

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ISSN 1807-3026

AÑO XXIII

NÚMERO 45

ENERO / ABRIL 2024

DOSSIÊ TEMÁTICO

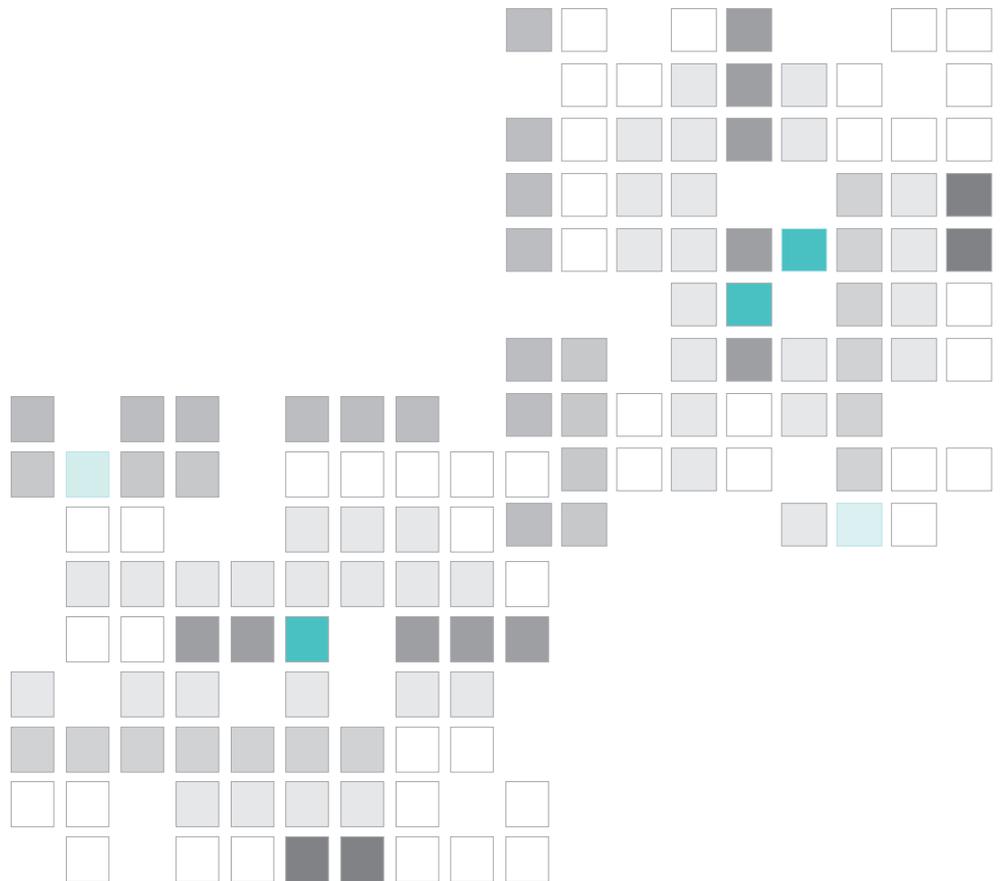
Interfaces midiáticas,
socioculturais e estéticas
entre Ásia e América Latina

DOSSIER TEMÁTICO

Interfaces mediáticas,
socioculturales y estéticas
entre Asia y América Latina

ALAIC

ALAIC



ALAIC - ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN

CUERPO DIRECTIVO (2022 – 2026)

Presidente: Fernando Oliveira Paulino (Brasil)

Vice-presidenta: Daniela Monje (Argentina)

Director Científico: Tanius Karam (México)

Directora Administrativa: María Cristina Gobbi (Brasil)

Directora de Comunicaciones: Sandra Liliana Osses Rivera (Colombia)

Director de Relaciones Internacionales: Eduardo Villanueva (Perú)

Consejo fiscal: Rigliana Portugal (Bolivia), Ruy Sardinha Lopes (Brasil) y Beatriz Marín Ochoa (Colombia)

Consejo consultivo: Erick Torrico Villanueva (Bolivia), César Bolaño (Brasil), Délia Crovi Druetta (México), Gustavo Cimadevilla (Argentina), Gabriel Kaplún (Uruguay), Andrés Cañizales (Venezuela), Eliseo Colón (Porto Rico)

GRUPOS DE TRABAJO

- **GT1 - Comunicación Intercultural y Folkcomunicación | Comunicação Intercultural e Folkcomunicação**
Coordinador: Marcelo Sabbatini (Brasil)
Vicecoordinadores: Marta Meleán (Argentina), Cristian Yáñez Aguilar (Chile)
- **GT2 - Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas | Comunicação Organizacional e Relações Públicas**
Coordinadora: Rebeca Arévalo (México)
Vicecoordinadora: María Aparecida Ferrari (Brasil)
- **GT3 - Comunicación Política y Medios | Comunicação Política e Mídia**
Coordinador: Roberto Gondo Macedo (Brasil)
Vicecoordinadores: Patricia Torreblanca (México), James Dettleff (Perú)
- **GT4 - Comunicación y Educación | Comunicação e Educação**
Coordinadora: Paula Morabes Ochoa (Argentina)
Vicecoordinadoras: Beatriz Marín (Colombia), Gladys Ortiz Henderson (México)
- **GT5 - Comunicación y Salud | Comunicação e Saúde**
Coordinadora: Mónica Petracci (Argentina)
Vicecoordinadoras: Mariella Silva de Oliveira-Costa (Brasil), Janet García (México)
- **GT6 - Economía Política de las Comunicaciones | Economia Política das Comunicações**
Coordinador: Anderson David Gomes dos Santos (Brasil)
Vicecoordinadora: Daniela Inés Monje (Argentina)
- **GT7 - Estudios de Recepción | Estudos de Recepção**
Coordinadora: Jiani Bonin (Brasil)
Vicecoordinadoras: Tania Lucía Cobos (Colombia), Elia Cornelio Marin (México)
- **GT8 - Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía | Comunicação Popular, Comunitária e Cidadania**
Coordinadora: Sandra Meléndez-Labrador (Colombia)
Vicecoordinadora: Martín Martínez Puga (Uruguay), Ismar Capistrano Costa Filho (Brasil)
- **GT9 - Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación | Teoria e Metodologia da Pesquisa em Comunicação**
Coordinadora: Eva Da Porta (Argentina)
Vicecoordinadores: Marta Rizo (México), Vilso Junior Santi (Brasil)
- **GT10 - Comunicación, Tecnología y Desarrollo | Comunicação, Tecnologia e Desenvolvimento**
Coordinadora: Claudia Pilar Garcia-Corredor (Colombia)
Vicecoordinadoras: Mónica Franchi Carniello (Brasil), Ana Isabel Zermeño Flores (México)

- **GT11 - Comunicación y Estudios Socioculturales | Comunicação e Estudos Socioculturais**
Coordinadora: María Isabel Noreña (Colômbia)
Vicecoordinadora: Lía Gómez (Argentina)

- **GT12 - Comunicación para el Cambio Social | Comunicação para Mudança Social**
Coordinador: Jair Vega (Colombia)
Vicecoordinadoras: Claudia Magallanes (México), Cecilia Ceraso (Argentina)

- **GT13 - Comunicación Publicitaria | Comunicação Publicitária**
Coordinador: Eder Salamanca (México)
Vicecoordinadores: Fabio Andrés Ribero Salazar (Colômbia), Paula Renata de Jesús (Brasil)

- **GT14 - Discurso y Comunicación | Discurso e Comunicação**
Coordinador: Fernando Andacht (Uruguai)
Vicecoordinadores: Carlos Sabino Caldas (Brasil), Silvia Alvarez Curbelo (Porto Rico)

- **GT15 - Comunicación y Ciudad | Comunicação e Cidade**
Coordinadora: Ximena Poo (Chile)
Vicecoordinadores: Mayda Burjel Verstraete (Uruguai), Juan David Zapata (Colômbia)

- **GT16 - Estudios de Periodismo | Estudos sobre Jornalismo**
Coordinadora: Marli dos Santos (Brasil)
Vicecoordinadoras: Cristina Musse (Brasil), Elvira Hernández (México)

- **GT17 - Comunicación e Historia | História da Comunicação**
Coordinadora: Celia del Palacio (México)
Vicecoordinadores: Julio Eduardo Benavides Campos (Colômbia), Ernane Correa Rabelo (Brasil)

- **GT18 - Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación | Ética, Liberdade de Expressão e Direito à Comunicação**
Coordinadora: Adriana Omena (Brasil)
Vicecoordinadora: Laura Martínez Aguila (México)

- **GT19 - Comunicación Digital, Redes y Procesos | Comunicação Digital, Redes e Processos**
Coordinador: Jorge Alberto Hidalgo Toledo (México)
Vicecoordinadores: Magda Rodrigues da Cunha (Brasil), Luis Cárcamo Ullóa (Chile)

- **GT20 - Comunicación Género y Diversidad sexual | Comunicação Gênero e diversidade sexual**
Coordinadora: Yanet Martínez Toledo (Costa Rica)
Vicecoordinadoras: Carolina Justo von Lurzer (Argentina), Claudia Ivette Pedraza Bucio (México)

- **GT21 - Comunicación y trabajo | Comunicação e Trabalho**
Coordinadora: Roseli Figaro (Brasil)
Vicecoordinadores: Teresita Vargas (Argentina), José M. Pereira (Colômbia), Gabriel Kaplún (Uruguai)

- **GT22 - Estudios de Televisión y Streaming | Estudos de televisão e streaming**
Coordinadora: Maria Cristina Palma Munglioli (Brasil)
Vicecoordinadores: Rosario Sánchez Vilela (Uruguai), Giuliana Cassano (Peru)

- **GT23 - Comunicación y Decolonialidad | Comunicação e Decolonialidade**
Coordinadora: Alejandra Cebrelli (Argentina)
Vicecoordinadores: Verónica Maria Alves Lima (Brasil), Hugo Ernesto Hernández Carrasco (México)

REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
AÑO XXIII • Nº 45 • ENERO A ABRIL 2024 • ISSN 1807- 3026

A REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN É PUBLICADA PELA ALAIC - ASSOCIAÇÃO LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN (ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO). É UMA REVISTA CIENTÍFICA SEMESTRAL DE ÂMBITO INTERNACIONAL, CUJO PRINCIPAL OBJETIVO É PROMOVER A DIFUSÃO, A DEMOCRATIZAÇÃO E O FORTALECIMENTO DA ESCOLA LATINO-AMERICANA DE PENSAMENTO COMUNICACIONAL. TAMBÉM VISA AMPLIAR O DIÁLOGO COM A COMUNIDADE ACADÊMICA MUNDIAL E CONTRIBUIR PARA O DESENVOLVIMENTO INTEGRAL DA SOCIEDADE NO CONTINENTE.

LA REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ES EDITADA POR LA ALAIC - ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN. SE TRATA DE UN PERIÓDICO CIENTÍFICO SEMESTRAL, DE ALCANCE INTERNACIONAL, QUE TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL PROMOVER LA DIFUSIÓN, DEMOCRATIZACIÓN Y EL FORTALECIMIENTO DE LA ESCUELA DEL PENSAMIENTO COMUNICACIONAL LATINOAMERICANO. VISA, TAMBIÉN, AMPLIAR EL DIÁLOGO CON LA COMUNIDAD ACADÉMICA MUNDIAL Y CONTRIBUIR PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA SOCIEDAD EN EL CONTINENTE.

EDITORA: MARGARIDA M. KROHLING KUNSCH, UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (BRASIL).

EDITORES ADJUNTOS: ANDERSON LOPES DA SILVA, UNIVERSIDADE DE CHULALONGKORN (TAILÂNDIA), DANIEL BADENES, UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES (ARGENTINA), MARÍA CRISTINA GOBBI, UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO (BRASIL), MARIA CRISTINA PALMA MUNGUOLI, UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (BRASIL), RUY SARDINHA LOPES, UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (BRASIL)

COMISSÃO EDITORIAL E EXECUTIVA / COMITÉ EDITORIAL E EJECUTIVO: JORGE VILLENA MEDRANO BRASIL, UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO, (BRASIL), LIZBETH C. KANYAT AJEDA DE NOVAES, CENTRO UNIVERSITÁRIO ADVENTISTA DE SÃO PAULO, (BRASIL)

MARCO TÚLIO FLORES MAYORGA, UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, (MÉXICO)

COORDINADORES DEL DOSSIER TEMÁTICO: NAIR PRATA (BRASIL), NÉLIA DEL BIANCO (BRASIL), GRACIELA MARTÍNEZ (MÉXICO), AGUSTÍN ESPADA (ARGENTINA)

CONSELHO CIENTÍFICO INTERNACIONAL / CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL:

César Ricardo Siqueira Bolaño – Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Delia Covi Druetta – Universidad Autónoma do México, México

Erick Torrico – Universidad Andina Simón Bolívar, Bolívia

Enrique Sanchez Ruiz – Universidad Guadalajara, México

Gabriel Kaplún – Universidad de la Republica, Uruguay

Gustavo Cimadevilla – Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina

Luis Alberto Peirano Falconi – Pontificia Universidad Católica del Perú, Peru

CONSELHO EDITORIAL / CONSEJO EDITORIAL

Adriana Cristina Omena dos Santos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil	Fernando Oliveira Paulino, Universidade de Brasília, Brasil
Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil	Francisco Sierra Caballero, Universidade de Sevilha, Espanha
Alfredo Alfonso, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina	François Jost, Université Sorbonne Nouvelle, Francia
Angela Freire Prysthon, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil	Gisela Grangeiro da Silva Castro, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil
Antonio Carlos Hohlfeldt, Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil	Giuliana Cassano Iturri, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú
Antonio Castillo Esparcia, Universidad de Málaga, Espanha	Glória Dávila Cobo, CIESPAL, Ecuador
Antonio Fausto Neto, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil	Guillermo Orozco Gómez, Universidad de Guadalajara, México
Arlindo Rebechi Junior, Universidade Estadual Paulista, Brasil	Helena Sousa, Universidade do Minho, Portugal
Armand Mattelart, Universidade Paris VIII, Francia	Inesita Soares de Araújo, Fundação Oswaldo Cruz, Brasil
Bernard Miège, Université Stendhal Grenoble III, Francia	Jerónimo Repoll, Universidad Autónoma Metropolitana, México
Carla Giuliana Colona, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú	Joaquim Mateus Paulo Serra, Universidade da Beira Interior, Portugal
Carlos Arcila Calderón, Universidad de Salamanca, Espanha	John Downing, Southern Illinois University, Estados Unidos da América
Carlos Arroyo Gonçalves, Universidade Católica Boliviana, Bolívia	Jorge Gonzalez, Universidad Autónoma de México, México
Carlos del Valle, Universidad de la Frontera, Chile	Juan Piñon, New York University, Estados Unidos da América
Cicilia Maria Krohling Peruzzo, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil	Juremir Machado da Silva, Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Denis Porto Renó, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil	Laan Mendes de Barros, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil
Eduardo Gutiérrez, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia	Lorena Antezana, Universidad de Chile, Chile
Eduardo Villanueva, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú	Lucía Castellón Aguayo, Agencia Acreditadora Chile, Chile
Eliseo Colón, Universidad de Puerto Rico, Porto Rico	Luciana Panke, Universidade Federal do Paraná, Brasil
Eloína Castro, Universidad Autónoma de Puebla, México	Luis Mauro Sá Martino, Faculdade Cásper Líbero, Brasil
Eneus Trindade Barreto Filho, Universidade de São Paulo, Brasil	Manuel Chaparro Escudero, Universidad de La Rioja, Espanha
Eva da Porta, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina	Marcelo Guardia Crespo, Universidad Católica Boliviana San Pablo Cochabamba, Bolívia
Federico Subervi, University of Texas at Austin, Estados Unidos da América	

Margarita Ledo Andión, Universidad de Santiago de Compostela, España
Maria Aparecida Ferrari, Universidade de São Paulo, Brasil
Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Universidade de São Paulo, Brasil
Maria Isabel Ribeiro Ferin Cunha, Universidade de Coimbra, Portugal
Marialva Carlos Barbosa, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Marta Rizo García, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México
Miquel de Moragas, Universidade Autònoma de Barcelona, España
Mirna Tonus, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Moisés de Lemos Martins, Universidade do Minho, Portugal
Monica Carniello, Universidade de Taubaté, Brasil
Mozahir Salomão Bruck, Pontificia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil
Muniz Sodre de Araujo Cabral, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Nancy Díaz Larrañaga, Universidad Nacional de La Plata, Argentina
Paula Morabes, Universidad Nacional de La Plata, Argentina
Pedro Gilberto Gomes, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Raúl Fuentes Navarro, Universidad de Guadalajara, México
Rebeca Padilla, Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, México
Rosario Sánchez Vilela, Universidad Católica, Uruguay
Silvia Alvarez Curbelo, University of Puerto Rico, Porto Rico
Silvio Waisbord, George Washington University, Estados Unidos da América
Sonia Virgínia Moreira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Tanius Karam, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México
Thaiane Moreira de Oliveira, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Thomas Tufte, Loughborough University, Inglaterra
Washington Uranga, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Sistema de evaluación de los artículos enviados:

El comité editorial y ejecutivo promueve convocatorias de artículos para cada número de la revista y las contribuciones recibidas participan en un adecuado proceso de evaluación. En primer lugar, los editores y el comité editorial verifican que los textos cumplan con los criterios formales, de acuerdo con las reglas de la revista. Una vez aprobados en esta primera etapa, los trabajos, sin identificación de autoría, son evaluados por al menos dos revisores del Comité Editorial y / o revisores ad hoc.

REVISÃO / REVISIÓN:

Anderson Lopes da Silva | Inglês, Universidade de Chulalongkorn, Tailândia
Flávia Suzue | Português, Universidade de São Paulo, Brasil
Marco Antonio Bonito | Português, Universidade Federal do Pampa, Brasil
Rafael Foletto | Português, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
Jorge Villena Medrano | Espanhol, Universidade Federal do Espírito Santo UFES, Brasil
Marco Túlio Flores Mayorga | Espanhol
Lizbeth C. Kanyat Ajeda de Novaes | Espanhol, Centro Universitário Adventista de São Paulo, Brasil

Diseño Gráfico:

Fernanda Leonardo

Editorialización Electrónica:

Cristiano Freitas

Secretaria:

Anne Vitória Gomes, GESTCORP ECA USP, Brasil.

DIREÇÃO / DIRECCIÓN:

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación
ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
Avenida Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, Cidade Universitária / Butantã - São Paulo – SP – Brasil – CEP 05508-900 Tel./Fax: (55-11) 3091-2949
Correo electrónico: revistaalaic@usp.br Home page: www.alaic.org /revistaalaic

ISSN online: 2238-1694.

INDEXAÇÃO / INDEXACIÓN

REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ES INDEXADA EN:

- DOAJ – DIRECTORY OF OPEN ACCESS JOURNALS.
- LATINDEX – SISTEMA REGIONAL DE INFORMACIÓN EN LÍNEA PARA REVISTAS CIENTÍFICAS DE AMÉRICA LATINA, EL CARIBE, ESPAÑA Y PORTUGAL .
- PORTAL DE LA COMUNICACIÓN
- REVISCOM – REDE CONFIBERCOM DE REVISTAS DE COMUNICAÇÃO, DA CONFEDERAÇÃO IBERO-AMERICANA DAS ASSOCIAÇÕES CIENTÍFICAS E ACADÊMICAS DE COMUNICAÇÃO (CONFIBERCOM).
- QUALIS-CAPES – COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL E NÍVEL SUPERIOR.



