e o vídeo não fosse o único elemento da página. A infografia tornaria a publicação mais atraente e complementar a informação presente no vídeo e no texto que poderia ser produzido a partir do conteúdo audiovisual. No entanto, novamente, o G1 Piauí optou pela mera transposição da reportagem da TV para a web, sem trabalhar sua adequação ao novo suporte, caracterizando, novamente, a prática do *shovelware* e do *repurposing* (aproveitamento de um bem para outro fim distinto daquele para o qual ele foi primeiramente planejado sem a sua devida adequação à plataforma).

Uma semana depois, em 03 de junho, novamente se constata a prática do *shovelware* e do *repurposing* na reportagem em vídeo do G1 Piauí sobre o Caso Castelo. Com o título “Menores envolvidos em estupro coletivo em Castelo do Piauí são julgados”⁶⁹, o streaming tem duração de 02m57seg., não possui anúncios pré nem *pós-roll* e segue exatamente o mesmo padrão dos outros dois que observamos acima: trecho extraído do telejornal Piauí TV 1ª Edição começando com chamada em estúdio seguida de off e imagens dos entrevistados, dos personagens e da cidade, entrevistas e passagens do repórter. Novamente se constata o padrão televisivo do vídeo que é o único elemento da página, sem complementaridade de texto, fotos ou links, nem de outros recursos que possibilitem uma maior interatividade do usuário com o suporte.

Mesmo não sendo elas o nosso foco, mas dada a importância de se mencionar, devemos destacar que as reportagens em texto e foto publicadas pelo G1 Piauí durante o especial de um ano do Caso Castelo também apresentam o mínimo de interatividade

69. Disponível em Disponível em <http://g1.globo.com/pi/piaui/pitv-1edicao/videos/v/menores-envolvidos-em-caso-de-estupro-coletivo-em-castelo-do-piaui-sao-julgados/5069077/>. Acesso em 19 nov. 2016.

e convergência de plataformas e conteúdo. O padrão é sempre o mesmo nas reportagens observadas: imagens intercaladas com texto e presença de alguns links que levam a matérias anteriores do mesmo tema. Excetuando-se o exemplo da matéria “Um ano após estupro coletivo, G1 ouve garotos condenados pelo crime”, não se percebe exemplos concretos de convergência.

➤ CONCLUSÃO

A análise feita nos permite afirmar que, pelo menos no especial de um ano do Caso Castelo do Piauí, o portal G1 Piauí não põe em prática as noções de convergência em todas suas possibilidades, de acordo com o que destacam Pavlik (2001, 2008) e Salaverría e Negrodo (2008). O portal pode tentar explorar o que os autores chamam de relação resultante do cruzamento entre mídia de caráter mais corporativo (a TV de massa) e a mídia alternativa (o vídeo pensado para a web, por exemplo), mas não apresenta nem propõe transformações significativas do ponto de vista tecnológico.

Já, do ponto de vista mercadológico, tomando-se por base a EPC, há uma extensão da TV para a internet, mas o G1 Piauí não consegue trabalhar com a adequação da primeira para a segunda. Não em âmbito local, uma vez que no único exemplo em que a TV deixou de ser TV na web e passou ser vídeo para a web (no caso da matéria “G1 ouve garotos condenados pelo crime”, na qual há relação aditiva entre texto e audiovisual), a reportagem foi produzida tendo como público alvo o nacional, aqueles de fora do Piauí. Quando se trata de matérias locais sobre o caso, o site repete se forma maçante o *shovelware* e o *repurposing*, os quais poderiam e deveriam ser evitados quando se fala em práticas convergentes, conforme os autores pontuam. O conteúdo da TV postado na web, além de maçante e repetitivo ao internauta, nada acrescenta em relação ao que já se viu no telejornal e, de certa forma, mina o princípio da interatividade e da diversidade de conteúdo propostos pelo portal.

Voltemos então ao questionamento inicial deste trabalho. Com base o que nos propomos a fazer e o que foi observado até aqui, o conteúdo audiovisual no porta G1 Piauí, na cobertura de um ano do Caso Castelo, não se permite ser classificado como convergente na suas definições tecnológica e de conteúdo, ao se levar em conta que em mais da metade das análises feitas, o que se percebeu foi reaproveitamento do conteúdo televisivo na web sem a prévia edição do material para o novo suporte (exceto os cortes dos trechos que interessam) e sem levar em conta a noção da interatividade e da complementaridade de conteúdo.