Ficha catalográfica elaborada por el
Serviço de Biblioteca e Documentação - ECA/USP

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación / / [publicação da
Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación].

— Ano 23, n. 45 (janeiro/abril 2024). — São Paulo: ALAIC, 2024 - 191 p.

Quadrimestral

ISSN 1807-3026 | ISSN online: 2238-1694.

1. Comunicação 2. Comunicação - América Latina 3. Comunicação - Pesquisa
4. Meios de comunicação - América Latina I. Asociación Latinoamericana de
Investigadores de la Comunicación.

CDD - 24 ed. - 302.2 302.209

EDITORIAL

ÁSIA E AMÉRICA LATINA EM DIÁLOGO: ENTRECruzAMENTOS E DESAFIOS
INVESTIGATIVOS 9

Ruy Sardinha Lopes, Maria Cristina Gobbi

ASIA Y AMÉRICA LATINA EN DIÁLOGO: INTERSECCIONES Y DESAFÍOS
INVESTIGATIVOS 12

Ruy Sardinha Lopes, Maria Cristina Gobbi

APRESENTAÇÃO DO DOSSIÊ TEMÁTICO/ PRESENTACIÓN DEL DOSSIER TEMÁTICO

AMÉRICA LATINA E ÁSIA: DIÁLOGOS CONTEMPORÂNEOS 16

Anderson Lopes da Silva, Pasuree Luesakul, Laura Rabelo Erber, Pedro Rabelo Erber, Maria
Cristina Palma Mungioi

AMÉRICA LATINA Y ASIA: DIÁLOGOS CONTEMPORÂNEOS 21

Anderson Lopes da Silva, Pasuree Luesakul, Laura Rabelo Erber, Pedro Rabelo Erber, Maria
Cristina Palma Mungioi

DOSSIÊ/DOSSIER

CHINESE SOAP OPERAS IN THE REFORM ERA
NOVELAS CHINESAS NA ERA DAS REFORMAS 25

Cecília Mello

REFLEXÕES SOBRE INICIATIVAS NO SUL GLOBAL, VIA CHINA
E AMÉRICA LATINA, NO SETOR DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS
E COOPERAÇÃO COMUNICACIONAL
*REFLECTIONS ON INITIATIVES IN THE GLOBAL SOUTH, VIA CHINA
AND LATIN AMERICA, IN THE CULTURAL INDUSTRIES SECTOR AND
COMMUNICATION COOPERATION* 36

César Bolaño, Fernando Oliveira Paulino, Deqiang Ji

CHICHÍ PADRON: UN ESTUDIO DE RECEPCIÓN
DE LA SERIE SURCOREANA *SQUID GAME* EN CUBA
*CHICHÍ PADRON: A RECEPTION STUDY OF THE SOUTH
KOREAN SERIES SQUID GAME IN CUBA* 47

Tiago Quiroga Fausto Neto, Yanet Castellanos Argüelles

FÃS BRASILEIROS DE DORAMAS SUL-COREANOS E K-DRAMALAND:
DISTIÑÇÕES CULTURAIS, ALTERIDADE E IDENTIDADES
*BRAZILIAN FANS OF K-DRAMAS AND K-DRAMALAND: CULTURAL
DISTINCTIONS, OTHERNESS AND IDENTITIES* 58

Lígia Prezia Lemos, Mariana Marques de Lima

PRODUÇÃO DE SENTIDOS A PARTIR DA MEDIAÇÃO TELEVISIVA
BRASILEIRA: JAPÃO E BRASIL
*PRODUCTION OF SENSES FROM BRAZILIAN TELEVISION MEDIATION:
JAPAN AND BRAZIL* 72

Helen Emy Nochi Suzuki

A INDÚSTRIA CULTURAL SUL-COREANA E A CONSTRUÇÃO DO NATION
BRANDING: UMA ANÁLISE DA KOFICE ENQUANTO INSTRUMENTO DE
SUPORTE À HALLYU
*THE SOUTH KOREAN CULTURAL INDUSTRY AND THE
CONSTRUCTION OF NATION BRANDING: AN ANALYSIS OF KOFICE
AS A TOOL TO SUPPORT HALLYU* 84

Izabela Domingues, Noemi Fragoso

A PESQUISA BRASILEIRA SOBRE O LESTE ASIÁTICO: UM PANORAMA
INTRODUTÓRIO DA ÁREA DA COMUNICAÇÃO
*BRAZILIAN RESEARCH ON EAST ASIA: AN INTRODUCTORY OVERVIEW
WITHIN THE FIELD OF COMMUNICATION* 97

Mayara Araujo, Aline Mendes

ENTREVISTA

AMÉRICA LATINA DESDE ASIA Y ASIA DESDE AMÉRICA LATINA: EL SUR GLOBAL
EN UNA CONVERSACIÓN CON EL DR. FERNANDO PEDROSA..... 114

Pasuree Luesakul

ARTIGOS LIVRES/ARTÍCULOS LIBRES

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO ENSINO DO JORNALISMO: CAMINHOS
PERCORRIDOS POR CIENTISTAS BRASILEIROS

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM EDUCATION: PATHS

TAKEN BY BRAZILIAN SCIENTISTS 121

Fabia Cristiane Ioscote, Claudia Irene de Quadros, Manoella Fortes Fiebig, Cleide Luciane Antoniutti

CÓMO INFORMARON LOS MEDIOS COLOMBIANOS SOBRE LA COVID-19:

UNA MIRADA DESDE LAS AUDIENCIAS

HOW COLOMBIAN MEDIA REPORTED ON COVID-19:

A VIEW FROM THE AUDIENCES 139

Tania Lucía Cobos

RELIGIÃO E POLÍTICA NO CONTEXTO LATINO-AMERICANO: A IMAGEM DO
CANDIDATO EVANGÉLICO A PARTIR DA SÉRIE EL REINO (2021)

RELIGION AND POLITICS IN THE LATIN AMERICAN CONTEXT:

THE IMAGE OF THE EVANGELICAL CANDIDATE ACCORDING TO

THE SERIES EL REINO (2021)..... 152

Marcela Barba, Pedro Borges, Aline Vaz

ESTUDO/ESTUDIO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INTEGRAÇÃO DA AMÉRICA
LATINA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (PROLAM):

HISTÓRICO, DESENVOLVIMENTO E PERSPECTIVAS

POSTGRADUATE PROGRAMME IN LATIN AMERICAN INTEGRATION

AT THE UNIVERSITY OF SÃO PAULO (PROLAM): HISTORY, DEVELOPMENT

AND PROSPECTS..... 167

Maria Cristina Cacciamali, Lisbeth Ruth Rebollo Gonçalves, Júlio César Suzuki, Marilene Proença
Rebello de Souza

RESENHAS/RESEÑAS

TRAVESSIAS TRANSPACÍFICAS: REFLEXÕES SOBRE AS CONEXÕES
ENTRE ÁSIA E AMÉRICA LATINA NO CONTEXTO DECOLONIAL

TRANSPACIFIC CROSSINGS: REFLECTIONS ON THE CONNECTIONS

BETWEEN ASIA AND LATIN AMERICA IN THE DECOLONIAL CONTEXT 179

Anderson Lopes da Silva

UM MANIFESTO URGENTE DE JONATHAN CRARY SOBRE
A SOCIEDADE DIGITAL CONTEMPORÂNEA

AN URGENT MANIFESTO BY JONATHAN CRARY

ON CONTEMPORARY DIGITAL SOCIETY 185

Érika de Moraes

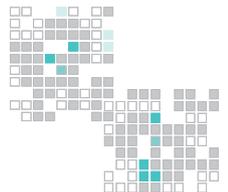
Ásia e América Latina em diálogo: entrecruzamentos e desafios investigativos

Se longevas e consolidadas são as relações econômicas e culturais entre a América Latina e Ásia, o mesmo não se pode afirmar dos estudos comparativos e interdisciplinares, em especial aqueles voltados para as **interfaces midiáticas, socioculturais e estéticas** entre as duas regiões, tema do presente dossiê coordenado por Anderson Lopes da Silva (Tailândia), Maria Cristina Palma Mungioli (Brasil), Pasuree Luesakul (Tailândia), Laura Rabelo Erber (Países Baixos), Pedro Rabelo Erber (Japón). Ainda que esforços menos ou mais recentes como a criação do *Grupo de estudos Ásia e América Latina* e da *Revista Ásia e América Latina* juntos à Universidade de Buenos Aires (cujo idealizador, professor Fernando Pedrosa, é o entrevistado do presente número), o crescimento de pesquisas sobre o Leste Asiático sediadas em universidades brasileiras (como aponta o estudo de Mayara Araujo e Aline Mendes para esse dossiê) ou a publicação de livros como *China-América Latina: cómo ir más allá del 2020?* (2012) e *Latin America, and the Decolonization of Transpacific Studies* (2022), este último aqui resenhado por Anderson Lopes, indiquem um caminho a ser trilhado, o desafio é grande. Quer no que se refere à fuga do exotismo a partir do qual tais culturas e conhecimentos são tratados, quer no reconhecimento da diversidade sociocultural e histórica dos países que compõem esses dois “conceitos” (Ásia e América Latina), quer na necessidade de se repensar instrumentos analíticos e metodológicos que possam emergir a partir de tais enfoques.

Enfrentá-lo é urgente e cada vez mais necessário. Como afirma Reyes Matta et al, citado em artigo de Bolaño, Paulino e Deqiang Ji para esse dossiê

A abertura e a inclusão caracterizam as civilizações chinesa e latino-americana, que no intercâmbio recíproco podem compensar os pontos débeis de uma com os pontos fortes da outra e progredir conjuntamente. Quanto maior profundidade adquirir nosso intercâmbio cultural-humano, em maiores consensos chegarão nossos povos e sua amizade se transmitirá de geração em geração. Nos incumbe desenvolver ativamente o diálogo entre as civilizações, ampliar a cooperação em educação, cultura, imprensa e esportes e promover o respeito mútuo e a convivência harmoniosa entre as diferentes etnias, credos religiosos e culturas (REYES MATTA et al, 2012, p. 193).

Assim, ainda que os artigos reunidos no dossiê se concentrem nos estudos das interfaces midiáticas de apenas três países asiáticos, Japão, Coreia e China, as diversidades temática e metodológica – dos estudos culturais aos estudos da recepção, da formação de identidades e produção de sentidos às complexidades geopolíticas decorrentes de regimes políticos e econômicos



distintos – apontam para um verdadeiro programa de pesquisa a ser percorrido pela consolidação e incremento de redes de pesquisa interdisciplinares e multinacionais.

De forma complementar a esse conjunto de reflexões, a **Seção Entrevista** traz o depoimento do reconhecido historiador e politólogo da Universidade de Buenos Aires, Dr. Fernando Pedrosa. Pedrosa, diretor do Grupo de Estudos da Ásia e América Latina (GESAAL) e da Revista Asia América Latina, editada pelo Editorial da Universidade de Buenos Aires, vem há alguns anos reivindicando um tratamento de maior magnitude das questões asiáticas pelo mundo acadêmico latino-americano. A exemplo do que vem ocorrendo com a Coreia e sua política de *soft power*, ainda falta, segundo o entrevistado, mais informação, conhecimento mútuo e responsabilidade histórica.

A presente edição publica, ainda, na **seção Artigos Livres** as reflexões de Fabiana Ioscote, Claudia de Quadros, Manoella Fiebige e Cleide Antonium sobre um tema cada mais vez mais presente em nossas práticas cotidianas e formação acadêmica: a Inteligência Artificial. No artigo *A inteligência artificial no ensino do jornalismo: caminhos percorridos por cientistas* a inserção da Inteligência artificial como conteúdo de ensino dos cursos de jornalismo é analisada por meio de entrevistas a 3 docentes-pesquisadores brasileiros: Walter Teixeira Lima Junior (UNIFESP/UFPA), Marcio Carneiro dos Santos (UFMA) e Kérley Winques (IELUSC). Como critério de seleção dos docentes, os autores do artigo percorreram as publicações em anais de congressos e revistas científicas. Entre as contribuições trazidas pelos professores entrevistados destacam-se a compreensão a emergência de um novo contexto, a convergência tecnológica e a plataformização do trabalho dos jornalistas demandam um novo perfil profissional, não apenas focado no letramento digital, mas, sobretudo, reflexivo e consciente das questões éticas que o uso da Inteligência Artificial acarreta. O artigo aponta a necessidade de um ensino mais “flexível” e interdisciplinar, formando, desta forma, um profissional mais responsivo às instabilidades do mundo do trabalho. Uma questão que permanece é, entretanto, o fato dessas tecnologias serem apropriadas, na maior parte das vezes, por relações de trabalho assimétricas e poupadoras de trabalho.

Já no artigo *Religião e política no contexto latino-americano: a imagem do candidato evangélico a partir da série El Reino (2021)* os autores, Marcela Barba, Pedro Borges e Aline Vazse debruçam sobre a produção audiovisual disponibilizada em plataformas de streaming, no caso a série argentina *El Reino*, para investigar as relações entre o universo religioso evangélico e o cenário social e político da Argentina. Em uma narrativa que mescla ficção e realidade a partir dos eixos – política, dinheiro e moralidade – os autores se defrontam com o importante fenômeno social de crescimento da religião pentecostal na região, bem como - ainda que como cenário - a construção das pautas mais conservadoras.

Encerrando a seção Tania Cobos avalia o tratamento jornalístico e linhas editoriais dos periódicos colombianos durante os primeiros meses da pandemia do COVID-19, em 2020. De acordo com a autora, com base nas entrevistas ao público consumidor realizadas, houve um tratamento “sensacionalista” e de ratificação do discurso governamental, em especial se comparado à cobertura da mídia internacional. Outra conclusão a ser destacada foi a percepção de que a sobre-exposição de notícias sobre o evento afetou a saúde mental de algumas pessoas, levando à diminuição, ou mesmo cancelamento, do consumo noticioso.

Para a seção **Estudos** a Revista conta com o relato de Maria Cacciamali, Lisbeth Rebollo, Júlio Suzuki, Marilene Rebello sobre o PROLAM- USP. Surgido em 1988 no contexto de um projeto político de integração da América Latina, o Programa de Pós-graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (PROLAM-USP) tem demonstrado constituir-se um dos principais centros

de reflexão e instrumento de integração continental. Atestam sua excelência não apenas a expressiva quantidade de professores, pesquisadores e estudantes de diferentes países da América Latina, Caribe e Europa que passam pelo programa, bem como suas publicações, cursos, seminários e inúmeras outras atividades ali realizadas. Atento às dinâmicas contemporâneas e demandas estratégicas da região o PROLAM também se volta para as políticas de inovação e desenvolvimento, participando da criação do Centro Internacional de Inovação e Desenvolvimento de Cidades MIL (metodologia da UNESCO), sediado no Instituto de Estudos Avançados da USP.

Encerra a edição as resenhas de Anderson Lopes sobre a antologia organizada por Chiara Olivieri e Jordi Serrano-Muñoz, *East Asia, LatinAmerica, and the Decolonization of Transpacific Studies*, complementando e ampliando – a partir da perspectiva do transpacífico e decolonial – as discussões travadas no dossiê temático e a resenha de Erica de Moraes sobre o livro de Jonathan Crary, *Terra arrasada - Além da era digital, rumo a um mundo pós-capitalista*. Como podemos observar já na provocação que dá título à obra, o autor dá prosseguimento à sua investigação sobre os modos pelos quais o capitalismo contemporâneo se apodera do vivido, questionando, entretanto, a suposta inevitabilidade da supremacia digital. Acionando, dessa forma, o pensamento utópico como uma espécie de antídoto, ou força transformadora, de uma realidade que se faz cada vez mais “avalassadora”, Crary conclama os sobreviventes a assenhorem-se de sua própria existência, a instituírem comunidades e formações aptas à autogovernança igualitária, sem as quais “o pós-capitalismo será um novo campo de barbarismos, despotismos regionais e coisas ainda piores, no qual a escassez assumirá formas inimagináveis de selvageria.”. Resta, aponta Erica de Moraes, a questão sobre a suficiência, ou não, da ruptura sistêmica para “transformar o mundo em algo coletivamente mais digno”?

Aos autores, organizadores e colaboradores dessa edição nossos agradecimentos e a todos uma boa leitura.

Ruy Sardinha Lopes
Maria Cristina Gobbi

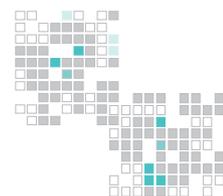
Asia y América Latina en diálogo: intersecciones y desafíos investigativos

Si las relaciones económicas y culturales entre América Latina y Asia son duraderas y consolidadas, no se puede decir lo mismo de los estudios comparativos e interdisciplinarios, especialmente aquellos centrados en **interfaces mediáticas, socioculturales y estéticas** entre las dos regiones, el tema de este monográfico coordinado por Anderson Lopes da Silva (Tailandia), Maria Cristina Palma Mungoli (Brasil), Pasuree Luesakul (Tailandia), Laura Rabelo Erber (Países Bajos), Pedro Rabelo Erber (Japón). Apesar de esfuerzos menos o más recientes, como la creación de *Grupo de Estudio de Asia y América Latina* es si *Revista Asia y América Latina* junto con la Universidad de Buenos Aires (cuyo creador, el profesor Fernando Pedrosa, es el entrevistado en este número), el crecimiento de las investigaciones sobre Asia Oriental con sede en universidades brasileñas (como señala para este dossier el estudio de Mayara Araujo y Aline Mendes) o la publicación de libros como *China-América Latina: cómo ir más allá del 2020?* (2012) y *América Latina y la descolonización de los estudios transpacíficos* (2022), este último revisado aquí por Anderson Lopes, indican un camino a seguir, el desafío es grande. Ya sea en términos de huir del exotismo desde el que se tratan tales culturas y conocimientos, ya sea en el reconocimiento de la diversidad sociocultural e histórica de los países que conforman estos dos “conceptos” (Asia y América Latina), o en la necesidad de repensar instrumentos analíticos y metodológicos que puedan surgir de tales enfoques.

Enfrentarlo es urgente y cada vez más necesario. Esta perspectiva es corroborada por Reyes Matta *et al*, citado en un artículo de Bolaño, Paulino y Deqiang Ji al mencionar que las civilizaciones china y latinoamericana pueden complementarse y progresar juntas a través del intercambio cultural, fortaleciendo la amistad y promoviendo el respeto mutuo entre diferentes etnias y creencias (REYES MATTA *et al*, 2012).

De este modo, aunque los artículos reunidos en el dossier se centran en estudios de las interfaces mediáticas de sólo tres países asiáticos, Japón, Corea y China, las diversidades temáticas y metodológicas – desde los estudios culturales hasta los estudios de recepción, la formación de identidades y la producción de significados a las complejidades geopolíticas que surgen de diferentes regímenes políticos y económicos – apuntan a un verdadero programa de investigación que debe llevarse a cabo mediante la consolidación y el aumento de redes de investigación interdisciplinarias y multinacionales.