A sessão audiovisual do site, portanto e ao menos nesse caso observado, não agrega algo de novo ao usuário, já que se trata de mera reprodução do que já se viu em outros meios.



REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. *O poder da comunicação*. 1ªed. São Paulo/Rio de Janeiro. Paz & Terra. 2015.

DOURADO, Jacqueline Lima (org). *Economia Política do Jornalismo: campo, objeto, convergências e regionalismo*. Teresina. EDUFPI, 2013.

MOSCO, V. Economia Política da Comunicação: uma perspectiva laboral. Comunicação e Sociedade 1, Cadernos do Nordeste, Série Comunicação. Vol 12, (1-2), 1999. 97-120. Disponível em <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1440/1370>. Acesso em: 08 de nov. 2016.

PAVLIK, John. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

_____. *Media in the digital age*. New York: Columbia University Press, 2008.

RECUERO, Raquel. *A internet e a nova revolução na comunicação mundial*. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>. Acesso em: 19 de dez. 2016

SALAVERRÍA, Ramon; NEGREDO, Samuel. *Periodismo Integrado. Convergencia de Medios y Reorganización de Redacciones*. Barcelona. Sol 90 media, 2008. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/268810171_Periodismo_integrado_convergencia_de_medios_y_reorganizacion_de_redacciones. Acesso em: 10 de nov. 2016.

NEGROPONTE, Nicholas. *A vida Digital*. São Paulo. Companhia das Letras, 1995

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Tradução de Daniel Grassi. 3ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. – Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 14 de out. 2016.

CHERUBINI, F; KALOGEROPOULOS, A; NEWMAN, N. *The future of online news vídeo: digital News Project 2016*. Reuters Institute. University of Oxford, 2016. Acesso em: 02 de nov. 2016.

ANDRADE, Patrícia. Um ano após estupro coletivo, G1 ouve garotos condenados pelo crime. Disponível em <http://g1.globo.com/pi/piaui/crime-em-castelo-do-piaui/noticia/2016/05/um-ano-apos-estupro-coletivo-g1-ouve-garotos-condenados-pelo-crime.html>. Acesso em 19 de nov. 2016.

GARCIA, Alan. Saiba como a Justiça tem tratado o estupro coletivo em Castelo do Piauí. Disponível em <http://g1.globo.com/pi/piaui/bom-dia-piaui/videos/v/saiba-como-a-justica-tem-tratado-o-estupro-coletivo-em-castelo-do-piaui/5052504/>. Acesso em 18 de nov. 2016.

TEIXEIRA, Aniele. Um ano após estupro coletivo em Castelo do Piauí, população ainda se sente insegura. Disponível em <http://g1.globo.com/pi/piaui/pitv-1edicao/videos/v/um-ano-apos-estupro-coletivo-em-castelo-do-piaui-populacao-ainda-se-sente-insegura/5053473/>. Acesso em 18 de out. 2016.

TEIXEIRA, Marcos. Menores envolvidos em caso de estupro coletivo em Castelo do Piauí são julgados. Disponível em <http://g1.globo.com/pi/piaui/pitv-1edicao/videos/v/menores-envolvidos-em-caso-de-estupro-coletivo-em-castelo-do-piaui-sao-julgados/5069077/>. Acesso em 19 de nov. 2016.

A Consolidação do Streaming na Cadeia Produtiva da Economia da Música⁷⁰

Flávio Marcílio Maia e Silva Júnior⁷¹

De acordo com Prestes Filho (2005), uma cadeia produtiva é definida como uma rede de inter-relação entre vários atores de um sistema industrial que permite a identificação do fluxo de bens e serviços através dos setores diretamente envolvidos, desde as fontes de matérias-primas até o consumidor final do produto de um objeto em análise. Falar então de cadeia produtiva de economia da música é relacionar as etapas de produção, distribuição e consumo com seus respectivos atores e diferentes indústrias culturais (edição, fonográfica, caça-talentos) que resultam na chamada indústria da música⁷².