Además de este conjunto de reflexiones, la **Sección de Entrevista** trae el testimonio del reconocido historiador y politólogo de la Universidad de Buenos Aires, Dr. Fernando Pedrosa. Pedrosa, director del Grupo de



Estudios de Asia y América Latina (GESAAL) y de la Revista Asia América Latina, editada por la Editorial de la Universidad de Buenos Aires, lleva algunos años reclamando un mayor tratamiento de los temas asiáticos por parte del mundo académico latinoamericano. Ejemplo de esto es lo que ha estado sucediendo con Corea del Sur y su política de *soft power*, según el entrevistado, falta más información, conocimiento mutuo y responsabilidad histórica.

Esta edición también publica en la **Sección de Artículos Libres** las reflexiones de Fabiana Ioscote, Claudia de Quadros, Manoella Fiebige y Cleide Antonium sobre un tema cada vez más presente en nuestras prácticas diarias y formación académica: la inteligencia artificial. En el artículo *A inteligência artificial no ensino do jornalismo: caminhos percorridos por cientistas* a inclusión de la inteligencia artificial como contenido de enseñanza en las carreras de periodismo se analiza a través de entrevistas con 3 profesores-investigadores brasileños: Walter Teixeira Lima Junior (UNIFESP/UFPA), Marcio Carneiro dos Santos (UFMA) y Kérley Winkes (IELUSC). Como criterio para la selección de docentes, los autores del artículo revisaron publicaciones en actas de congresos y revistas científicas. Entre las contribuciones aportadas por los docentes entrevistados, se destacan la comprensión del surgimiento de un nuevo contexto, la convergencia tecnológica y la plataformatización del trabajo periodístico, demandando un nuevo perfil profesional, no sólo enfocado a la alfabetización digital, sino, sobre todo, reflexivo y conscientes de las cuestiones éticas que conlleva el uso de la Inteligencia Artificial. El artículo destaca la necesidad de una enseñanza más “flexible” e interdisciplinaria, formando profesionales más receptivos a las inestabilidades del mundo del trabajo. Sin embargo, una cuestión que persiste es el hecho de que estas tecnologías son apropiadas, en la mayoría de los casos, por relaciones laborales asimétricas y que ahorran mano de obra.

Ya en el artículo *Religião e política no contexto latino-americano: a imagem do candidato evangélico a partir da série El Reino (2021)* los autores, Marcela Barba, Pedro Borges y Aline Vazse se centran en la producción audiovisual disponible en plataformas de streaming, en este caso la serie argentina *El Reino*, para investigar las relaciones entre el universo religioso evangélico y el escenario social y político en Argentina. En una narrativa que mezcla ficción y realidad a partir de los ejes – política, dinero y moral – los autores se enfrentan al importante fenómeno social del crecimiento de la religión pentecostal en la región, así como – aunque como escenario – la construcción de las agendas más conservadoras.

Cerrando la sección Tania Cobos evalúa el tratamiento periodístico y las líneas editoriales de los periódicos colombianos durante los primeros meses de la pandemia de COVID-19, en 2020. Según la autora, con base en entrevistas realizadas al público consumidor, hubo un tratamiento “sensacionalista” y ratificación del discurso gubernamental, especialmente en comparación con la cobertura de los medios internacionales. Otra conclusión a destacar fue la percepción de que la sobreexposición de noticias sobre el evento afectó la salud mental de algunas personas, llevando a una reducción, o incluso cancelación, del consumo de noticias.

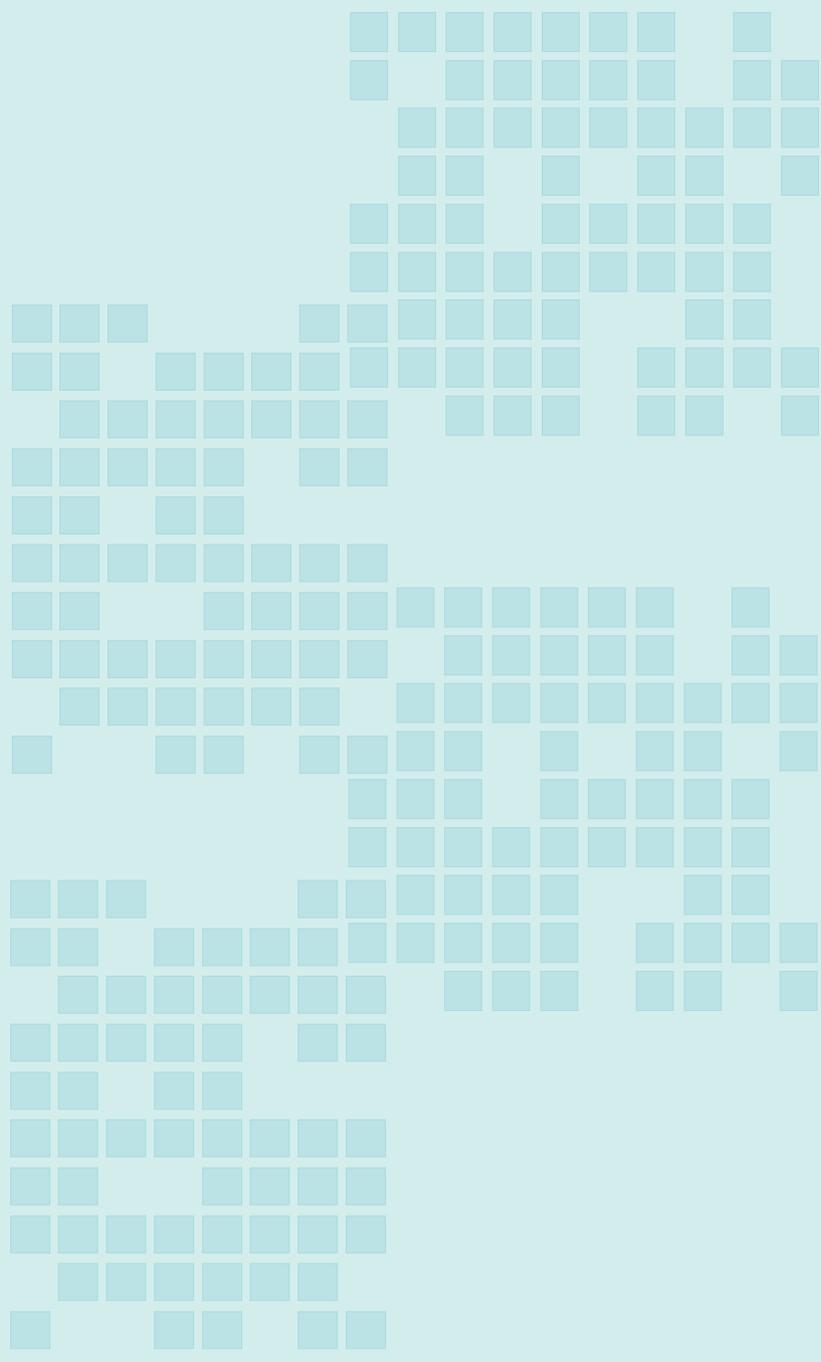
En la **Sección Estudios** la Revista cuenta con el reportaje de Maria Cacciamali, Lisbeth Rebollo, Júlio Suzuki, Marilene Rebelo sobre PROLAM-USP. Creado en 1988 en el contexto de un proyecto político para la integración de América Latina, el Programa de Postgrado en Integración de América Latina de la Universidad de São Paulo (PROLAM-USP) ha demostrado ser uno de los principales centros de reflexión e instrumento de integración continental. No sólo el importante número de profesores, investigadores y estudiantes de diferentes países de América Latina, el Caribe y Europa que pasan

por el programa, así como las publicaciones, cursos, seminarios y un sinfín de actividades que allí se realizan, dan fe de su excelencia. Consciente de las dinámicas contemporáneas y demandas estratégicas de la región, PROLAM también se enfoca en políticas de innovación y desarrollo, participando de la creación del Centro Internacional para la Innovación y el Desarrollo de las Ciudades MIL (metodología de la UNESCO), con sede en el Instituto de Estudios Avanzados de la USP.

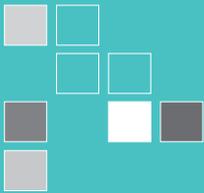
La edición finaliza con las reseñas de Anderson Lopes de la antología organizada por Chiara Olivieri y Jordi Serrano-Muñoz, *East Asia, LatinAmerica, and the Decolonization of Transpacific Studies*, complementando y ampliando – desde una perspectiva transpacífica y decolonial – las discusiones sostenidas en el monográfico y la reseña de Erica de Moraes del libro de Jonathan Crary, *Terra arrasada - Além da era digital, rumo a um mundo pós-capitalista*. Como ya podemos ver en la provocación que da título a la obra, el autor continúa su investigación sobre las formas en que el capitalismo contemporáneo se apodera de lo vivido, cuestionando, sin embargo, la supuesta inevitabilidad de la supremacía digital. Activando así el pensamiento utópico como una especie de antídoto o fuerza transformadora de una realidad cada vez más “abrumadora”, Crary llama a los supervivientes a tomar el control de su propia existencia, a establecer comunidades y formaciones capaces de alcanzar el autogobierno igualitario, sin las cuales “el poscapitalismo será un nuevo campo de barbarie, despotismos regionales y cosas aún peores, en el que la escasez adoptará formas inimaginables de salvajismo”. Lo que queda, señala Erica de Moraes, es la cuestión de si la disrupción sistémica es suficiente o no para “transformar el mundo en algo colectivamente más digno”.

Nuestro agradecimiento a los autores, organizadores y colaboradores de esta edición y a todos, buena lectura.

Ruy Sardinha Lopes
María Cristina Gobbi



**APRESENTAÇÃO DO DOSSIÊ TEMÁTICO/
PRESENTACIÓN DEL DOSSIER TEMÁTICO**



AMÉRICA LATINA E ÁSIA: DIÁLOGOS CONTEMPORÂNEOS

INTERFACES MEDIÁTICAS, SOCIOCULTURALES Y ESTÉTICAS ENTRE ASIA Y AMÉRICA LATINA

Anderson Lopes da Silva

■ Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professor das Seções de Espanhol e Português, Departamento de Línguas Ocidentais, Faculdade de Letras, Universidade de Chulalongkorn (Bangkok, Tailândia). Vice-diretor do Centro de Estudos Latino-Americanos da mesma instituição. Pesquisador associado da Rede Obitel Brasil (Equipe UFPR), do GELiDis (USP/CNPq) e do Nefics (UFPR/CNPq).

■ *Doctor en Ciencias de la Comunicación, Universidad de São Paulo. Profesor de las Secciones de Español y Portugués, Departamento de Lenguas Occidentales, Facultad de Letras, Universidad de Chulalongkorn (Bangkok, Tailandia). Vice director del Centro de Estudios Latinoamericanos de la misma institución. Investigador asociado de la Red Obitel Brasil (Equipo UFPR), GELiDis (USP/CNPq) y Nefics (UFPR/CNPq).*

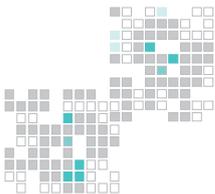
■ Email: anderson.l@chula.ac.th

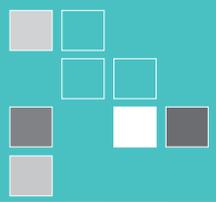
Pasuree Luesakul

■ Possui doutorado em literatura hispano-americana e mestrado em estudos latino-americanos pela Universidade de Salamanca, na Espanha. Atualmente, é professora titular da Seção de Espanhol e diretora do Centro de Estudos Latino-Americanos, Departamento de Línguas Ocidentais, Faculdade de Artes, Universidade de Chulalongkorn. Seu campo de pesquisa é a cultura e a literatura latino-americanas, especialmente a partir de uma perspectiva comparativa com a Tailândia.

■ *Es Doctora en literatura hispanoamericana y maestra en Estudios latinoamericanos por la Universidad de Salamanca, España. Actualmente, es profesora titular de la Sección de Español y directora del Centro de Estudios Latinoamericanos, Departamento de Lenguas Occidentales, Facultad de Letras, Universidad de Chulalongkorn. Su campo de investigación es cultura y literatura latinoamericanas, sobre todo desde la perspectiva comparatista con Tailandia.*

■ Email: pasuree.l@chula.ac.th





Laura Rabelo Erber

■ Coordenadora do Programa de Bolsas de Estudo do Instituto Internacional de Estudos Asiáticos (Universidade de Leiden, Países Baixos). Possui doutorado e mestrado em Estudos de Literatura, Cultura e Contemporaneidade pela PUC-Rio de Janeiro (Brasil). Além de pesquisadora, é escritora e artista visual.

■ *Coordinadora del Programa de Becas del Instituto Internacional de Estudios Asiáticos (Universidad de Leiden, Países Bajos). Tiene un doctorado y una maestría en Estudios de Literatura, Cultura y Contemporaneidad por la PUC-Río de Janeiro (Brasil). Además de investigadora, es escritora y artista visual.*

■ Email: l.rabelo.erber@iiias.nl

Pedro Rabelo Erber

■ Professor de Literatura Comparada na School of International Liberal Arts e na Graduate School of International Communication Studies, Waseda University, Japão. Associado Sênior em Pesquisa na Cornell University e Editor da ARTMargins (MIT Press). Possui doutorado em Literatura Japonesa pela Universidade de Cornell (EUA), e mestrado em Filosofia pela PUC-Rio de Janeiro (Brasil).

■ *Profesor de Literatura Comparada en la Escuela de Artes Liberales Internacionales y en la Escuela de Posgrado de Estudios de Comunicación Internacional de la Universidad de Waseda, Japón. Investigador Asociado Senior en la Universidad de Cornell y Editor de ARTMargins (MIT Press). Tiene un doctorado en Literatura Japonesa de la Universidad de Cornell (EE.UU.) y una maestría en Filosofía de la PUC-Río de Janeiro (Brasil).*

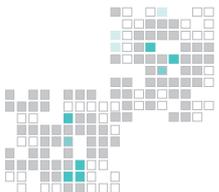
■ Email: pedro.erber@waseda.jp

Maria Cristina Palma Munglioli

■ Professora Livre-docente da Escola de Comunicações e Artes - USP, onde ministra aulas em cursos de graduação e pós-graduação (stricto sensu). Bolsista Produtividade em Pesquisa do CNPq, Nível 2. Vice coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo.

■ *Profesora de la Facultad de Comunicación y Artes - USP, donde imparte cursos de licenciatura y posgrado (stricto sensu). Becaria de Productividad en Investigación del CNPq, Nivel 2. Vicecoordinadora del Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de São Paulo.*

■ Email: crismunglioli@usp.br



América Latina e Ásia: Diálogos Contemporâneos

O dossiê “Interfaces midiáticas, socioculturais e estéticas entre Ásia e América Latina”, número 45 da Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, é uma iniciativa organizada por cinco pesquisadores de diferentes partes do mundo. Mais do que criar pontes interculturais, o objetivo central que motivou a união destes pesquisadores centra-se na ideia de que a América Latina e a Ásia necessitam produzir diálogos, conversações, encontros. Assim, sob a organização do Prof. Dr. Anderson Lopes da Silva (Chulalongkorn University, Tailândia), Profa. Dra. Pasuree Luesakul (Chulalongkorn University, Tailândia), Profa. Dra. Laura Rabelo Erber (Leiden University, Holanda), Prof. Dr. Pedro Rabelo Erber (Waseda University, Japão), e Profa. Dra. Maria Cristina Palma Munglioli (Universidade de São Paulo, Brasil), o dossiê aqui apresentando procura explorar as complexas relações entre Ásia e América Latina, sem, no entanto, ignorar as diferenças e mesmo dissonâncias culturais, políticas, de outras ordens pré-existentes nestas duas partes do mundo.

Mais do que isso, este dossiê é um marco significativo na análise das interações entre as culturas asiáticas e latino-americanas, destacando a importância crescente dessas conexões no cenário global. Em um mundo cada vez mais interconectado, as influências midiáticas e culturais cruzam fronteiras, criando novas formas de entendimento e colaboração. Logo, a comunicação intercultural entre essas regiões contribui para a diversificação das narrativas midiáticas e promove uma compreensão mais rica e complexa das identidades culturais.

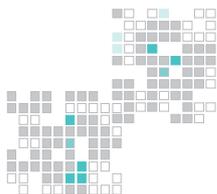
À parte das barreiras linguísticas, dos múltiplos fusos horários, e das idiossincrasias que permeiam os países latino-americanos e asiáticos, é ainda

preciso sinalizar a dificuldade de encontrar laços (institucionais ou não) que intentam criar redes colaborativas de pesquisas nas relações Sul-Sul do globo. Além disso, a escassez de estudos comparativos e interdisciplinares, muitas vezes, limita a compreensão completa das dinâmicas envolvidas e dos fluxos midiáticos encontrados nestas regiões. Assim, os artigos deste dossiê buscam superar esses desafios, oferecendo uma análise aprofundada e interdisciplinar das relações entre Ásia e América Latina.

Abrindo o dossiê, temos o trabalho “**Chinese Soap Operas in the Reform Era (1980s/1990s)**”, escrito por Cecília Antakly de Mello. Nesta obra, a autora investiga o impacto das telenovelas chinesas no fim do século passado, destacando as narrativas de “Yearnings” e “Year after Year”, e a influência da telenovela brasileira “Escrava Isaura” na constituição dos relatos ficcionais da televisão chinesa.

Resultado da colaboração internacional de César Bolaño, Fernando Oliveira Paulino e Deqiang Ji, o artigo “**Reflexões sobre iniciativas no Sul Global, via China e América Latina, no setor das indústrias culturais e cooperação comunicacional**” analisa e sistematiza as principais reflexões sobre a internacionalização na produção, distribuição e acesso a conteúdos culturais e comunicacionais, com base em experiências chinesas e latino-americanas. Já em “**Chichí Padron: Um estudo de recepção sobre a série sul-coreana Squid Game em Cuba**”, os autores Tiago Quiroga e Yanet Arguelles estudam a recepção de uma das séries que mais fez sucesso, a nível global, a partir da plataforma de streaming Netflix. Em seu artigo, explorando a entrada do neoliberalismo através do “Paquete Semanal”, os pesquisadores procuram entender não apenas os fluxos de distribuição fora da lógica tradicional, como também os rituais de consumo da série sul-coreana localizados na realidade cubana.

Por sua vez, “**Fãs brasileiros de doramas sul-**



coreanos e K-Dramaland: distinções culturais, alteridade e identidades”, de Ligia Prezia Lemos e Mariana Marques de Lima Pinheiro, aborda o impacto e a percepção das narrativas sul-coreanas pelo fandom brasileiro. No trabalho, as autoras analisam questões como comportamento doméstico, relacionamentos amorosos e relações hierárquicas como percepções culturais centrais lidas pelos fãs. Por sua vez, o trabalho **“Produção de Sentidos a partir da Mediação Televisiva Brasileira: Japão e Brasil”**, de Helen Emy Nochi Suzuki, investiga como a telenovela brasileira influencia as identidades culturais de filhos de brasileiros no Japão. Conectando temas como migração, identidade cultural e fluxos midiáticos, a autora consegue delinear um complexo ambiente de consumo transcultural entre os dois países.