Por ser um produto sempre passível a transformações em diferentes sentidos, a música se destaca como um laboratório no início dos anos 2000, servindo de modelo para outras indústrias de entretenimento (HERSCHMANN, 2010). A principal transformação no meio musical está relacionada com a sua digitalização. A partir do CD, suporte físico com características promissoras como o digital, a música pode ser fragmentada em dados, tornando-se arquivos facilmente compartilhados em computadores pela

70. Trabalho apresentado no **GT 3 – Indústrias culturais em transformação: mercado, tecnologia e trabalho do XV Seminário OBSCOM/CEPOS.**

71. Mestre em Comunicação (PPGCOM/UFS), fmarciliom@gmail.com.

72. Para um melhor aprofundamento, Frith (2001) define a indústria da música como a união de várias outras indústrias como a de edição, direitos autorais, caça talentos e de equipamentos eletro-eletrônicos, desenvolvida como um grande mercado cultural no qual a indústria fonográfica também se insere. De Marchi (2011, p.24) define esta indústria “como a produção de tecnologias de reprodução sonora, cujos conteúdos são constituídos predominantemente por repertório musical, sujeitos à regulação legal da propriedade através de uma variedade de direitos de propriedade intelectual”.

internet. A digitalização também proporcionou o consumo de música por *sites* e plataformas *online* hoje representados principalmente por serviços de *streaming* diversos.

Os serviços de *streaming* apontam para uma tendência dentro da cadeia da economia da música em um momento de reestruturação. Mantendo uma ligação com as grandes gravadoras conhecidas como *majors*, principais fornecedoras de música, e com as agregadoras, empresas digitais de música que trabalham principalmente com artistas autônomos, estes serviços tornam-se relevantes por diversos fatores que elevam sua popularidade: a fácil inserção de artistas, a disponibilidade em dispositivos móveis como *smartphones* em forma de aplicativos, o preço e a acessibilidade são algumas características que favorecem estes serviços ao patamar de futuro da música.

Este artigo faz uma breve análise do *streaming* na indústria da música como uma novidade que vem criando um mercado caracterizado por novos atores que se inserem na cadeia produtiva de música. Este mercado se destaca por novas formas de produção, distribuição e consumo de música; e novos acordos com instituições e empresas diversas fortalecendo, por um lado, as grandes gravadoras que buscam formas de se manterem rentáveis nesse meio e, por outro, a inserção de artistas autônomos refletindo em um momento de transformação musical relacionando novos e velho atores.

> DIGITALIZAÇÃO E INTERNET

O *streaming*⁷³ remete a um fluxo de dados e conteúdos diversos como vídeos, músicas e *games* consumidos *online* sem a necessidade do *download*. Diferentemente do *download* (caracterizado pelo consumo de arquivos baixados e armazenados em

73. A palavra *streaming* é uma derivação de *stream*, que em inglês significa córrego ou riacho. O termo remete para um fluxo de dados e conteúdos diversos como vídeos, músicas e jogos consumidos *online*. É muito comum na internet assistirmos premiações e jogos em *live streaming*, permitindo que o usuário veja o que está sendo transmitido naquele momento. Para funcionar, o *streaming* de áudio e vídeo transfere suas informações por meio de um fluxo de dados de um servidor. Há também um decodificador que funciona como um tipo de navegador da *web*. O servidor, o fluxo de informações e o decodificador trabalham juntos para que o *streaming* aconteça.

dispositivos como computadores), o *streaming* se torna popular pela facilidade de consumo por uma internet mais rápida e acessível, e com o desenvolvimento dos dispositivos móveis como os *smartphones*. O *streaming* surge como uma consequência do fenômeno da digitalização, processo advindo da microeletrônica⁷⁴, que promoveu transformações tecnológicas principalmente nos anos 1990 tendo a internet como grande impulsionadora, porém, nesta década, ver vídeos ou ouvir músicas *online* era algo muito raro diante dos serviços de internet que eram oferecidos.

Pérez (1986) caracteriza o surgimento da microeletrônica como um exemplo inicial para a ascensão de novas tecnologias no âmbito digital. A autora diz que “a indústria de componentes microeletrônicos e as ondas de propagação de suas aplicações geram rumos claramente definidos para impulsionar múltiplas cadeias de inovação radical em produtos” (Perez, p.14). Assim, a microeletrônica inicia uma série de transformações ocorridas na segunda metade do século XX, período marcado pela Terceira Revolução Industrial⁷⁵, caracterizado, entre outros fatores, pela inserção de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

Essas tecnologias promoveram mudanças em todos os setores que, de acordo com Pérez (1986, p.14), “vão desde a indústria da televisão a cabo, passando pela revolução em serviços bancários e financeiros, até a introdução de novos materiais em edifícios de que deve responder a indústria da construção”. Podemos associar também a digitalização ao fenômeno da “destruição criativa” de Schumpeter (1982). De acordo com o teórico, este fenômeno seria o desenvolvimento econômico a partir da inserção de alguma inovação que “mudassem as relações de mercado, abrindo espaço para novos agentes, produtos, técnicas de produção e etc.” (DE MARCHI, 2011, p.36).

74. A microeletrônica é uma área da eletrônica voltada para a integração e para a miniaturização de componentes eletrônicos em geral. Esta área constitui hoje o principal insumo do “novo paradigma técnico-econômico”, por ser capaz de gerar progresso técnico de forma generalizada em toda cadeia produtiva. <http://www.cetene.gov.br/index.php/area-de-atuacao/microeletronica/>. Acesso em 10 de abril de 2017.

75. Período pós-segunda guerra caracterizado pela inserção de novas técnicas e tecnologias como a robótica, a biotecnologia e a informática.

A digitalização – como elemento técnico fundante do novo paradigma nas indústrias de comunicação e em especial nas telecomunicações – surge como um marco da mudança dos processos de armazenamento e transmissão de dados de voz, possibilitando às telecomunicações – como às comunicações em geral – fornecer cada vez mais, em quantidade e qualidade, serviços que hoje são essenciais para o funcionamento das economias. A digitalização, em verdade, é a forma aparente da revolução microeletrônica que garante a miniaturização do suporte, representada pelo surgimento do chip, com capacidade exponencial de armazenagem e transporte. Qual seja, a digitalização é a consequência dada pelo desenvolvimento do paradigma microeletrônico, e antes disso, do surgimento do transistor e do semicondutor (SANTOS, 2008, p.118).

O desenvolvimento das TIC abriu possibilidades para a popularização da rede mundial de computadores, a internet, nos anos 1990. Neste momento a internet se torna um novo mercado abrangente e inovador caracterizado por conectar pessoas de diferentes partes do mundo inicialmente nas relações de compra e venda resultando, em empresas “ponto com”. Essas empresas são caracterizadas por se expandirem em diversos setores, inclusive o das indústrias culturais, em busca de lucros. Neste momento, “tudo na internet converge para o mercado e, à medida que ela cresce em extensão e em número de usuários, crescem as suas possibilidades abertas de exploração econômica” (BOLAÑO ET AL, 2007, p.188).

Se o processo de digitalização não estava inicialmente vinculado aos produtos culturais, tal fenômeno ganhou mais atenção após investimentos feitos por empresários do meio que viam na digitalização a tendência para o futuro, pois, de acordo com Bolaño (2015, p. 67), “a digitalização geral de toda produção de bens culturais (na verdade, a digitalização de tudo o que seja passível de digitalização), impactará profundamente sobre a organização de diferentes indústrias e mercados culturais”. A digitalização proporcionou a abertura de novos mercados, principalmente os ligados

às comunicações e às indústrias culturais implicando a demarcação de uma nova lógica social, já que altera os padrões de interação dentro do sistema, relativa à economia da internet ou das redes eletrônicas, estabelecendo novas oportunidades, inclusive no campo da música (SANTOS, 2015).

Essas transformações trazidas pela microeletrônica fazem parte do processo de reestruturação capitalista que parecem ocorrer de maneira cíclica na sociedade comandada pelo capital. O *streaming* surge como uma inovação advinda da internet e que hoje é um importante segmento para as indústrias culturais no meio digital. Não só a música, mas outros produtos como filmes e *games* podem ser consumidos por *streaming* a partir da publicidade ou do pagamento de mensalidades.

➤ INDÚSTRIA FONOGRAFICA NO CAMPO DIGITAL

A possibilidade de gravação de música em suportes físicos criou o que conhecemos hoje por indústria fonográfica. A música gravada foi a invenção fundante de uma nova indústria caracterizada por técnicas capitalistas e pela reprodutibilidade técnica, marcada pela inserção de inovações de suportes, mídias e arquivos (estes a partir da digitalização): o fonógrafo e os cilindros; o gramofone (vitrola, toca-discos) e os discos de vinil; os toca-fitas (também o *walkman*) e as fitas cassete; os tocadores de CD (também o *discman*) e os CD's; os computadores pessoais e os arquivos em MP3; dispositivos móveis e os serviços de *streaming*. Muitas dessas mídias e formatos também sofreram modificações como no caso do disco de vinil (78rpm, 45rpm, 33.1/3 rpm) e da música digital (WAV, MP3, AAC). Essas aprimorações buscaram uma melhor qualidade no som e um barateamento na sua produção na ideia de maior rentabilidade e lucro.