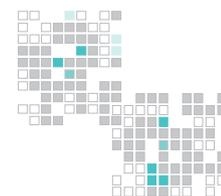
Igualmente importante, em **“A indústria cultural sul-coreana, Nation Branding e o KOFICE como instrumento de difusão da Hallyu”**, Izabela Domingues estuda o papel da KOFICE (Korean Foundation for International Culture Exchange) na construção do Nation Branding da Coreia do Sul, explorando a instrumentalização da indústria cultural como uma ferramenta de construção de “imagem de marca” nacional. Seguindo na mesma região da Ásia, o artigo **“A pesquisa brasileira sobre o Leste Asiático: um panorama introdutório da área da comunicação”**, de Mayara Araujo e Aline Mendes, avalia se os estudos em Comunicação no Brasil têm acompanhado as mudanças no cenário midiático global, com foco na produção sobre o Leste Asiático nos últimos 10 anos. Mais do que descrever o atual cenário de investigação, as autoras questionam as lacunas e potencialidades encontradas nestas pesquisas.

Caminhando ao fim do dossiê, a entrevista intitulada **“América Latina desde Asia y Asia desde América Latina: el Sur Global en una conversación con el Dr. Fernando Pedrosa”**, traz um afetuoso diálogo entre o Prof. Dr. Fernando

Pedrosa, da Universidad de Buenos Aires (Argentina), e a Profa. Dra. Pasuree Luesakul, da Chulalongkorn University (Tailândia). Reconhecido especialista no campo, Pedrosa explica como a Ásia (e as imagens ao redor do continente) chegam até o espaço multicultural da América Latina. Além disso, a entrevista ainda aborda as possibilidades de construção, colaboração e comunicação intercultural que podem ser criadas a partir de uma leitura centrada no Sul Global.

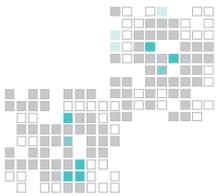
Parte da seção Estudo (e em diálogo com o dossiê), o texto **“Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade De São Paulo (PROLAM): Histórico, Desenvolvimento e Perspectivas”**, de autoria de Maria Cristina Cacciamali, Lisbeth Ruth Rebollo Gonçalves, Júlio César Suzuki, e Marilene Proença Rebello de Souza, descreve o histórico e as linhas de pesquisa do PROLAM-USP, destacando sua contribuição para a integração regional e a produção de conhecimento interdisciplinar sobre a América Latina. Por fim, em **“Travessias transpácificas: reflexões sobre as conexões entre Ásia e América Latina no contexto decolonial”**, Anderson Lopes da Silva resenha o livro *East Asia, Latin America, and the Decolonization of Transpacific Studies*, publicado em 2022. editado por Chiara Olivieri e Jordi Serrano-Muñoz, a obra aborda a diversidade de perspectivas sobre as conexões transpácificas e sua relevância no contexto decolonial. Em sua resenha, o autor destaca que os colaboradores da obra, de forma interdisciplinar, trabalham com a perspectiva transpácífica como a via fundamental para compreender agentes e experiências que compartilham traços comuns frequentemente ignorados pela hegemonia do conhecimento.

Finalmente, gostaríamos de expressar nossa profunda gratidão aos autores dos artigos que compõem este dossiê, bem como aos organizadores, revisores, equipe editorial



e pareceristas que tornaram possível esta edição. A dedicação e o trabalho árduo foram fundamentais para o avanço do conhecimento e para a promoção de diálogos significativos entre as culturas asiáticas e latino-americanas. Convidamos, assim, todos a lerem e explorarem os ricos conteúdos aqui apresentados, que oferecem novas perspectivas e leituras sobre as complexas interações entre duas áreas que

representam uma parte essencial do chamado “mundo majoritário”. É através desses diálogos contemporâneos que podemos aprofundar nossa compreensão das dinâmicas socioculturais e midiáticas que moldam as relações entre a Ásia e a América Latina, contribuindo para um futuro mais inclusivo e colaborativo no espaço acadêmico. Boa leitura!



PRESENTACIÓN

América Latina y Asia: Diálogos contemporáneos

El dossier “Interfaces mediáticas, socioculturales y estéticas entre Asia y América Latina”, número 45 de la Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, es una iniciativa organizada por cinco investigadores de distintas partes del mundo. Más que crear puentes interculturales, el objetivo central que motivó a estos investigadores a reunirse es la idea de que América Latina y Asia necesitan producir diálogos, conversaciones y encuentros. Así, bajo la organización del Prof. Dr. Anderson Lopes da Silva (Universidad de Chulalongkorn, Tailandia), Prof. Dr. Pasuree Luesakul, (Universidad de Chulalongkorn, Tailandia), la Prof. ^a Dra. Laura Rabelo Erber (Universidad de Leiden, Países Bajos), Prof. Dr. Pedro Rabelo Erber, (Universidad de Waseda, Japón), y la Prof. ^a Dra. Maria Cristina Palma Munglioli, (Universidad de São Paulo, Brasil), el *dossier* que aquí se presenta pretende explorar las complejas relaciones entre Asia y América Latina, sin por ello ignorar las diferencias e incluso las disonancias culturales, políticas y de otro tipo que preexisten en estas dos partes del mundo.

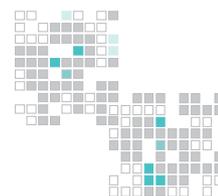
Más que eso, este dossier constituye un hito significativo en el análisis de las interacciones entre las culturas asiática y latinoamericana, poniendo de relieve la creciente importancia de estas conexiones en la escena mundial. En un mundo cada vez más interconectado, los medios de comunicación y las influencias culturales traspasan las fronteras, creando nuevas formas de entendimiento y colaboración. La comunicación intercultural entre estas regiones contribuye, por tanto, a la diversificación de las narrativas mediáticas y promueve una comprensión más rica y compleja de las identidades culturales.

Aparte de las barreras lingüísticas, los múltiples

husos horarios y la idiosincrasia que impregna a los países latinoamericanos y asiáticos, también es necesario señalar la dificultad de encontrar vínculos (institucionales o de otro tipo) que traten de crear redes de investigación colaborativa en las relaciones Sur-Sur en todo el mundo. Además, la escasez de estudios comparativos e interdisciplinarios limita a menudo una comprensión completa de las dinámicas implicadas y de los flujos mediáticos que se dan en estas regiones. Por ello, los artículos de este *dossier* pretenden superar estos retos ofreciendo un análisis profundo e interdisciplinario de las relaciones entre Asia y América Latina.

El *dossier* se abre con “**Chinese Soap Operas in the Reform Era (1980s/1990s)**”, escrito por Cecília Antakly de Mello. En este trabajo, la autora investiga el impacto de las telenovelas chinas a finales del siglo pasado. Sobresalen las narrativas de “Yearnings” y “Year after Year”, y la influencia de la telenovela brasileña “Escrava Isaura” en la constitución de historias de ficción en la televisión china.

Fruto de una colaboración internacional entre César Bolaño, Fernando Oliveira Paulino y Deqiang Ji, el artículo “**Reflexiones sobre iniciativas en el Sur Global, vía China y América Latina, en el sector de las industrias culturales y la cooperación en comunicación**” analiza y sistematiza las principales reflexiones sobre la internacionalización en la producción, distribución y acceso a contenidos culturales y de comunicación, a partir de experiencias chinas y latinoamericanas. En “**Chichí Padrón: Un estudio de recepción de la serie surcoreana Squid Game en Cuba**”, los autores Tiago Quiroga y Yanet Arguelles estudian la recepción de una de las series de mayor éxito mundial en la plataforma de *streaming* Netflix. En su artículo, que explora la entrada del neoliberalismo a través del “Paquete Semanal”, los investigadores buscan comprender, no sólo los flujos de distribución



fuera de la lógica tradicional, sino también los rituales de consumo de la serie surcoreana situados en la realidad cubana.

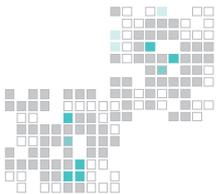
“**Fans brasileños de dramas surcoreanos y K-Dramaland: distinciones culturales, alteridad e identidades**”, de Ligia Prezias Lemos y Mariana Marques de Lima Pinheiro, analiza el impacto y la percepción de las narrativas surcoreanas por parte del fandom brasileño. En el trabajo, las autoras abordan cuestiones como el comportamiento doméstico, las relaciones amorosas y las relaciones jerárquicas como percepciones culturales centrales leídas por los fans. “**Production of Meanings from Brazilian Television Mediation: Japan and Brazil**”, Helen Emy Nochi Suzuki, investiga cómo las telenovelas brasileñas influyen en las identidades culturales de los hijos de brasileños en Japón. La autora vincula temas como la migración, la identidad cultural y los flujos mediáticos. Consigue delinear un complejo entorno de consumo intercultural entre ambos países.

Igualmente importante, en “**The South Korean cultural industry, Nation Branding and KOFICE as an instrument for spreading Hallyu**”, Izabela Domingues estudia el papel de KOFICE (Korean Foundation for International Culture Exchange) en la construcción del Nation Branding de Corea del Sur. Explora la instrumentalización de la industria cultural como herramienta para construir una “imagen de marca” nacional. En esta misma región de Asia, el artículo “**Brazilian research on East Asia: an introductory overview of the field of communication**”, de Mayara Araujo y Aline Mendes, evalúan si los estudios de comunicación en Brasil han seguido el ritmo de los cambios en el panorama mediático mundial, centrándose en la producción sobre Asia Oriental en los últimos 10 años. Más que describir el escenario actual de la investigación, las autoras cuestionan las lagunas y el potencial que se encuentran en

esta investigación.

Hacia el final del *dossier*, la entrevista titulada “**América Latina desde Asia y Asia desde América Latina: el Sur Global en una conversación con el Dr. Fernando Pedrosa**”, presenta un afectuoso diálogo entre el Prof. Dr. Fernando Pedrosa, de la Universidad de Buenos Aires (Argentina), y el Prof. Dr. Pasuree Luesakul, de la Universidad de Chulalongkorn (Tailandia). Reconocido experto en la materia, Pedrosa explica cómo Asia (y las imágenes de todo el continente) llegan al espacio multicultural de América Latina. En la entrevista, también se abordan las posibilidades de construcción intercultural, colaboración y comunicación que pueden crearse a partir de una lectura centrada en el Sur Global.

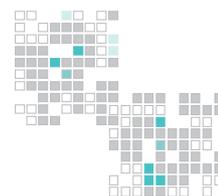
Dentro de la sección Estudios (y en diálogo con el *dossier*), el texto “**Programa de Posgrado en Integración Latinoamericana de la Universidad de São Paulo (PROLAM): historia, desarrollo y perspectivas**”, de Maria Cristina Cacciamali, Lisbeth Ruth Rebollo Gonçalves, Júlio César Suzuki y Marilene Proença Rebelo de Souza, describe la historia y las líneas de investigación del PROLAM-USP. Se destaca su contribución a la integración regional y a la producción de conocimiento interdisciplinar sobre América Latina. Finalmente, en “**Transpacific crossings: reflections on the connections between Asia and Latin America in the decolonial context**”, Anderson Lopes da Silva reseña el libro *East Asia, Latin America, and the Decolonisation of Transpacific Studies*, publicado en 2022. Editado por Chiara Olivieri y Jordi Serrano-Muñoz, el libro aborda la diversidad de perspectivas sobre las conexiones transpácificas y su relevancia en el contexto decolonial. En su reseña, el autor destaca que los colaboradores del libro, de forma interdisciplinar, trabajan con la perspectiva transpácífica como vía fundamental

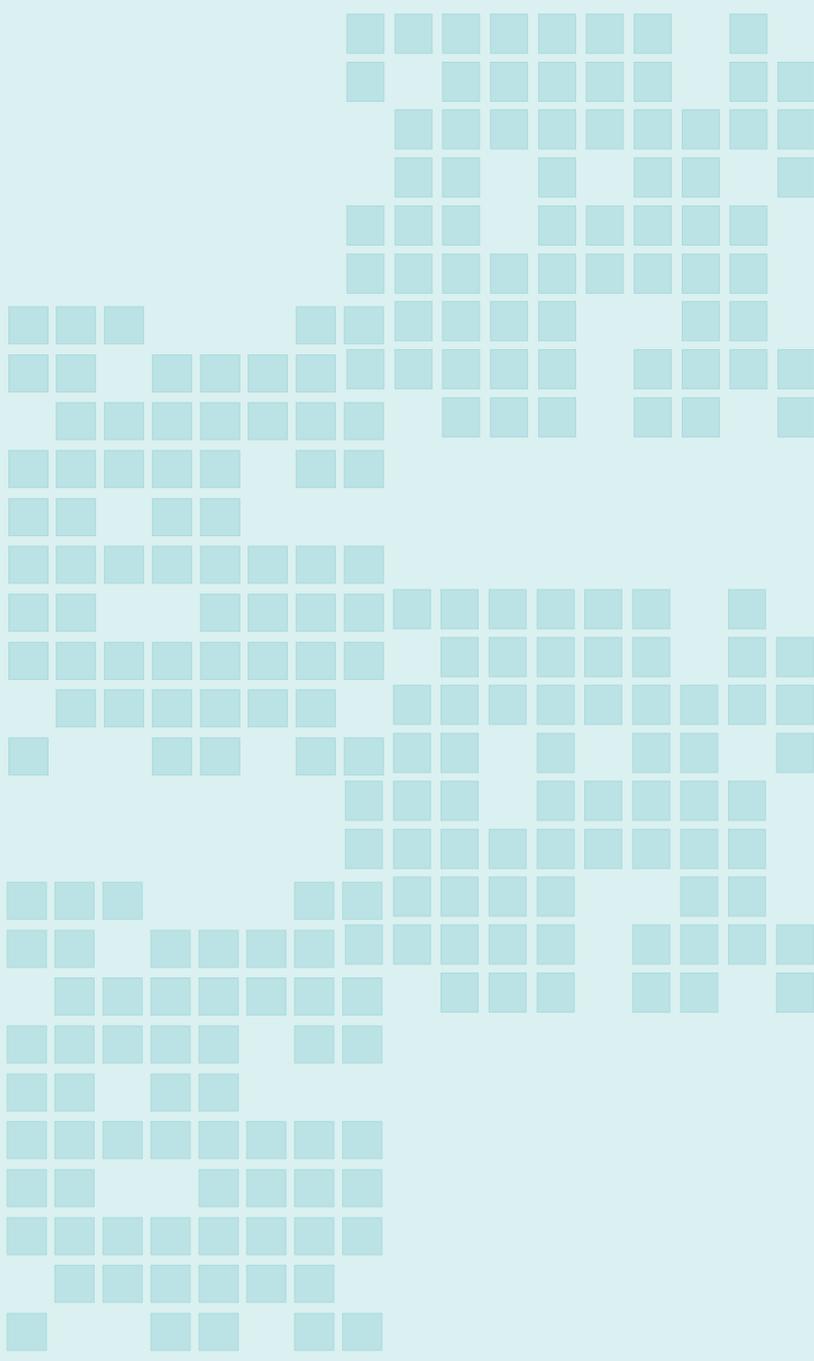


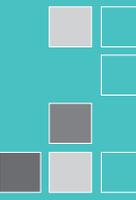
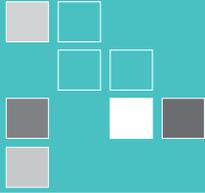
para comprender agentes y experiencias que comparten rasgos comunes que a menudo son ignorados por la hegemonía del conocimiento.

Por último, queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a los autores de los artículos que componen este *dossier*, así como a los organizadores, revisores, equipo editorial y árbitros que han hecho posible este número. Su dedicación y trabajo han sido fundamentales para avanzar en el conocimiento y promover diálogos significativos entre las culturas asiática y latinoamericana. Por ello, invitamos a

todos a leer y explorar los ricos contenidos aquí presentados, que ofrecen nuevas perspectivas y lecturas sobre las complejas interacciones entre dos áreas que representan una parte esencial del llamado “mundo mayoritario”. Es a través de estos diálogos contemporáneos que podemos profundizar nuestra comprensión de las dinámicas socioculturales y mediáticas que dan forma a las relaciones entre Asia y América Latina, contribuyendo a un futuro más inclusivo y colaborativo en el espacio académico. ¡Feliz lectura!







CHINESE SOAP OPERAS IN THE REFORM ERA

TELENOVELAS CHINAS EN LA ERA DE LAS REFORMAS

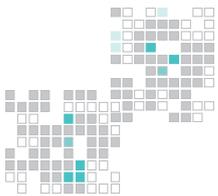
NOVELAS CHINESAS NA ERA DAS REFORMAS

Cecília Mello

■ Is Professor of Film at the Department of Film, Radio and Television, University of São Paulo, and has a PhD in Film Studies from the University of London (2006). She is the author of *The Cinema of Jia Zhangke: Realism and Memory in Chinese Film* (Bloomsbury, 2019, Honourable Mention for the 2020 Award for Best Monograph, British Association of Film, Television and Screen Studies).

■ *Cecília Mello é Professora Livre-Docente no Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA-USP. Tem doutorado pela Universidade de Londres (2006). É autora de The Cinema of Jia Zhangke: Realism and Memory in Chinese Film (London: Bloomsbury 2019, Menção Honrosa para o prêmio de melhor livro da área pela British Association of Film, Television and Screen Studies, 2020).*

■ E-mail: cecilia.mello@usp.br



ABSTRACT

This article aims to investigate the impact of the emergence of television soap operas during the 1980s and 1990s in the People's Republic of China, with an emphasis on *Yearnings* (渴望, 1990) and *Year after Year* (一年又一年, 1998). This period comprises the first two decades of “reform and opening up” (Gaige kaifang 改革开放), when the country underwent a series of radical changes leading to market economy. As I will discuss, both soap operas employ a similar structure by presenting family sagas as a vehicle for the articulation of China's transformations through decades of history – including the introduction of television and other media.

KEYWORDS: TELEVISION; SOAP OPERAS; CHINA; INTERMEDIALITY.

RESUMEN

Este artículo pretende investigar el impacto de la aparición de las telenovelas durante las décadas de 1980 y 1990 en la República Popular China, con especial atención a *Yearnings* (渴望, 1990) y *Year after Year* (一年又一年, 1998). Este periodo comprende las dos primeras décadas de «reforma y apertura» (Gaige kaifang 改革开放), cuando el país experimentó una serie de cambios radicales que condujeron a la economía de mercado. Como expondré, ambas telenovelas emplean una estructura similar al presentar sagas familiares como vehículo para la articulación de las transformaciones de China a lo largo de décadas de historia, incluida la introducción de la televisión y otros medios de comunicación.

PALABRAS CLAVE: TELEVISIÓN; TELENÓVELAS; CHINA; INTERMEDIALIDAD.

RESUMO

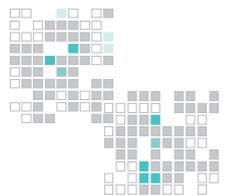
Este artigo tem como objetivo investigar o impacto do surgimento de telenovelas durante as décadas de 1980 e 1990 na República Popular da China, com ênfase em *Aspirações* (渴望, 1990) e *Ano após ano* (一年又一年, 1998). Esse período compreende as duas primeiras décadas de “reforma e abertura” (Gaige kaifang 改革开放), quando o país atravessou uma série de mudanças radicais que levaram à economia de mercado. Como discutirei, ambas as novelas empregam uma estrutura semelhante, apresentando sagas familiares como veículo para a articulação das transformações da China ao longo de décadas de história - incluindo a introdução da televisão e de outras mídias.