O surgimento do *Compact Disc* (CD), primeiro suporte digital ligado às indústrias de cultura, mais precisamente da música, substituiria diretamente o disco de vinil trazendo um novo formato, o digital. A partir dessa mídia, a possibilidade de transformar as músicas gravadas em arquivos digitais distribuídos pela internet em *softwares* co-

nhecidos como plataformas P2P⁷⁶ ou baixadores, tornou-se popular. Esses programas especializados em compartilhar arquivos (não somente música, mas também vídeos e jogos) foram fundamentais para a demarcação de uma nova geração da internet conhecida como Web 2.0 e caracterizada pela presença de plataformas digitais.

Durante os anos 2000 surgiram plataformas de música que não funcionavam exatamente como um *streaming* de música comercial, mas já apontavam para o desenvolvimento do consumo virtual. As plataformas de música digital podem ser definidas como espaços virtuais ou redes sociais *online*, com o objetivo central de compartilhamento e consumo musical. Uma das primeiras e mais populares plataformas de música durante este período foi o *Last.Fm*, criado em 2002. Outros sites e plataformas relevantes na década foram a rede social *MySpace* (2003), a plataforma de vídeos *Youtube*⁷⁷ (2005), rádios online como o *Kboing* (2005) e plataformas de música como o *Soundcloud* (2007) e *Mixcloud* (2008).

A popularização do arquivo MP3 promoveu uma grande mudança na indústria fonográfica transformando os modos de consumo, produção e distribuição da música gravada. A possibilidade de produção musical amadora por meio de *softwares* específicos e a sua hospedagem em plataformas como o *Soundcloud*, o consumo por

76. P2P (do inglês *peer-to-peer*, que significa par-a-par) é um formato de rede de computadores em que a principal característica é descentralização das funções convencionais de rede, onde o computador de cada usuário conectado acaba por realizar funções de servidor e de cliente ao mesmo tempo. Seu principal objetivo é a transmissão de arquivos e seu surgimento possibilitou o compartilhamento em massa de músicas e filmes. Com a crescente utilização da rede P2P para este fim, cada vez mais surgem programas para este fim, porém nem sempre eles atendem às expectativas do usuário. <https://www.tecmundo.com.br/torrent/192-o-que-e-p2p-.html>. Acesso em 06 de abril de 2018.

77. Inicialmente criada para a produção de vídeos, a plataforma digital *Youtube* se transformou também em um meio de consumo de música. Em um relatório sobre os treze maiores mercados de música no mundo (o Brasil está em décimo), a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) divulgou que com mais de um bilhão de usuários, o *Youtube* é o serviço de consumo de música *online* mais usado no mundo, 82% dos usuários da plataforma usam-na para música, aumentando para 93% entre as idades de 16 a 24 anos. <http://abpd.org.br/2016/09/13/ifpi-publica-pesquisa-sobre-musica-digital-nos-13-maiores-mercados-do-mundo/>. Acesso em 13 de dezembro de 2017.

meio de músicas baixadas em plataformas P2P ou em rádios e plataformas online, e a distribuição por meio do compartilhamento culminaram num novo momento para a indústria da música no campo digital. Estes novos suportes deram alternativas ao consumidor e anunciou uma crise à indústria fonográfica que acusou as plataformas de pirataria digital, também proporcionada com as cópias de CD's feitas por computadores domésticos por meio de *softwares* instalados. A primeira década dos anos 2000 ficou bem caracterizada pelo *download* de música em MP3 e pelas tentativas de rentabilidade das grandes gravadoras (*majors*) nesse novo panorama musical: por *downloads* pagos e com a música pelo celular em forma de *ringtones*.