PALAVRAS-CHAVE: TELEVISÃO; NOVELAS; CHINA; INTERMIDIALIDADE

CHINESE SOAP OPERAS IN THE REFORM ERA

TELENÓVELAS CHINAS EN LA ERA DE LAS REFORMAS

NOVELAS CHINESAS NA ERA DAS REFORMAS



This article aims to investigate the impact of the emergence of television soap operas during the 1980s and 1990s in the People's Republic of China, with an emphasis on *Yearnings* (渴望, 1990) and *Year after Year* (一年又一年, 1998). This period comprises the first two decades of “reform and opening up” (*Gaige kaifang* 改革开放), when the country underwent a series of radical reforms, launched by Deng Xiaoping, which led it towards a market economy. As I will discuss, both soap operas employ a similar structure by presenting family sagas as a vehicle for the articulation of China's transformations through decades of history – including the introduction of television and other media. This article considers the impact of Brazilian *telenovela* *Escrava Isaura* (女奴) on Chinese television, which led to the adoption of the long-serialised format inaugurated by *Yearnings* in 1990. It then proposes a close reading of *Year after Year*, emphasizing their use of different media both formally and narratively. Here, I resort to the notion of intermediality, deriving inspiration mainly from Irina Rajewsky (2010) and Ágnes Pethő's (2020) ground-breaking studies in the field, as well as to Bolter and Grusin's (2000) notion of remediation – understood as the process that informs the genealogy of media through history. If the emergence of the television medium can be seen as a process of remediating other media such as film, vaudeville and the radio, in China, the process of remediation leading to the development of soap operas had a considerable transnational and intermedial aspect, symptoms of the country's opening-up as well as of its persistent desire for unity and consensus.

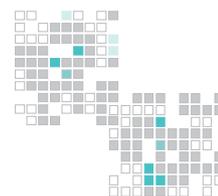
1. TV drama and the emergence of soap operas¹ in China

In China, television only began to play a major role in society from the 1980s onwards, when the country began opening to the world's economic system. The emergence of television drama can be traced back to the 15th of June 1958², when a thirty-minute play, *A Veggie Cake* (Yikou cai bingzi 一口菜饼子), was produced and aired live on Beijing Television. It was not until the 1980s and 1990s, however, that the soap opera – a form of serialised television drama – emerged and became popular in the country. Writing in the year 2000, Sheldon H. Lu noted that television drama was the most widely watched form of entertainment in China in the turn of the century (2000, p. 25). The growth of soap opera episodes produced in China in the 1990s accompanied the exponential growth of TV set ownership, which went from only 1.5 million in 1978 to 280 million in 1996, with an estimated TV audience of 800 million (Lu, 2000, p. 25).

The popularisation of television series and soap operas in China began in the 1980s with imports from countries such as the USA (with series such as *Garrison's Gorillas*, *Man from Atlantis*, *Hunter*, *Falcon Crest*, and *Dynasty* being

1 Throughout the article, I have chosen to follow Lu (2000) and Zhu, Keane and Bai (2008) in employing the term “soap opera” to designate a particular form of serialized drama that appeared on Chinese television from 1990 onwards, known in Chinese as *changpian shinei ju* or by the loanword *feizaoju*. However, it is important to point out that Chinese “soap operas” carry a lot more in common with the Latin American *telenovela* than with the British or American counterpart (known as soap opera).

2 While Zhu et al (2008) write that the play was broadcast in May 1958, Sheldon Lu (2000) gives the date as 15th June 1958. According to my own research and to Baidu this is the correct date (see <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%80%E5%8F%A3%E8%8F%9C%E9%A5%BC%E5%AD%90/1842085>)



quite popular in the first half of the decade), Japan (the soap opera *Oshin* was also extremely popular when it was shown on CCTV from March 1985 onwards – see Takahashi, 1998), as well as Mexico and Brazil.³

Of utmost importance was the screening of Brazilian *telenovela* *Isaura: Slave Girl* (*Escrava Isaura* 女奴). Based on an 1876 novel by Bernardo Guimarães, *Escrava Isaura* was adapted by Gilberto Braga and produced by TV Globo in Brazil between 1976 and 1977. It was subsequently exported to over 80 countries around the world. The soap opera was shown on Beijing Television in 1984, the year that marked the 10th anniversary of China-Brazil diplomatic relations. It quickly gained immense popularity across the country. Its main actress, Lucélia Santos (卢塞莉亚·桑托斯), became a great star in China, and in 1985 she received the Golden Eagle Award (金鹰奖), the country's highest accolade for performance in a television drama, and an unprecedented feat for a foreign actress. She remains to this day the only foreign actress to have received this award. At that time, *telenovelas* were becoming a very important export product in Brazil. The screening of *Isaura: Slave Girl* led to two translations in China of Bernardo Guimarães's original novel and to the publication of at least four "picture-story books" depicting the *telenovela*'s narrative (see Hu and Roberto, 2020).

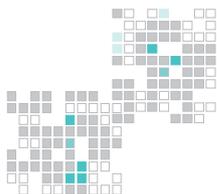
The first serialized narrative in Chinese television screens was *Eighteen Years in the Enemy Camp* (敌营十八年 *diyíng shíbā nián*), a nine-episode action-thriller serial shown in February 1981 depicting an undercover Communist

who infiltrates the Nationalist government for eighteen years (from 1931 to 1949). This was produced by CCTV and conceived in response to the growing number of foreign TV series being shown on Chinese television in the early 1980s (Kong, 2012, p. 7). Another important landmark was the 28-part *Four Generations under One Roof* (四世同堂 *si shi tong tang*), an adaptation of Lao She's 1944 novel which aired in 1985. 1986 was the year of *New Star* (新星), a somewhat politically daring 12-part shot by Taiyuan TV in Shanxi Province, later re-edited for content to be shown around the country.

Zhu, Keane and Bai observe that "television drama in China has developed in tandem with social reforms, embracing international ideas as well as celebrating tradition". They go on to say that "the Chinese TV audience immediately saw itself reflected as the new subject of TV drama; its members constituted an imagined community seemingly on the verge of creating the great society" (2008, p. 4). It is important to point out that serialized narratives formed an integral part of Chinese traditional storytelling, being the backbone to classical novels originating from oral literature such as *Journey to the West*, *The Water Margin*, *The Romance of the Three Kingdoms* and *The Dream of the Red Chamber* (see Zhu et al, 2008, p. 4). It is no wonder, therefore, that these novels were adapted to the small screen in the 1980s, including a 1982 Shandong Television production of *The Water Margin*, a 1986 popular adaptation of *The Dream of the Red Chamber*, and a 1987 production of *Journey to the West*.

Finally, the year 1990 saw the appearance of what would become a national phenomenon, the enormously popular *Yearnings* (50 episodes), considered to be China's first soap opera. *Yearnings* was followed by other successes such

3 Other successful foreign TV series in China were *A Doubtful Blood Type* (Japan 1980), *Huo Yuanjia* (Hong Kong 1982), *Isaura, the Slave Girl* (Brazil 1984), *Stars Know My Heart* (Taiwan, Taiwan 1988), *Last Night's Stars* (Taiwan 1988), *Slander* (Mexico 1985) and *Frustration* (Mexico 1986).



as *A Native from Beijing in New York* (北京人在纽约, 21 episodes, 1993) and *Russian Girls in Harbin* (俄罗斯姑娘在哈尔滨, 17 episodes, 1993), and the 1990s marked the coming of age and maturity of the soap opera as a Chinese genre (Lu, 2000, p. 26).

With the growth of the soap opera genre, as well as of serialized television narratives as a whole, different denominations appeared in China to discriminate between different styles. There was, for instance, the *lianxuju* (television serial), the *tongsuju* (popular drama), the *qingjieju* or *yanqingju* (melodrama), the *changpian shineiju* 长篇室内剧 (indoor drama), the *xiju* (comedy), the *qingjing xiju* (sitcom), the *lishiju* (historical drama), the *wuxiaju* (martial arts drama), the *jingfeiju* (detective and crime drama), and the *biannian shifeng ge dian shi ju* (chronicled drama). *Yearnings* became known as the first “full-length indoor drama” (长篇室内剧 *changpian shinei ju*), which meant that most of its action was shot indoors, in a studio set, with some significant sequences shot on location.

Yearnings is considered the first of its kind on Chinese television. While the birth of TV drama is considered by pioneer directors such as Hu Xu as “an indigenous phenomenon” (see Lu, 2000, p. 25), it is plausible to suggest that *Yearnings* was conceived in its format under the impact of the screening of imported soap operas such as *Isaura: Slave Girl* (1984) and *Oshin* (1985) in China. It is important to note that the original version of the Brazilian *telenovela* had 170 episodes, but that it was shortened to 100 episodes when shown on Beijing Television. *Yearnings* has 50 episodes (of 60 minutes each) and was to that date the longest running series on Chinese television. According to Wang and Singhal (1992, p. 180), it was ‘designed to provide indigenous entertainment to

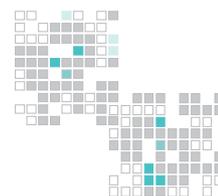
Chinese audiences (at a time when Brazilian and imported soap operas were popular)’.

Its narrative spans two decades, from the Cultural Revolution to the 1980s, chronicling the story of two families, the Wangs, more intellectual and wealthier, and the Lius, more traditional and hard-working. It followed the lives of several characters from both families from the 1970s to the 1980s, a period marked by significant political and social changes in China, including the trauma of the Cultural Revolution (1966-1976) and the first years of reform. The story primarily revolves around the life of Liu Huifang, a kind and selfless woman, and her struggles with family and societal pressures. It explores social and moral themes that were relevant in Chinese society at the time such as love, sacrifice, betrayal, the status of women, family harmony, class conflict, and the pursuit of personal happiness against the backdrop of broader social changes.

Yearnings became immensely popular, capturing the hearts of millions of viewers. It was one of the first TV dramas to achieve widespread national attention and set the stage for the rise of television as a major form of entertainment in China. Its viewership was so high that streets would empty when it was broadcast, as people rushed home to watch the latest episode. Its impact was so decisive that it can be described as a cultural phenomenon, with its characters, dialogues, and themes resonating deeply with the audience. It influenced future TV productions and became a benchmark for storytelling in Chinese television.

2. Chronicle-style TV series: *Year after Year*

Yearnings set the trend for long serialized narratives on Chinese TV, but it was not until



eight years later that another decades-spanning family melodrama, directed by Li Xiaolong 李小龙 and An Zhanjun 安战军 for Beijing Television, hit the screen. The title of this highly original 1998 soap opera, *Year after Year* (*Yi nian you yi nian* 一年又一年), explicitly signals the chronicling impulse of the narrative, which comprises 21 chapters focusing on the lives of two families living in Beijing, the Chens 陈 and the Lins 林, from 1978 to 1998. The main plot revolves around the relationship between Chen Huan 陈焕, the son of a film projectionist, and Lin Pingping 林平平, the daughter of a disgraced cadre, as they make their way through the fast-changing era of “reform and opening up”.

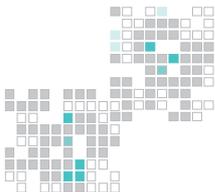
Year after Year's exploration of social and historical issues and their impact on everyday life in Beijing over the course of years is, on one hand, reminiscent of the plot of *Yearnings*. On the other hand, *Year after Year* innovates by employing a more overt and sophisticated intermedial structure that complexifies the family melodrama, interweaving individual and collective history with the changing history of audiovisual media in the country.

I intend to investigate *Year after Year*'s use of different media by resorting to the notion of intermediality, deriving inspiration mainly from Irina Rajewsky (2010) and Ágnes Pethő's (2020) ground-breaking studies in the field. In my view, both authors have been crucial in theorizing intermediality in novel ways, eschewing the definition anxiety and focusing on the plurality of meanings and possibilities afforded by the concept's malleability. Rather than asking 'what intermediality is', I hope to discuss 'what intermediality actually entails' in the soap opera, both formally and narratively, leading to the idea of a multifaceted form of self-reflexivity. I will

also take into consideration Bolter and Grusin's (2000) notion of remediation – understood as the process that informs the genealogy of media through history, and that sees the emergence of the television medium as a process of remediating other media such as film, vaudeville and the radio. In *Year after Year*, television's genealogy as remediation is emphasized through what I call 'intermedia self-reflexivity', which shows how the evolution of media and the increasing mediatization of Chinese society in the first two decades of the reform period have been impacting the formation of subjectivities in the country, working both towards and against homogenization and consensus.

Year after Year became known as China's first “chronicle-style TV series” (编年史风格的电视剧 *bian nian shi feng ge dianshi ju*), a denomination that emphasized its innovative year-by-year chronology. As already mentioned, its plot is reminiscent of *Yearnings*, and it is no wonder they share the same producer (Zheng Xiaolong 郑晓龙) and the same scriptwriter (Li Xiaoming 李晓明). Both soaps focused on the lives of two families in Beijing and the changes affecting them through the years. But *Year after Year* exacerbated the chronological impulse and its commemoration of the past through recollection by dedicating each of the soap's chapters to a single year, starting in 1978 and totalling 21 chapters in the year 1998.

The plot follows the family of film projectionist Chen Fusheng 陈福生, who lives in a hutong residence near Beihai and represents the urban working classes, and that of Lin Hanmin 林汉民, a leading cadre who was wronged during the Cultural Revolution, representative of a more intellectual class. Chen Huan 陈焕, the son of the Chen family, and Lin Pingping 林平平, the



daughter of the Lin family, grew up as childhood sweethearts (青梅竹马), and together were sent-down during the Cultural Revolution (又一起上山下乡). The soap opens with the two youngsters collecting their test results after the reestablishment of college entrance examinations in 1977. But while Chen Huan is admitted to Beijing Normal University (师范大学), Lin Pingping, who had always been a top student, fails to land a spot due to her father's political problems. With the start of the reform era, however, Lin Hanmin (落实政策) is rehabilitated and returns to a leadership position (重返领导岗位), and Lin Pingping is finally admitted to Peking University (北京大学).

The soap then follows Chen Huan and Lin Pingping's relationship through the years. He embarks on an academic career and becomes a university professor, remaining closer to his grassroots origins; she starts working in television and then moves to the USA to study media production. Once back in China, their romance rekindles and they get married, only to divorce a few years later. Pingping then moves back to the States and the two gradually grow apart. Year after year, the soap also follows the other members of the Chen and the Lin families, affected by the many changes brought to them by the first twenty years of *reform and opening up*.

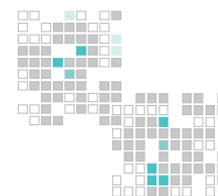
Critics at the time of the original broadcast (see 施旭升, 2000; 王小明, 2000; 王朝宁, 1999, and 张志君, 吴辉, 1999) have noted the extraordinary array of social and economic events covered by the soap opera, which includes the restoration of the college entrance examination, the return of educated youth to the city, the rehabilitation of disgraced cadres, the start of overseas business trades, the installation of the stock market, the demolition of old residences, the relocation to

new apartments, and the start of tourism travel. Specially in the case of the Chen family, the impact of new household appliances is evidenced in the plot. The arrival of the first colour television set, the tape recorder, the washing machine and the refrigerator are all occasions to be celebrated, but at times equally the source of apprehension to Hu Guilian 胡桂兰, Chen Fusheng's wife, who at times seems suspicious of the new devices invading her home, and worries about the growing cost of electricity they will entail.

3. Intermediality and Remediation

Within this intense atmosphere of economic and social change that permeates two of the most extraordinary decades in recent history, *Year after Year* embraces intermediality by concentrating its chronicling efforts around the subject of media transformation, both narratively and formally. The main catalyst for the soap's intermediality is the character Chen Fusheng 陈福生, the head of the Chens, who works in a film theatre projecting Chinese and foreign films, witnessing first-hand the changing habits of the public from the end of the 1970s to the eve of the 21st century.

Intermediality is a highly malleable concept that has been used more and more in the past two decades, largely due to the introduction and dissemination of digital technology and the consequent multiplication of media interactions. Here, I take it to mean the interconnections and interferences that happen between different media, focusing on their relationships rather than on their structures (Rajewsky, 2010; Pethő, 2020). While it is an accepted fact that audiovisual media is, by its own essence, an intermedial phenomenon, there are certain expressions that embrace intermediality into their style, narrative structure and character construction to the



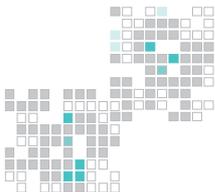
point of depending on intermediality to convey meaning (Nagib and Jerslev 2014). This is the case of *Year after Year*, a television soap opera that sets in motion a series of meaningful dialogues between different media, including cinema, photography, newspaper, radio broadcasts, music, cassettes, video cassettes and, most notably, television itself, conjured up chronologically and denoting a world that is becoming increasingly mediatized. In so doing, it takes the reflexive mode inherent to intermediality to a higher, more evident and exaggerated level, leading to what I call 'intermedia self-reflexivity', by which intermediality in television, the heterotopic space where different media congregate, is necessarily a multifarious, multifaceted form of self-reflexivity.

In order to clarify this argument, it is useful to evoke Bolter and Grusin's (2000) notion of remediation, defined as the process through which different media absorb other media in their evolution. Television, for Bolter and Grusin, emerged from the remediation of film, radio and vaudeville. To this equation, I would add printed media and, in the specific context of China, different forms of operatic theatre. More crucially, however, I would suggest that television also evolves by regularly remediating itself. The plurality of television's genealogy through remediation, as well as its cultural specificities, are made evident in *Year after Year*, where television features widely as a medium striving to achieve cultural significance by paying homage to, rivalling and refashioning other media, specially its older, more respectable brother, the cinema.

Alongside television, the cinema is the other main driving force in *Year after Year*. Projectionist Chen Fusheng claims to know about life through film when giving his son romantic advice. Shown in chapter after chapter as both a zealous projectionist and a privileged

spectator, watching myriad films from his booth, Chen Fusheng witnesses the changes in society by witnessing the changes in films and in audience preferences. Moreover, every chapter of the soap contains a conversation about cinema and television, with Chen Fusheng commenting on his favourite films, new aesthetic experiences and, above all, the menace of television and VHS to his beloved cinema. These sequences are punctuated by extracts taken from over 40 different films, including titles hailing mainly from fellow socialist countries such as *Walter Defends Sarajevo* (Yugoslavia, 1972), *The Flower Girl* (North Korea, 1972), Chinese classics such as *Little Flower* (1979), *Romance on Lushan Mountain* (1980), *Shaolin Temple* (1982) and *Yellow Earth* (1983), and foreign titles such as *The Last Emperor* (Italy, 1985), *The Dream Factory* (1997) and *Titanic* (1998), with mentions in dialogue to at least another 20.

The intermedia self-reflexive plot of *Year after Year* is so pronounced, and Chen Fusheng's bond with the cinema so vital, that, as audience number declines, he starts to gradually lose his eyesight. Not by chance, this happens when the first American film is shown on the big screen in chapter 18, James Cameron's 1994 *True Lies*, opening up the opportunity for a prismatic self-reflexive commentary involving the choice of the film and the projectionist's declining vision. From its title to its then-revolutionary use of CGI technology, explained to a Chen Fusheng in sunglasses sitting in the audience by his son Chen Huan, *True Lies'* attempt to face television's growing hegemony with the spectacle of CGI explosions is the perfect choice to symbolise the end of Chen Fusheng's career as a projectionist. He has left his booth, raised above the stalls, and now sits among the audience, only unable to see. And the cinema – gradually deprived of



its indexical properties, is now little more than a true lie.