Os serviços de *streaming* de música comercial e que cobram pela escuta a partir do consumo de dados se tornaram populares no começo dos anos 2010 com o processo de convergência tecnológica mais influente e popular principalmente com a ascensão de dispositivos móveis. O *Rdio* (2011) foi um dos primeiros serviços a chegar ao Brasil, nos anos seguintes plataformas como a *Deezer* (2013), *Spotify*, *Google Play* (2014) e *Apple Music* (2015) chegaram ao país conquistando consumidores. Caracterizando um mercado recente, os serviços de *streaming* apontam uma trajetória nesta nova fase da música digital e surgem como uma tendência pós *download*. Nos últimos cinco anos este mercado tem crescido e atraído mais serviços de música, mesmo apresentando fragilidades como o caso do *Rdio* que não se adequou à concorrência e em 2015 faliu. Neste mesmo ano, a renda da música digital superou a física no Brasil, considerando assim o ano em que o serviço digital, de fato, popularizou-se no país.

Ainda em 2015, a Pró-Música Brasil divulgou em seu relatório que as duas modalidades de *streaming* (assinatura ou publicidade) representaram respectivamente 35,5% e 30,1% do total do faturamento com música digital no Brasil, superando as músicas compradas por celulares ou em sites específicos. No primeiro semestre de 2016, o *streaming* remunerado por assinaturas mensais foi a modalidade que mais influenciou no desempenho do mercado de música, crescendo, no primeiro semestre do mesmo ano, 121% em comparação com o verificado no mesmo período do ano anterior. Tendo esses dados como cruciais para a atenção do *streaming*, podemos perceber a inserção des-

se serviço na cadeia produtiva da economia da música gerando mudanças no consumo e no mercado musical.

O desenvolvimento do *streaming* formou um novo mercado digital. Estes serviços se destacam como novos intermediários da música se utilizando da tecnologia e do *marketing* digital para atraírem consumidores. Os sistemas de recomendação, baseados em algoritmos, são o grande diferencial desses serviços ao lado das listas de música ou *playlists*. Esses sistemas recomendam novos artistas baseados naqueles que já escutamos quando estamos acessando algum serviço. Já as *playlists* costumam reunir músicas sobre um tema específico com produções de vários artistas, um bom exemplo são as *playlists* com os sucessos do momento, sempre bem acessadas.

➤ O MERCADO DO STREAMING DE MÚSICA

Assim como no cinema e nas grandes gravadoras de música, os serviços de *streaming* mais populares parecem formar um oligopólio⁷⁸ centralizando a música digital. *Spotify*, *Deezer*, *Apple Music* e *Google Play Music* são os serviços mais populares neste segmento por algumas razões:

1) os dois primeiros serviços são considerados independentes, *startups* que se desenvolveram e hoje estão espalhadas pelo mundo a partir de investimentos e acordos com outras empresas. O *Spotify*, criado em 2006 na Suécia, é o serviço mais popular no mundo e tem boa parte dos seus rendimentos a partir da publicidade veiculada no modo gratuito. A *Deezer*, empresa francesa criada em 2007, tem, no Brasil, uma parceria com a operadora de telecomunicações TIM. Os outros dois serviços estão ligados a duas grandes empresas mundiais (*Apple* e *Google*, respectivamente) que observaram nesse meio uma tendência a ser investida.

78. O conceito de oligopólio se refere à concentração de poucas empresas sobre um determinado segmento comercial. Neste caso, o *streaming* de música no Brasil é representado pelos serviços citados acima.

2) outro fator para análise é a origem desses serviços, todos são de países desenvolvidos: *Apple Music* e *Google Play Music* são americanos, *Spotify* e *Deezer* europeus. Nos últimos cinco anos, estes serviços decidiram investir no Brasil⁷⁹ por observarem o país como um mercado promissor no consumo de música digital. A *Deezer* e o *Spotify* chegaram primeiro (em 2013 e 2014), logo depois o *Google Play Music* (também em 2014) e a *Apple Music* (2015). Essa disseminação de serviços estrangeiros reflete num domínio no meio digital: se pensarmos os serviços de *streaming* como única forma de consumo de música, criaríamos uma relação de total dependência como nos anos 1990 com os CDs, apesar da pirataria.

3) o alcance desses serviços também é relevante, porém de maneiras diferentes. Dispositivos móveis com o sistema IOS já vem com o *Apple Music* instalado e os com o sistema Android, com o *Google Play Music*. Nos serviços independentes cada um buscou uma maneira de ser relevante. Como já mencionado, o *Spotify* possui a modalidade de escuta sob publicidade que o torna o mais popular atingindo no último ano 100 milhões de usuários. A *Deezer* no Brasil entrou em parceria com a empresa de telecomunicações TIM se nomeando “TIM music by Deezer” e oferecendo aos clientes o serviço de música dentro do pacote telefônico escolhido.

Por serem práticos e oferecerem uma boa quantidade de músicas e listas de reprodução por meio de pacotes mensais de baixo custo sem a necessidade de baixá-las, o consumo de música via *streaming* se consolida e começa a gerar novos hábitos entre os consumidores e novas perspectivas para a economia da música. A ascensão de *smartphones* e o aprimoramento da internet móvel na quarta geração (4G) foram fundamentais para que o consumo em *streaming* se popularizasse. Ao contrário das grandes produtoras de cinema americanas, a formação do oligopólio dos serviços de música por *streaming* é marcada por uma concorrência nítida na qual cada serviço tenta criar um melhor vínculo com seu consumidor. Todos os serviços são parecidos, a diferença está na quantidade de músicas disponíveis e na praticidade.

79. De acordo com o Digital Report 2015, da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), o Brasil é apontado como “um mercado de alto desempenho” – no original, “a top performing market”, figurando na 9ª posição no ranking mundial, com vendas de US\$ 246 milhões em 2014 (IFPI, 2015, p. 27).

Os serviços de *streaming* de música apresentados são exemplos de empresas globais que propiciam a circulação de signos-mercadorias, explicados por Gottschall (2005) como produtos articulados a partir de um planejamento centralizado, da eficiência das mídias e da Indústria Cultural. Ao ser disseminada como uma mercadoria da Indústria Cultural, a música se desenvolve desde o final do século XX a partir do sistema de estrelato. Esse sistema se baseia na transformação de artistas em ídolos da música a partir de uma produção técnica, resultando em um produto físico (vinil ou CD) como artefato simbólico. Com o *streaming* essa lógica muda porque nós não compramos as músicas que ouvimos, e sim as alugamos. Mesmo funcionando como locadoras virtuais de música, o consumo de música como um produto segue a mesma lógica da Indústria Cultural: pela reprodução técnica de produtos culturais, neste caso a música, no qual as vendas são medidas por *streams*.

Os *streams* (número de vezes que cada música é executada nas plataformas) são transformados em audiência, considerada por Bolaño (2000) como uma mercadoria que se desenvolveu juntamente da sociedade do consumo quando o indivíduo começou a consumir produtos culturais ao comando dos “interesses do capital e do Estado, das instituições da ordem econômica e da ordem política. É a produção dessa mercadoria especial que caracteriza a Indústria Cultural e que lhe dá um peso específico na articulação do conjunto do sistema capitalista dos nossos dias” (Bolaño, 2000, p. 215).

No meio digital, a lógica de produção e acumulação capitalista permanecem a mesma e são impulsionadas e transformadas pela internet que criou formas de circulação de dinheiro. Os serviços de *streaming* de música vêm se consolidando como um importante negócio que mantém a estratégia de distribuição simbólica no meio digital gerando níveis de audiência consideráveis e atraindo a atenção de empresas de publicidade e empresários da música. Tal fato se fortalece com as compras e vendas desses serviços e das parcerias feitas com empresas também de abrangência global. Os acordos⁸⁰ feitos entre a plataforma *Deezer* e o serviço de transporte particular *Ca-*

80. <http://adnews.com.br/midia/cabify-fecha-parceria-com-deezer.html> e <http://adnews.com.br/internet/giraffas-anuncia-parceria-com-spotify.html>. Acesso em 15 de janeiro de 2018.

bify, ou então do *Spotify* com a rede de *fast-foods* Giraffas, são dois exemplos de como estes serviços se disseminam e buscam novas formas de rentabilidade com a música em evidência.

Há também as agregadoras, empresas de tecnologia que se comunicam diretamente com os diversos serviços de música digital na internet sem o intermédio das grandes gravadoras. Essas empresas vêm se destacando por trabalharem com artistas de diversos segmentos e são o principal meio de intermediação entre artistas que querem hospedar suas músicas e plataformas digitais. A popularização dessas empresas cria uma tendência na distribuição de música no meio digital ao lado das *majors*, principais fornecedoras de música para os serviços de *streaming*.