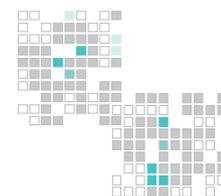
Conversely, the character Lin Pingping represents the emergence of the new media of television in Chinese people's homes and hearts, and its increasing pervasiveness and centrality in Chinese society. After studying Chinese language at Peking University, she starts working for television and is proudly involved in the 1985 pioneering production of *Four Generations under One Roof* (四世同堂), then China's longest TV series. She studies film and television in the USA and gradually becomes a successful businesswoman, leaving China for over a decade. When she returns, wearing sunglasses that once again denote a form of blindness – not a physical but perhaps an emotional one, she is greeted at the airport by American business partners, and despite telling them that she is coming home (“应该说欢迎我回北京”) she moves into a flashy hotel. Lin Pingping represents not only a new generation of Chinese people who travel abroad, learn English and make money, but also, and perhaps more importantly, someone whose subjectivity was forged by an already mediated society. Hers is an electronic subjectivity, seen in opposition to Chen Fusheng's analogue one, forged through a tactile relationship with the celluloid strip.

If on one hand *Year after Year* could be seen as a relentless *myse-en-abyme* of different screens, on the other hand it is also decisively moved by a realist impulse, present in an impressive number of sequences shot on location, the extensive use of documentary footage, a decisive focus on everyday lives of ordinary people, and an impressive use of the long take, a nod to Bazin's notion of aesthetic realism, based on duration. This recalls the importance of Bolter and Grusin's definitive claim that “despite the

fact that all media depend on other media in cycles of remediation, our culture still needs to acknowledge that all media remediates the real. Just as there is no getting rid of mediation, there is no getting rid of the real” (2000, 56-7). *Year after Year* thus complicates such binary oppositions as ‘immediacy and hypermediacy’, ‘transparency and opacity’, revealing a reality that is increasingly mediated but also palpable, resonating with the real experience of urban life in China.

4. Concluding thoughts: towards a consensual subjectivity

Year after year was made as a tribute to the 50th Anniversary of the founding of the People's Republic of China and to the new century (国庆五十周年和新世纪), and celebrates 20 years of *reform and opening-up*. Its focus on television as a media that remediates other media emphasizes its power to forge and define not only careers, destinies and subjectivities, but also a public consciousness and a form of national harmony. Ultimately, each insertion of a television broadcast in *Year after Year* seems to suggest that, within a fast-changing and increasingly media-saturated world, television can still unite the country and create a consensus through a form of shared experience, be it through sport – notably football, Olympics and China's extraordinary volleyball female team 1981 victory at the World Cup; the news, notably Hong Kong's return to China and the 1998 Yang-tze floods; the New Year Galas and, most reflexively, soap operas. Cinema slowly becomes nothing more than an unfortunate casualty and a form of nostalgia, and while *Yellow Earth* has a small audience, *Yearnings* and other featured soaps such as *A native of Beijing in New York*, *No Worries for Men* (男人没烦恼, 1996) and *Love for Children* (儿女情



长, 1996), unite the whole country in front of the small screen. This is repeatedly emphasized by the editing, which assumes the familiar parallel structure and intercuts between shots of different characters simultaneously watching television, staring at different TV screens but always at the same programme.

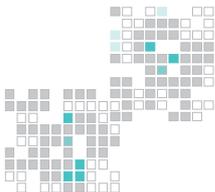
This *main melody* (主旋律 *zhu xuanlü*)⁴ stance in *Year after Year*, remarked by Shi Xusheng (2000), is at its highest level in the soap's final chapter, featuring the national flag and the ever-present image of the rising sun, once a symbol of Chairman Mao and the promise of better days through communism. But, for all its efforts, *Year after Year's* exaggerated form of intermedia self-reflexivity does not allow for complete consensus, disrupting an effort to keep things contained and conformed to the small screen

and the square box. After all, Lin Pingping and Chen Huan, the faces of a new China, are denied their happy ending, and in an important sub-plot Lin Pingping's brother cannot reconcile his social class differences with his wife, who leaves him to open a restaurant and achieves success despite her humble origins. In the end, Lin Pingping – who sees herself as partially a failure, a woman in her forties without a family and unable to write scripts for television soaps, writes a novel chronicling her story with Chen Huan. In 1999, as China prepares to enter the digital age in the twenty-first century, and when consensus will be ever harder to impose, the soap ends with a nod to an older type of print media, the book, and to a time when happy endings and rising suns were still a possibility.

References

- BARKER, Chris (1997), *Global Television: An Introduction*. Oxford: Blackwell.
- BOLTER, Jay David & GRUSIN, Richard (2000), *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- HU, Zhihua and ROBERTO, Maria Teresa (2020), "A Introdução e Recepção da 'A Escrava Isaura' na China". In Gláuks: Revista de Letras e Artes – jul/dez – v. 20, n. 2, pp. 99-123.
- KONG, Shuyu (2012), "The 'Affective Alliance': Undercover, Internet Media Fandom, and the Sociality of Cultural Consumption in Postsocialist China". In *Modern Chinese Literature and Culture*, vol. 24, no. 1 (Spring 2012), pp. 1-47.
- LU, Sheldon H. (2000), "Soap Opera in China: The Transnational Politics of Visuality, Sexuality, and Masculinity". In *Cinema Journal*, Vol. 40, No. 1 (Autumn), pp. 25-47.
- LULL, James (1991), *China Turned On: Television, Reform, and Resistance*. London and New York: Routledge.
- MARLENE, Judith (1994), "The World of Chinese Television," in Donald Altschiller, ed., *China at the Crossroads*. New York: H. W. Wilson.
- PETHŐ, Ágnes (2020), *Cinema and Intermediality: The Passion for the In-Between*. SECOND, enlarged edition. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- RAJEWSKY, Irina, (2010), "Border Talks: The Problematic Status of Media Borders in the current Debate about Intermediality", in Lars Elleström (org), *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 51-69.
- ROFEL, Lisa (2007), *Desiring China: Experiments in Neoliberalism, Sexuality, and Public Culture*. Durham/London: Duke University Press.
- 施旭升(2000),电视剧叙事节奏辨识——兼谈电视连续剧《一年又一年》叙事节奏的营构. In 《中国电视》2000年第4期30-32,共3页.
- TAKAHASHI, Kazuo (1998), "The Impacts of Japanese Television Programs: World wide 'Oshin Phenomena'". In *Journal of Regional Development Studies*, number 1, pp. 143-156.
- WANG, Min and Singhal, Arvind (1992), "Ke Wang, a Chinese television soap opera with a message". In *Gazette* 49: 177-192.

4 The concept of the "main melody" as a reflection of the CCP's ideals embodied in culture was introduced at the National Film Work Conference in 1987, where leaders raised the need to diversify propaganda products with the slogan "promoting the main melody, insisting on variety". The term is now often found in contemporary Chinese Communist Party discourse to describe any activity in the cultural sphere, including media and journalism, that follows the CCP's main political line.



王小明(2000), 颂歌与贺礼——评电视连续剧《一年又一年》. In 《当代电视》2000年第1期24-25,共2页.

王朝宁 (1999), 为百姓作传 说风雨人生——电视连续剧《一年又一年》走进普通百姓家. In 《当代电视》1999年第12期59-60, 共2页.

王赟 , 马立军 (2015), 探析编年体电视剧中的现实主义手法——以《一年又一年》《金婚》为例. In 《现代装饰(理论)》2015年第8期237-,共1页.

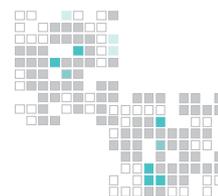
ZHA, Jianying (1995), *China Pop: How Soap Operas, Tabloids and Bestsellers Are Transforming a Culture*. New York: The New Press.

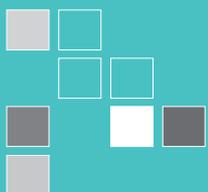
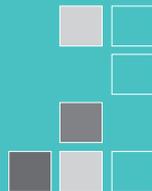
张志君, 吴辉 (1999), 难忘岁月我们曾共同拥有——21集电视连续剧【一年又一年】观后. In 《当代电视》1999年第11期28-30,共3页.

ZHU, Ying; KEANE, Michael; BAI, Ruoyun (2008), *TV Drama in China*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

Websites: <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%80%E5%B9%B4%E5%8F%88%E4%B8%80%E5%B9%B4/32454> <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%80%E5%8F%A3%E8%8F%9C%E9%A5%BC%E5%AD%90/1842085>

Artigo enviado em 03/05/2024 e aceito em 07/06/2024.



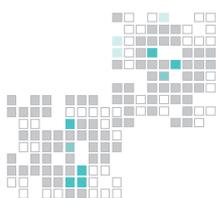


REFLEXÕES SOBRE INICIATIVAS NO SUL GLOBAL, VIA CHINA E AMÉRICA LATINA, NO SETOR DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS E COOPERAÇÃO COMUNICACIONAL

REFLECTIONS ON INITIATIVES IN THE GLOBAL SOUTH, VIA CHINA AND LATIN AMERICA, IN THE CULTURAL INDUSTRIES SECTOR AND COMMUNICATION COOPERATION

REFLEXIONES SOBRE INICIATIVAS EN EL SUR GLOBAL, A TRAVÉS DE CHINA Y AMÉRICA LATINA, EN EL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LA COOPERACIÓN EN COMUNICACIÓN

36



César Bolaño

■ Professor da Universidade Federal de Sergipe, Doutor em Economia pela Universidade Estadual de Campinas, Unicamp.

■ *Profesor de la Universidad Federal de Sergipe, Doctor en Economía por la Universidad Estatal de Campinas, Unicamp.*

■ E-mail: bolano.ufs@gmail.com

Fernando Oliveira Paulino

■ Professor da Universidade de Brasília (UnB), Doutor em Comunicação pela mesma universidade, presidente da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC).

■ *Profesor de la Universidad de Brasilia (UnB), doctor en Comunicación por la misma universidad, presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC).*

■ E-mail: paulino@unb.br

Deqiang Ji

■ Professor e Doutor em comunicação pela Communication University of China.

■ *Profesor y Doctor en Comunicación por la Universidad de Comunicación de China.*

■ E-mail: jideqiang@cuc.edu.cn

RESUMO

O artigo apresenta reflexões sobre iniciativas e possibilidades no Sul Global, a partir de ações na China e na América Latina, no setor das indústrias culturais e na cooperação comunicacional. O objetivo deste artigo é analisar e sistematizar reflexões sobre a experiência da internacionalização nos processos de produção, distribuição e acesso a conteúdos culturais e comunicacionais a partir da percepção de ações realizadas e em desafios localizados no Sul Global a partir da América Latina e da China. Conclui-se que parâmetros associados às indústrias culturais também podem ser úteis para a cooperação científica e acadêmica à medida que as relações entre China e América Latina no âmbito das ciências da comunicação são ainda limitadas.

PALAVRAS-CHAVE: INDÚSTRIAS CULTURAIS, COOPERAÇÃO COMUNICACIONAL, CHINA; AMÉRICA LATINA.

ABSTRACT

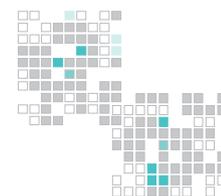
The paper presents reflections on initiatives and possibilities of the Global South, through China and Latin America, in the sector of cultural industries and in communication cooperation. The objective of this article is to analyze and systematize reflections on the experience of internationalization in the processes of production, distribution and access to cultural and communicational content based on the perception of actions taken and challenges located in the Global South taking into account the actions developed in Latin America and China. parameters associated with cultural industries can also be useful for scientific and academic cooperation as relations between China and Latin America in the field of communication sciences are limited.

KEY WORDS: CULTURAL INDUSTRIES, COMMUNICATION COOPERATION, CHINA; LATIN AMERICA.

RESUMEN

El artículo presenta reflexiones sobre iniciativas y posibilidades en el Sur Global, a partir de acciones en China y América Latina, en el sector de las industrias culturales y en la cooperación en comunicación. El objetivo de este artículo es analizar y sistematizar reflexiones sobre la experiencia de la internacionalización en los procesos de producción, distribución y acceso a contenidos culturales y comunicacionales, a partir de la percepción de acciones realizadas y desafíos localizados en el Sur Global, comenzando por América Latina y China. Se concluye que los parámetros asociados a las industrias culturales también pueden ser útiles para la cooperación científica y académica, dado que las relaciones entre China y América Latina en el campo de las ciencias de la comunicación son aún limitadas.

PALABRAS CLAVE: INDUSTRIAS CULTURALES, COOPERACIÓN EN COMUNICACIÓN, CHINA; AMÉRICA LATINA.



1. Introdução

O objetivo deste presente texto é analisar e sistematizar reflexões sobre a experiência da internacionalização nos processos de produção, distribuição e acesso a conteúdos culturais e comunicacionais a partir da percepção de ações realizadas e em desafios localizados no Sul Global a partir da América Latina e da China.

Sul Global é um termo, usado por instituições como o Banco Mundial, para identificar países que não necessariamente fazem parte do Hemisfério Sul Geográfico. O termo foi introduzido em 1969 como uma alternativa mais aberta em substituição ao conceito de “Terceiro Mundo” ou, mais recentemente, de países em desenvolvimento (KRAEMER-MBULA et al, 2020)

Os países do Sul Global podem ser descritos como industrializados recentemente ou em processo de industrialização e frequentemente têm uma história de colonialismo por parte dos Estados do Norte, em maioria europeus. Países como China, Brasil, Índia, México e Indonésia têm as maiores populações e economias entre os estados do Sul Global. Levando isso em conta, este artigo apresenta reflexões sobre iniciativas e possibilidades no Sul Global, a partir de ações na China e na América Latina, no setor das indústrias culturais e na cooperação comunicacional.

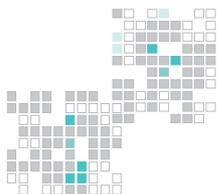
Existem pelo menos dois níveis de análise em relação à posição da China no Sul Global. Por um lado, de uma perspectiva geopolítica e como resultado da longa luta pela construção de uma Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação (UNESCO, 1980) , o governo chinês e seu sistema de mídia afiliado consideram o Sul Global como uma síntese de dois conceitos definidores para este país, a saber “em desenvolvimento” e “Terceiro Mundo”. Em outros mundos, para a comunicação internacional ou global da China, o Sul Global tem implicações econômicas e geopolíticas. A palavra “desenvolvimento” destaca o status econômico

da China em uma estrutura centro-periferia da economia mundial, enquanto o “Terceiro Mundo” herda os laços históricos da China com os países que lutaram para ser independentes das múltiplas formas de imperialismo e colonialismo no século 20

Buscando tirar vantagem das duas identidades citadas acima, a China tem legitimidade para consolidar sua relação próxima com, e possivelmente, embora nunca reivindicada por si mesma, a liderança sobre esses dois mundos. Além disso, como consequência prática da legitimidade discursiva, o governo e as empresas chinesas consideram o investimento nesses países uma estratégia de longo prazo e mutuamente benéfica, incluindo os projetos de infraestrutura para facilitar a revolução digital.

Por outro lado, além de uma lente geopolítica de análise, se o Sul Global também é crítico para a crítica à orientação capitalista em um contexto desterritorializado, a China tem se dedicado a reduzir a extensão do Sul Global em seu híbrido econômico, social e de mídia. Ao longo das últimas décadas, o governo chinês construiu a infraestrutura de telecomunicações mais desenvolvida do mundo para possibilitar conexão ao telefone e à internet como serviços universais para as pessoas em todo o país. Enquanto isso, a digitalização estatal da rede de televisão a cabo está quase concluída, por meio que a maioria das famílias chinesas são capazes de desfrutar de um complexo conteúdo digital e funções interativas.

A influência e os impactos da digitalização dos processos de produção, distribuição e acesso a conteúdos dentro e fora da China também resultam da “*top-down media convergence campaign*”. Desde 2014, a chamada campanha de convergência de mídia de cima para baixo também tem como objetivo fortalecer a capacidade de produção, distribuição e acesso aos serviços dos veículos midiáticos fomentados



pelo Estado em um ambiente de mídia digital e em rede que muda rapidamente. Em síntese, o sucesso da China em minimizar a lacuna Sul-Norte na mídia doméstica e nas indústrias de comunicação também é evidente.

No entanto, saber se a China conseguirá manter seu progresso a partir da tomada de uma potência do Sul Global é uma resposta que depende tanto de uma maior democratização do ambiente da mídia doméstica quanto das mudanças nas reconfigurações geopolíticas da comunicação global.

Outras importantes reflexões sobre as estratégias relacionadas à inserção da China no Sul Global e a relação do país com a América Latina estão presentes no livro *China-América Latina: cómo ir más allá del 2020?*, organizado por Fernando Reyes Matta, Osvaldo Rosales e José Luis Valenzuela, em particular o artigo do primeiro dos organizadores, sobre as possibilidades de cooperação entre China e América Latina (REYES MATTA, 2012). *China-América Latina: cómo ir más allá del 2020* foi um livro produzido a propósito do discurso do primeiro ministro chinês Wen Jiabao em Santiago do Chile, na CEPAL, em 2012. A reflexão de Reyes Matta parte do seguinte trecho do referido discurso, publicado integralmente nesta obra:

A abertura e a inclusão caracterizam as civilizações chinesa e latino-americana, que no intercâmbio recíproco podem compensar os pontos débeis de uma com os pontos fortes da outra e progredir conjuntamente. Quanto maior profundidade adquirir nosso intercâmbio cultural-humano, em maiores consensos chegarão nossos povos e sua amizade se transmitirá de geração em geração. Nos incumbe desenvolver ativamente o diálogo entre as civilizações, ampliar a cooperação em educação, cultura, imprensa e esportes e promover o respeito mútuo e a convivência

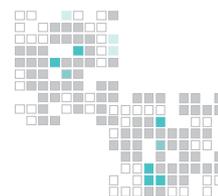
harmoniosa entre as diferentes etnias, credos religiosos e culturas (REYES MATTA et al, 2012, p. 193).

Destaca-se no discurso o profundo reconhecimento das mais antigas tradições latino-americanas, referidas em pé de igualdade com as chinesas, assim como a insistência em identificar, em ambas regiões, “a mesma etapa de desenvolvimento”, forças igualmente emergentes, importantes no cenário internacional. Sem deixar de reconhecer a superioridade do processo econômico chinês nesse cenário, que confere àquele país obvias perspectivas de disputa de hegemonia em nível internacional e as enormes responsabilidades que isso significa, o texto é muito franco em reconhecer – e o artigo de Reyes Matta oferecerá maiores evidências a respeito dessa característica da atual reflexão chinesa a respeito – a dificuldade que o país enfrenta na expansão daquilo que vem sendo compulsivamente tratado sob a noção de *soft-power*.

A respeito da consciência sobre a conquista por parte da China de posição potencialmente hegemônica no concerto das nações, Reyes Matta cita um trecho de um artigo de Zheng Bijian que vale reproduzir:

Esse caminho em direção da modernização pode ser chamado o caminho em direção ao desenvolvimento como uma ascensão pacífica. Algumas potências emergentes na história moderna saquearam os recursos de outros países através da invasão, da colonização, da expansão (...). O surgimento da China até agora foi impulsionado pelo capital, a tecnologia e os recursos adquiridos através de meios pacíficos (REYES MATTA, 2012, p. 199).

Nada garante, evidentemente, que tudo continue assim, mas o fato é que, no discurso



de seus representantes e intelectuais, a China se apresenta como país em desenvolvimento e com pretensões hegemônicas fundadas na esfera econômica, na tecnologia, no intercâmbio equilibrado e no tal *soft-power*, isto é, no plano da cultura, entendida nos termos mais amplos. E é aqui justamente que ela encontra importantes e reconhecidas barreiras. Não se trata de um problema menor mas, ao contrário, do aspecto crucial de um salto qualitativo necessário.

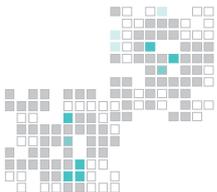
Basta lembrar a consolidação da hegemonia dos EUA no período posterior à 2.a Guerra Mundial, que significou uma total “ruptura no plano da racionalidade” – para usar o termo de Furtado trabalhado em outra ocasião (Bolaño 2011) – que inclui mudanças radicais na organização da Ciência, adequadas à nova estruturação do capitalismo, do seu complexo industrial-militar-acadêmico e da esfera pública constituída em nível internacional, a qual, no período da hegemonia inglesa, assentava na imprensa de massa e nas agências de notícias dos velhos imperialismos nacionais europeus. A consolidação dos Estados Unidos da América como potência hegemônica, sem concorrentes no mundo capitalista, promoverá a total reestruturação dessa esfera pública.

No seu célebre trabalho sobre a mudança estrutural da esfera pública, Habermas (1961) trata da gênese da Indústria Cultural, na transição para o século XX, como superação da esfera pública burguesa, crítica e restrita, por um sistema de manipulação das consciências que esteriliza seu potencial revolucionário no momento da constituição do Estado democrático de massas. A consolidação da hegemonia dos Estados Unidos se dará também pelo controle daquela Indústria Cultural, que assume dimensões globais, comandada por Hollywood e pela grande indústria fonográfica norte-americana, as quais reproduzem, no plano da cultura espiritual, a unificação da cultura

material (FURTADO, 1978), pela expansão da grande empresa, do *big business*, da *big Science*, da *big media* e da cultura internacional popular (ORTIZ, 1999) que ela carrega e que constitui a base mais profunda da hegemonia.

Este é o problema na sua essência. Do ponto de vista da organização industrial, é preciso caracterizar como ele se manifesta concretamente em cada uma das diferentes indústrias culturais. Em linhas gerais, toda a segunda metade do século XX presenciou a coexistência de um oligopólio global, fortemente concentrado em torno das *majors* norte-americanas, nas áreas da música e do cinema e de oligopólios ou monopólios, públicos ou privados, em nível nacional, na radiodifusão, especialmente na chamada TV de massa, que desempenha o papel principal, durante todo o período, na construção da hegemonia no interior do Estado nação, como instância de mediação entre o poder (político e econômico) e as massas de eleitores e consumidores que recebem, em troca de atenção, propaganda, publicidade e programas que garantem a reprodução simbólica do mundo da vida, colonizando-o, para usar mais uma vez a terminologia de Habermas (1981).

O modelo de regulação internacional, em que interesses monopólicos e oligopólicos, nacionais e internacionais, se coadunam, constituindo uma Indústria Cultural global unificada, sob o comando dos Estados Unidos – que controlam os mercados mais importantes e definem a forma cultural do conjunto – mas garantindo a soberania de cada Estado nacional no seu âmbito territorial – de modo, aliás, semelhante ao que ocorria com a divisão de poderes no setor das telecomunicações – entra em crise a partir dos anos 1980 e sobretudo com a digitalização e a convergência. A mutação tecnológica e a expansão da Internet promovem uma incontornável internacionalização da concorrência que torna contestáveis todos os mercados nacionais da cultura industrializada.



O resultado é, a um tempo, o aumento da concorrência e da concentração e centralização do capital nos mais diversos setores.

2. Indústrias culturais, China e América Latina

Concomitantemente, cresce o poder econômico da China, mas não, ou pelo menos não na mesma proporção, o seu poder competitivo nas diferentes indústrias culturais globalizadas. Note-se que a hegemonia industrial norte-americana na área não impede que outros países assumam posições de vantagem e até mesmo hegemônicas, como no caso da indústria japonesa dos jogos e da animação. Considerando ainda a questão em termos puramente de economia industrial, podemos definir três – entre outras inúmeras possíveis – estratégias de inserção na concorrência internacional nas diferentes indústrias culturais e da comunicação, que podemos tomar como tipos ideais:

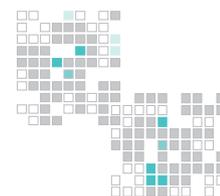
1. A estratégia japonesa citada, também seguida por outros países do extremo Oriente, permite a conquista de toda uma indústria, mesclando o domínio de técnicas e tecnologias com um grau importante de autonomia cultural, assentada em tradições nacionais profundas.
2. A estratégia europeia principal no campo do audiovisual que procura um padrão tecnoestético (Bolaño, 2005) muito semelhante ao norte-americano, o que garante, aparentemente, a sobrevivência num nicho de mercado, explorando a especialização linguística, herança colonial, parte de suas tradições cinematográficas etc., mas abrindo mão de qualquer veleidade de definição de um sistema global de cultura alternativo, como poderia ter sido o caso no momento da construção dos sistemas públicos de radiodifusão ou

no momento de auge das cinematografias nacionais.

3. A estratégia latino-americana é semelhante à anterior e mais radicalmente imitativa do modelo norte-americano. A força da cultura popular e das tradições do subcontinente, não obstante, mais evidente em outros setores, como a música ou o futebol, acabou garantindo uma certa notoriedade e vantagens competitivas na área da teledramaturgia que, no entanto, tende a se dissolver, pois se trata de um único gênero (o “dramalhão”), em que, por um lado, as vantagens de precedência de que a América Latina gozou em certo momento tendem a desaparecer com o passar do tempo e o domínio de processos de produção, distribuição e consumo de outros países e que, por outro, se apresenta decadente, ao menos no seu formato econômico conhecido (a telenovela padrão de pouco menos de um ano de duração).

Outros casos paradigmáticos poderiam ser considerados, como o do cinema (e da televisão) indiano, mas os três acima são suficientes para os propósitos deste texto. O caso chinês apresenta características que facilitam, por um lado, uma estratégia de inserção soberana em mercados culturais-chave (tipo 1), o que, aliado a sua enorme autonomia cultural, apoiada num passado milenar, lhe facultava, por outro lado, nas condições atuais de disputa hegemônica, a possibilidade de proposição de um completo sistema global de cultura alternativo (tipo 2), o que desloca a questão para um nível superior ao da análise das vantagens e desvantagens competitivas em termos de economia industrial.

Na verdade, as eventuais alianças industriais, por exemplo, entre empresas chinesas e norte-americanas, como vêm ocorrendo, são estratégicas na disputa pelo controle dos canais



de distribuição, na exploração de possibilidades técnicas e estéticas, de formatos, no aprendizado em todos os níveis, que não se contrapõem àquela, mais audaciosa, vinculada a suas aspirações de grande potência mundial. Vale ressaltar que, já em 1978, Furtado apontava que

na fase presente do processo de difusão da civilização industrial, a China é aparentemente o único país que reúne as condições necessárias para tentar uma via autônoma e escapar ao processo de homogeneização cultural a que parecem tender inexoravelmente todas as sociedades contemporâneas (FURTADO, 1978, p. 108).

O autor realiza, em seguida, uma interessante análise sobre as dificuldades enfrentadas então pela economia chinesa, aconselhando, por exemplo, a evitar as tentativas da União Soviética e avaliando positivamente a estratégia adotada então em relação à modernização do sistema de defesa nacional. Não é o caso aqui de retomar esse tipo de análise, presente também em outros textos do autor. O importante é que, quase quarenta anos depois, as referidas dificuldades foram em grande medida superadas.

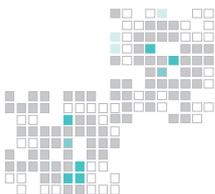
Uma estratégia do tipo 3 (importação de produtos e formatos e especialização na exportação de um gênero tradicional de preço competitivo, pelos custos já amortizados no mercado interno, mas com baixas barreiras de entrada e decadente) está claramente descartada. A China já se tornou, ela própria, o maior produtor de telenovelas do mundo, explorando novos formatos e temáticas próprias. Na área da produção de ficção televisiva seriada não deve residir o interesse principal da China pela América Latina em matéria de economia da cultura, ou melhor, não no *know how* que esta última possa ter, não obstante os

acordos de coprodução envolvendo a Televisa ou a Venevisión.

Na verdade, a posição da América Latina é frágil na atual reestruturação da economia da cultura, sob o acicate da digitalização geral do mundo e do crescimento da utilização e da centralidade do uso da Internet. O caso do Brasil é paradigmático. A privatização do setor de telecomunicações na década de 1990 permitiu a instalação no país de importantes capitais internacionais que, com a convergência, se habilitam para competir na área da distribuição de conteúdo audiovisual. Ao mesmo tempo, a expansão da Internet, das redes de telefonia móvel, dos videogames e todas as inovações trazidas pelo desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação criam, direta ou indiretamente, um novo ambiente concorrencial em que o poder de mercado das empresas instaladas se torna crescentemente contestado. Estas tendem então a aproximar-se no núcleo protegido da velha radiodifusão, onde permanece a barreira institucional em favor do capital nacional, enquanto todo o resto torna-se fonte de oportunidades e de risco.

3. Perspectivas contemporâneas

A tendência que se estabelece então, dado inclusive o enorme aumento da demanda por conteúdo que o atual ambiente competitivo representa, é de reforço das alianças estratégicas entre o capital nacional e o internacional, com uma nova divisão de mercado, que facilita, por exemplo, a entrada deste último nos sistemas de TV paga, ampliando, por outro lado, o espaço de ação das produtoras nacionais, inclusive, no caso em questão, da Globo. Não é possível traçar um panorama mais completo aqui, mas o fundamental é que o grande capital cultural nacional passa a renegociar os termos da sua inserção num sistema global de cultura que se



internacionaliza, aprofundando, para dizer em uma palavra, a dependência cultural.¹

E, no entanto, a cultura brasileira e latino-americana são fortes, representando, se quisermos, uma espécie de Ocidente alternativo, com enorme aceitação no âmbito da cultura popular internacional, evidente se pensarmos o conjunto da cultura num sentido mais profundo – menos no plano da mercadoria e mais naquele em que se define o tal *soft power* que os chineses procuram. Evidência disso é a importância não só do Brasil, mas de outros países da América Latina e do Caribe no seu conjunto no interior do sistema global de cultura, se pensarmos em setores como os da música, do futebol ou da literatura.

Não se deve supor, entretanto, que a posição de relevo que a cultura latino-americana adquiriu seja dada para todo o sempre. Ao contrário, tomando ainda o exemplo do Brasil, Celso Furtado já apontava, ainda na primeira metade da década de oitenta do século passado, o dilema de fundo que a política cultural deveria enfrentar. Segundo o autor,

é a emergência de uma classe média de importância econômica crescente [formada nos marcos da modernização dependente] que introduzirá elementos novos de peso na equação do processo cultural brasileiro (...). A grande maioria de seus elementos está demasiado próxima do povo para poder ignorar a significação cultural deste. Mais

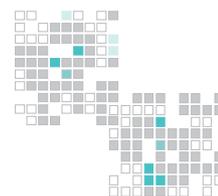
ainda: o caráter de massa da cultura de classe média faz que suas relações com o povo sejam não de exclusão (...), mas de envolvimento e penetração (FURTADO, 1984, p. 24).

Note-se a importância dada à cultura popular, que o autor entende como a chave de toda criatividade nacional. Essa cultura, originária essencialmente das matrizes indígena e africana, da formação cultural brasileira, tendo sido marginalizada por integrantes de elites brancas fascinadas pela cultura europeia ao longo do século XIX, mostrará toda a sua força no momento em que passa a ser recuperada pelos setores de classe média e a elite cultural brasileira, desde, pelo menos, a Semana de Arte Moderna de 1922, mas sobretudo, a partir da revolução de 1930. A meados dos anos 1980, no entanto, a situação é paradoxal:

Desta forma, a ascensão da cultura de classe média é o fim do isolamento do povo, mas também o começo da descaracterização deste como força criativa. Uma visão panorâmica do processo cultural brasileiro neste final de século descobre, num primeiro plano, o crescente papel da indústria transnacional da cultura, que opera como instrumento de modernização dependente. Num segundo plano, assinala-se a incipiente autonomia criativa de uma classe média assediada pelos valores que veiculam essa indústria, mas que tem uma face voltada para a massa popular. Em terceiro plano, abarcando todo o horizonte, perfila-se uma massa popular sobre a qual pesa crescente ameaça de descaracterização (FURTADO, 1984, p. 24).²

¹ É claro que a resistência do movimento pela democratização da comunicação, que exige novas formas de regulação e políticas públicas de comunicação e cultura renovadas, bem como as possibilidades de expansão dos sistemas de comunicação alternativos, pela redução de custos que as tecnologias contemporâneas de informação e comunicação implicam e pelas facilidades de comunicação horizontal que a Internet oferece, também se ampliam. Mas tampouco há espaço aqui para entrar nesses temas, estudadas em outros trabalhos tais como Autor (2011; 2019).

² O otimismo do autor derivava da detecção de uma consciência crítica em alguns segmentos da classe média que estaria contribuindo para elevar o grau de percepção dos valores culturais de origem popular, criando áreas de resistência ao processo de descaracterização.



É possível afirmar que a situação descrita acima permanece vigente e de forma mais intensa. A estratégia atual de empresas culturais brasileiras, imitacionistas e de nicho, ao mesmo tempo em que a ampliação da disputa pelo tempo livre e as tecnologias de informação e comunicação têm ampliado a exposição do público nacional ao produto dos EUA e/ou com padrões estéticos neles referenciados, aprofunda enormemente aquele risco de descaracterização. Por outro lado, as políticas nacionais de proteção do oligopólio midiático, que garante a posição de certas oligarquias políticas ou empresariais, nacionais e regionais, arvoradas na defesa de uma liberdade de expressão que é negada à maior parte da população, facilitam, por um lado, ao confundir informação e ficção, a manipulação propagandística e publicitária e a ação dos mecanismos do populismo de mercado que preservam o déficit democrático, enquanto, por outro, reduzem a competitividade sistêmica do país, pelo alto grau de concentração e centralização que o conjunto do modelo implica.

A solução passa, naturalmente, por ações nacionais e internacionais de cooperação em diálogo com uma verdadeira democratização da comunicação e por políticas culturais abrangentes, estruturantes das políticas de desenvolvimento, no sentido, mais uma vez, de Furtado, para quem toda criatividade e inovação no campo da cultura se definem no jogo sutil das relações entre tradição e ruptura. Assim, “o ato criativo é tanto ruptura como processo que se alimenta da herança cultural, a qual é captada no seu recorte histórico regional, em suas relações com o ecossistema e levando na devida conta a estrutura social em que emerge” (FURTADO, 1986, p. 103).

4. Considerações Finais

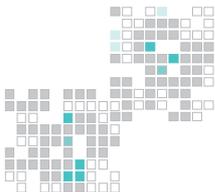
Uma eventual aliança estratégica no campo da cultura entre China e América Latina deve partir do pressuposto básico da necessidade de preservar ou ampliar a autonomia cultural de

ambas as partes, fortalecendo as capacidades de enfrentar os desafios que o atual sistema global de cultura representa. O que significa ampliar os graus de liberdade em relação ao padrão cultural hegemônico e combater a dependência cultural. A capacidade que terá a China de disputar mercado em setores chave da economia da cultura e da comunicação (estratégia tipo 1), como apontado acima, é uma vantagem importante decorrente do poder econômico que o país logrou conquistar, mas constitui também, do ponto de vista da América Latina, uma nova eventual fonte de assimetrias que deve ser bem pesada.

Em qualquer caso, o papel do Estado é fundamental. Reyes Matta (2012) fala da necessidade de se avançar, para além do intercâmbio comercial na área, em direção a uma política de coproduções, sobre a base de um intercâmbio cultural enriquecedor para ambas as partes, referindo-se inclusive às possibilidades de produção de ficção baseada em fatos e momentos históricos de contato entre as duas civilizações. O foco, a meu ver, desse tipo de ação, mais do que na celebração populista do hibridismo, deveria ser justamente a construção de novos padrões tecnoestéticos, que apontem para uma alternativa global para a atual cultura da violência hegemônica, de origem norte-americana, mas que tem se generalizado, atingindo até mesmo o espaço mais tradicional da ficção televisiva latino-americana, em que o velho dramalhão se apresenta muitas vezes, na expressão popular, sob a forma de “narconovela”.

O diálogo entre China e América Latina também poderia se intensificar no âmbito das relações acadêmicas e científicas relacionadas à Comunicação e a Cultura. Certamente, os impulsos já estabelecidos por ações, por exemplo, relacionadas a idiomas pode ser útil³ e

3 Criado em 2004, já há sedes do Instituto Confúcio em Universidades das cinco regiões brasileiras e em instituições de outros países latino-americanos tais como Argentina, México, Cuba, Colômbia e Uruguai, conforme: <https://www.institutoconfucio.com.br/> Acesso em 30 maio. 2024.



estimular produções bibliográficas e audiovisuais compartilhadas. Muito do relatado neste texto em relação a estratégias de alternativas para produção, distribuição e acesso a produtos culturais se aplica à produção acadêmica, pois o fluxo de textos, livros e artigos entre América Latina e China, por exemplo, tem um nível bastante reduzido se comparado à histórica relação latino-americana com os países da Europa e da América do Norte.

Um elemento central no sentido de alterar a dependência cultural é aquele relativo ao controle dos canais e circuitos de distribuição. Neste caso, a posição latino-americana é particularmente frágil, tendo em vista que a estratégia chinesa deve, em princípio, seguir, por um lado, a linha de menor resistência das alianças empresariais e de conquista de espaço no interior do sistema atual, fortemente concentrado nos Estados Unidos e, por outro, na construção e reforço do seu próprio sistema, apoiado na sua brutal superioridade demográfica, que inclui a diáspora chinesa em nível mundial. A mudança estrutural em curso, ao rebaixar as barreiras à entrada do oligopólio global facilita a entrada de empresas de grande porte.

Referências

BOLAÑO, César . O conceito de cultura em Celso Furtado. Salvador: Editora UFBA, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/28659/1/BOLA%C3%91O-o-conceito-de-cultura-em-celso-furtado-EDUFBA-2015.pdf>

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Orgs.). Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005. p. 19-34.

FURTADO, Celso Criatividade e dependência na civilização industrial. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978..