O desenvolvimento das agregadoras pode indicar uma tendência para os artistas no meio digital principalmente por serem empresas de fácil intermediação. Ao contrário das *majors* que detém boa parte do que é arrecadado dos serviços de *streaming*, as agregadoras apenas cobram uma taxa para a hospedagem das músicas, válidas geralmente por um ano. Qualquer lucro gerado pelos *streams* vai diretamente para o artista, mesmo que este ainda seja um grande problema do sistema como um todo: o preço pago por um *stream* é muito pouco, menos de 0,05 centavos, e cria baixas expectativas para todos os artistas que tem músicas nos catálogos dos serviços.

➤ CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *streaming* ainda não se caracteriza como a forma de consumo musical do futuro, mas sua influência e disseminação como um modo prático de aquisição sonora e os dados divulgados pela Pró-Música Brasil o consolidam como uma tendência musical que vem transformando a cadeia produtiva de economia da música. A entrada desse fenômeno tecnológico nos processos de produção, distribuição e consumo de música traz, por um lado, novas possibilidades para artistas e consumidores de música e, por outro, fortalece a indústria fonográfica que busca formas de se manter rentável no meio digital.

Na internet, existem diversas formas de artistas autônomos conseguirem espaço e divulgarem seu trabalho sem grandes exigências ou contatos com empresas de grande porte. Muitos artistas usam as redes sociais e outras plataformas para divulgarem músicas e agenda de shows. O interesse principal desses artistas procurarem uma agregadora e estarem num serviço de *streaming* é fazerem parte de um mesmo catálogo que artistas consagrados, integrando-se a um grande sistema de música.

Mesmo com a internet possibilitando alternativas sem a necessidade de mediação das grandes gravadoras, há ainda dentro da cadeia produtiva de música atores com mais poder simbólico e monetário que outros (*majors* X agregadoras), e este fator influencia nos modos de distribuição de música. Este fato é evidenciado nos serviços de *streaming*, ou seja, mudam os suportes, mas a lógica permanece a mesma.

As gravadoras ainda tem papel fundamental na cadeia produtiva de música, pois estão relacionadas com as carreiras de artistas internacionais e nacionais, geralmente os mais consumidos nas plataformas, e com as transformações da indústria fonográfica no meio digital buscando alternativas como modificações em contratos e o investimento em apresentações ao vivo. Caso estes artistas comecem a trabalhar com agregadoras, as *majors* podem se tornar coadjuvantes dos processos de produção e distribuição. Por outro lado, as gravadoras podem entrar em acordos com as agregadoras ou até comprar essas empresas, o que inverteria a situação. Ambas as situações são hipotéticas e geram questionamentos para a música digitalizada.



REFERÊNCIAS

BOLAÑO, César. **Indústria cultural: informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

_____. (Org). **Economia Política da Internet**. 1ª Ed. São Cristóvão, Editora UFS, 2007.

_____. **Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação**. Aracaju: Editora do Diário Oficial de Sergipe - Edise, 2015.

BUSTAMANTE, E. A digitalização integral das indústrias cultuculturais. **Revista Observatório Itaú Cultural**. São Paulo: Itaú Cultural, n. 09, p. 71-85, 2010.

DE MARCHI, L. **Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil 1999-2009**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). ECO-UFRJ, Rio de Janeiro, 2011.

FRITH, S. The popular music industry. In: FRITH, S.; STRAW, W; STREET, J. (ed.). **The Cambridge companion to pop and rock**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

GOTTSCHALL, Carlota de Sousa. Mercado mundial. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Cultura e atualidade**. EDUFBA, 2005.

HERSCHMANN, Micael. A indústria da música como laboratório. **Revista Observatório Itaú Cultural/OIC**, n. 9, p. 27, 2010.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (IFPI). 2015. **Digital music report 2015**. Londres, 4IFPI, 4 p.

PEREZ, C. **“Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto”**. In: OMINAMI, C. (Ed.). La tercera revolución industrial. Buenos Aires, 1986, pp. 43-89.

PRESTES FILHO, Luís C. (coord.). **Cadeia produtiva da economia da música**. Rio de Janeiro: Instituto Gênese/PUC-RJ, 2005.

SANTOS, Verlane. **A firma-rede e as novas configurações do trabalho nas telecomunicações brasileiras**. Aracaju: Editora UFS, 2008.

SANTOS, Verlane. Economia política da música e trabalho cultural - contribuições de trabalhos exploratórios. In: BOLAÑO, César (org) **Cultura e desenvolvimento: reflexões à luz de Furtado**. Salvador: EDUFBA, 2015

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982. 169 p.