FURTADO, Celso Cultura e desenvolvimento em época de crise. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

O risco de qualquer tipo de aliança estratégica com os Estados Unidos na área é o da colonização da nova e poderosa classe média chinesa pela cultura consumista e violenta do capitalismo norte-americano. Assim, a concorrência em mercados culturais específicos deveria ser pensada como uma estratégia nacional fundamental, mas subordinada àquela de construção de um sistema global de cultura alternativo, o que exige uma preocupação fundamental com a inovação radical. É claro que o objetivo de expansão do padrão civilizacional chinês faz parte do jogo mas, se o que se pretende defender é uma aliança estratégica entre China e América Latina, o ponto de partida e a base de tudo deve ser, e o discurso de Wen Jiabao vai precisamente nesse sentido, o reconhecimento da força da cultura latino-americana, de grande aceitação e reconhecimento no Ocidente e em todo o mundo.

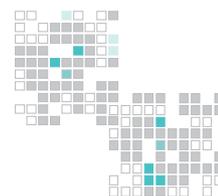
Assim será possível pensar em um tipo de hegemonia novo, não voltado para a imposição de padrões civilizacionais a ferro e fogo, mas baseado no diálogo internacional, segundo uma perspectiva generosa e igualitária.

FURTADO, Celso. Política cultural e o Estado. In: Arquivos Celso Furtado, 5 – Ensaios sobre cultura e o Ministério da Cultura. Rio de Janeiro: CICEF/Contraponto, 2012.

HABERMAS, Juergen. Mudança estrutural da esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, Juergen. Teoría de la acción comunicativa. Madrid: Taurus, 1987, 2 vol.

KRAEMER-MBULA, Erika, TIJSEN, Robert, WALLACE, Matthew L. and McLEAN, Robert (eds.), Transforming Research Excellence: New Ideas from the Global South. Somerset West, South Africa: African Minds, 2020



ORTIZ, Renato Um outro território. In BOLANO, César Ricardo Siqueira (1999). Globalização e regionalização das comunicações. São Paulo: EDUC, 1999.

PAULINO, Fernando Oliveira Paulino et al. Tradiciones de Investigación en Diálogo – Estudios sobre Comunicación en América Latina y Europa. Lisboa: MediaXXI, 2020.

REYES MATTA, Fernando. El intercambio cultural China-América Latina: nuevas estrategias para una creatividad conjunta en el siglo XXI. In REYES MATTA, Fernando; ROSALES, Osvaldo;

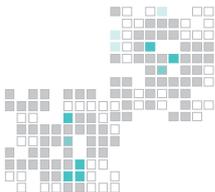
VELENZUELA, José Luis. China-América Latina: cómo ir más allá del 2020?, 2012

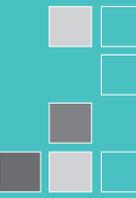
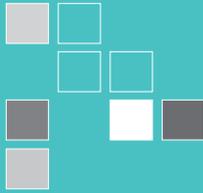
UNESCO. Un solo mundo, voces múltiples. Fondo de Cultura Económica/ UNESCO. Disponível em: <http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2013/05/macbride-1980.pdf> Acesso em 5 set. 2020.

Nota

Os três autores participaram conjuntamente da produção do texto que resulta de iniciativas de cooperação iniciadas em 2012.

Artigo enviado em 03/05/2024 e aceito em 07/06/2024.





CHICHÍ PADRON: UN ESTUDIO DE RECEPCIÓN DE LA SERIE SURCOREANA *SQUID GAME* EN CUBA

CHICHÍ PADRON: A RECEPTION STUDY OF THE SOUTH KOREAN SERIES *SQUID GAME* IN CUBA

CHICHÍ PADRON: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO SOBRE A SÉRIE SUL-COREANA *SQUID GAME* EM CUBA

Tiago Quiroga Fausto Neto

■ Pós-doutorado Interdisziplinäre Zentrum für Historische Anthropologie, Freie Universität (FUB), Berlim, Alemanha. Doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestrado em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Professor da Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB).

■ *Posdoctorado en Interdisziplinäre Zentrum für Historische Anthropologie, Freie Universität (FUB), Berlin, Alemania. Doctorado en Ciencias de la Comunicación por la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA-USP). Maestría en Comunicación y Cultura por la Escuela de Comunicación de la Universidad Federal de Río de Janeiro (ECO-UFRJ). Profesor del Posgrado en Comunicación de la Universidad de Brasilia (UnB).*

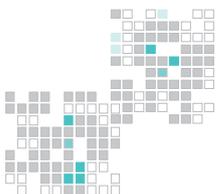
■ E-mail: tiagoquiroya109@gmail.com

Yanet Castellanos Argüelles

■ Doutorado em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Mestrado em Design pelo Programa de pós-graduação em Design do Instituto de Artes da Universidade de Brasília (UnB). Formada em Comunicação Social pela Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV) em Cuba.

■ *Doctorado en Comunicación por el Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad de Brasilia (UnB). Maestría en Diseño por el Programa de Posgrado en Diseño del Instituto de Artes de la Universidad de Brasilia (UnB). Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV) en Cuba.*

■ E-mail: yanetca00@gmail.com



RESUMEN

Desde las mediaciones culturales como procesos inherentes a la comprensión de la globalización, el artículo analiza la recepción de la serie surcoreana Squid Game por parte de vecinos del barrio Los Sirios, en Santa Clara, Cuba. La serie, que llega al país a través del Paquete Semanal, interfaz utilizada por la población como alternativa a las deficiencias de internet, responde por la refinada entrada del neoliberalismo mediante su dimensión simbólica. Por medio de la etnografía, se exploran acercamientos y distancias entre el imaginario global engendrado por la serie coreana y la localidad estudiada centrada en el régimen socialista.

PALABRAS CLAVE: GLOBALIZACIÓN; CONSUMO AUDIOVISUAL; CUBA; SERIE COREANA.

ABSTRACT

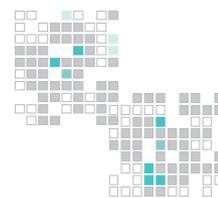
From cultural mediations as inherent processes to understand globalization, the article analyzes the reception of the South Korean series Squid Game by residents of the Los Sirios neighborhood, in Santa Clara, Cuba. The series, which reaches the country through the Weekly Package, an interface used by the population as an alternative to the deficiencies of the Internet, responds to the refined entry of neoliberalism through its symbolic dimension. Through ethnography, approaches and distances are explored between the global imaginary engendered by the Korean series and the locality studied centered on the socialist regime.

KEY WORDS: GLOBALIZATION; AUDIOVISUAL CONSUMPTION; CUBA; KOREAN SERIES.

RESUMO

Desde as mediações culturais como processos inerentes à compreensão da globalização, o artigo analisa a recepção da série sul-coreana Squid Game por parte dos moradores do bairro Los Sírios, na cidade de Santa Clara, Cuba. A série, que chega ao país através do Pacote Semanal, interface utilizada pela população como meio alternativo às deficiências da internet, responde pela refinada introdução do neoliberalismo através de sua dimensão simbólica. Por meio da etnografia explora-se aproximações e distanciamentos entre o imaginário global engendrado pela série e aquele que funda a localidade estudada centrada no regime socialista.

PALAVRAS-CHAVE: GLOBALIZAÇÃO; CONSUMO AUDIOVISUAL; CUBA; SÉRIE COREANA.



Introducción

En los días de hoy, la economía mundial opera de acuerdo con los principios del neoliberalismo, aunque existen países dentro de este marco, que no se ajustan a los modelos de producción y del libre mercado imperante en el mundo contemporáneo (Agamben, 2009). Tal es el caso de Cuba que desde 1959 ha permanecido en un embate indeleble con el gobierno de los Estados Unidos (EU), por no aceptar las lógicas de poder que intentan ejercer sobre la Isla.

El país enfrenta diversos problemas internos que, aunado al embargo económico impuesto por los EU, han dificultado el desarrollo tecnológico y de la infraestructura de las comunicaciones, afectando a la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba (ETECSA), – responsable por prestar los servicios relacionados a internet – y también al Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), entre otros sectores. Estas afectaciones, han hecho que la internet se encuentre rezagada en su desarrollo y aunque ha evolucionado en los últimos años, aún continúa siendo limitada en comparación con otros países. Como consecuencia, los usuarios se encuentran con la indisponibilidad de acceder a contenidos que están en la red, a esto se suman, los precios elevados que deben pagar por los servicios de conexión (ETECSA, 2023). Al mismo tiempo, que escasean las condiciones y presupuestos para realizar programas audiovisuales y mantener la buena calidad de los mismos (MINCOM, 2019), haciéndolos poco atractivos.

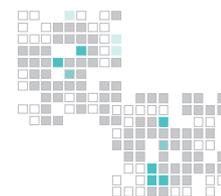
Estas deficiencias tecnológicas, en el marco de los medios de comunicación y la industria audiovisual cubana, trajo como consecuencia la existencia de nuevas interfaces de comunicación informal o clandestina, que, aunque no son legítimamente reconocidas por el estado, es sabido que existen, tal es el caso de Paquete Semanal (PS), que se ha hecho extensivo a todo el país adquiriendo una gran significación para

la población y que a diferencia de los medios antes mencionados, no es reglamentado, no se rige por las políticas del Estado Cubano, escapando del control gubernamental de los medios de comunicación formal, en cuanto a la homogenización del consumo de los materiales que se transmiten.

ELPS comenzó a circular en Cuba en el año 2013¹, se constituye de un conjunto de datos-contenidos digitales comercializados semanalmente por la población y para la población de forma ilegal, en dispositivos tecnológicos como memorias USB y HD externos. Incluye informaciones variadas, para satisfacer todos los tipos de receptores, algunos ejemplos son: materiales académicos, *software*, sitios de anuncios y ventas, publicidades y comerciales (algo que no es transmitido por la televisión estatal) y mayoritariamente, audiovisuales que incluyen, canales de televisión independientes, deportes, *shows*, documentales y programas de Géneros Ficcionales (GF), o sea, novelas, películas y series. En este compendio, si bien existen audiovisuales nacionales, la mayoría de ellos son de nacionalidades foráneas, entre las que resaltan, Corea del Sur, Turquía y Estados Unidos. Se introduce así, el consumo de bienes simbólicos y productos culturales (Bourdieu, 1989; Martin-Barbero, 1987), organizado por medios de producción capitalista, propiciando lo que Marvin Harris, (2004) llama de difusión, que no es más que la transmisión de rasgos socioculturales de una cultura y sociedad a otra distinta, por medio de las nuevas tecnologías.

“Las tecnologías no son meras herramientas transparentes que se dejan usar de cualquier modo, son en última instancia la racionalidad de una cierta cultura y de un modelo global de organización del poder” (Martin-Barbero, 1987, p. 225). Siendo así, basamos nuestro estudio en

¹ Información obtenida a partir de entrevista realizada a uno de los creadores del Paquete Semanal.



una serie de ficción audiovisual que se ha tornado popular entre el público seleccionado, y aunque fue transmitida por Netflix, ha sido distribuida y consumida por los receptores cubanos, a través del PS, se trata de *El Juego del Calamar* (*Squid Game*), en su primera temporada, serie producida en Corea del Sur que combina elementos de los juegos infantiles con la representación de la sociedad neoliberal contemporánea, convirtiéndose en un fenómeno mundial que ha despertado el interés tanto de jóvenes como de adultos. El estudio se llevó a cabo con receptores de la serie, que habitan en el barrio Los Sirios², en Santa Clara, Cuba.

Partiendo de este contexto, el artículo tiene como objetivo analizar las prácticas de consumo audiovisual de la serie *El Juego del Calamar* en los receptores del barrio Los Sirios en Santa Clara, para comprender, cómo son decodificadas y vivenciadas las relaciones de poder neoliberal implícitas en la misma, en sus relaciones cotidianas. Teniendo como hipótesis que los mensajes transmitidos en esta serie coreana, introducen nuevas lógicas de pensamiento, a través de las que se construyen nuevos modelos conductuales. Para la investigación fue utilizada la metodología cualitativa, apoyada en el método etnográfico, y para la recopilación de datos se emplearon como instrumentos la, observación

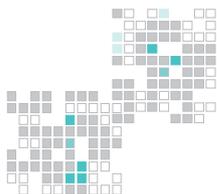
directa, la observación participante, entrevistas a profundidad semiestructuradas, las entrevistas informales y los grupos de discusión.

1. Los audiovisuales como forma de poder neoliberal

La experiencia cotidiana es la vivencia diaria de los sujetos, los gestos, pensamientos, sentimientos, relaciones, acciones y actividades del día a día, o como expresa Ondina Leal (1983), es el espacio-tiempo de lo banal, de la rutinario, de lo mediocre, pero también de las ilusiones y esperanzas, en fin, el modo de existencia social. La cotidianidad, se expresa en todos los ámbitos de la vida, en su devenir histórico social concreto, que se materializa en sistemas de significaciones, modos de pensar y actuar, en el ser y el existir. Comprender las vivencias individuales en sus contextos socioculturales revela las complejidades de la vida contemporánea donde las mediaciones entre los productos culturales y el consumo de audiovisuales de géneros ficcionales se ha convertido en un componente integral. Las mediaciones son procesos que estructuran y reestructuran la lógica de producción y de consumo y por su vez implican considerar tanto el espacio de producción como el tiempo de consumo, conectados por la vida cotidiana, los dispositivos tecnológicos y los discursos de los medios involucrados (Heller, 2016; Martín-Barbero, 2002).

De acuerdo con esto, Canclini (1992) declara, que no hay producción de significados que no se inserten en las estructuras materiales y en las prácticas de la vida cotidiana, por lo que propone una serie de modelos que reflejan la complejidad de las interacciones socioculturales en contextos contemporáneos, coincidiendo con las mediaciones propuestas por Martín-Barbero (2001), algunos de ellos son el consumo transnacional o hibridación cultural, relacionado a la idea de que, gracias a la globalización, en

2 El trabajo de campo que fue realizado en dos fases, que correspondieron a los meses de jun - sept de 2022. En la fase inicial fue definido el audiovisual ya que el PS es muy extenso y fue necesario hacer un recorte, resultando la serie *El Juego del Calamar*, además se identificaron los consumidores de la misma. Para ello, se emplearon como instrumentos de recopilación de datos la observación directa, las entrevistas a profundidad y además se ejecutaron entrevistas informales, aplicadas aleatoriamente a sus vecinos, para un total de 65 entrevistados. De esta forma, identificamos familias que estuvieran viendo la serie y los dos espacios más concurridos del barrio Por lo que, la muestra quedó conformada por un total de 17 personas, a los que se aplicaron simultáneamente los instrumentos. Asimismo, fue acompañado el proceso de consumo audiovisual del episodio # 4, titulado “No abandones al equipo”, con dos familias por separado.



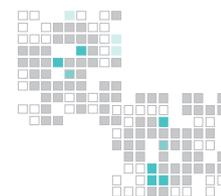
las sociedades contemporáneas, las prácticas culturales no son puras, pues a través del consumo se entremezclan los elementos de diversas culturas, se adaptan y se transforman en nuevas expresiones culturales. Asimismo, habla de los consumidores heterogéneos, ya que los receptores no son pasivos frente a los mensajes y productos culturales, sino que los reelaboran y resignifican de acuerdo con sus propios contextos y por último, las culturas populares y masivas, donde analiza cómo los elementos culturales de raíces populares pueden ser absorbidos por los medios de comunicación masiva y comercializados (Canclini, 1992). El consumo cultural, según el propio autor, también puede verse como escenario para objetivar los deseos y como lugar de proceso ritual, pues no consumimos localmente, el consumo tiene su ritual, su organización y sus lógicas, según los diferentes actores sociales y el producto que se va a consumir, en este caso, producciones audiovisuales.

Al mismo tiempo, afirma Morín (1966, 2001), la producción de audiovisuales y el desarrollo de los medios tales como el cine, la radio y la televisión, etc., suscitaron otra forma de industrialización, la “industrialización del espíritu”, debido al uso que desde el capitalismo se hizo de los bienes culturales, o mercancías culturales, que facilitan el ingreso de los receptores en el reino de lo imaginario, cuando las aspiraciones, los deseos y temores, modelan la imagen que configura sueños, religiones, creencias, estilos de vida, cultura. Es decir, que las interacciones que se erigen entre los discursos mediáticos y la cotidianidad son fundamentales, pues ningún poder se ejerce sin la apropiación o retención del saber, y en ello el papel que juegan las estrategias discursivas en estas configuraciones del espíritu, es determinante, una vez que se sigue buscando la manipulación y el *engagement* de los receptores.

En otras palabras, por tanto, hablamos de cómo el sistema neoliberal ha impactado en la economía de los medios de comunicación y la industria del entretenimiento, impulsando el consumo de los medios en la era digital (Silva, 2014). De hecho, tales discursos promueven la racionalidad neoliberal, en una subjetividad donde, los medios son esos dispositivos de poder, (Foucault, 1979) que privilegian los intereses del mercado por encima de la cohesión social.

En este marco, los servicios de *streaming* han cambiado la forma en que las personas consumen contenido, trayendo una mayor demanda de las series audiovisuales, pues permite a los espectadores ver los episodios a su conveniencia. En el caso particular de las series, han adquirido una notable aceptación por los receptores en la contemporaneidad, una vez que sus tramas reflejan y exploran temas que se relacionan con el estilo de vida que habitamos (Bourdieu, 1990, 1996), permitiéndoles así, entrar con gran aceptación en el imaginario global. De este modo, las series se constituyen un máximo impulsor de la inserción de las culturas en el espacio-tiempo de las tecnologías actuales, ocupando un lugar estratégico en la configuración de los nuevos modelos de la sociedad neoliberal, donde se busca “legitimar tras el poder de los medios de comunicación la omnipresencia mediadora del mercado” (Martín-Barbero, 2001, p. 12).

Las particularidades del consumo de las series audiovisuales de ficción en la población cubana, más específicamente en la comunidad Los Sirios, es que invitan a los receptores a entrar en una cultura y a una narrativa diferente del sistema político, económico social en que se insieren, el sistema socialista. Esto adquiere mayor énfasis en el consumo de la serie coreana *El Juego del Calamar*, una vez que trae doblemente la racionalidad neoliberal, tanto en sus modos de producción, como en su trama.



2. El Juego del Calamar: Un crudo reflejo de la sociedad actual

El Juego del Calamar es una serie de televisión surcoreana de suspenso, creada por Hwang Dong-hyuk, la que puede ser interpretada como una dura crítica del sistema neoliberal. Los participantes, endeudados y desesperados, son empujados a competir en un juego mortal de suma cero por una vida mejor, lo que puede verse como una metáfora del capitalismo desbocado donde el éxito de unos pocos se consigue a expensas de muchos. Los personajes son incentivados a traicionar a los otros para obtener ventaja personal, reflejando la competitividad extrema promovida por el neoliberalismo.

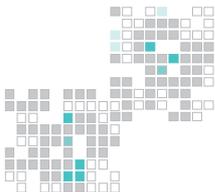
La historia se cuenta en nueve episodios con duración entre 50 y 60 minutos. El audio original de los diálogos se establece en coreano, como decíamos, pero en algunas escenas existen también conversaciones en inglés. En el PS, la serie estaba con tres versiones, una doblada al español de México, que es conocido como un español “neutro”, otra versión doblada con el español de España y la versión subtitulada. El elemento central sobre el que versa la trama, son los juegos mortales, que sirven para impulsar la narrativa y los conflictos entre los personajes. Los mismos, funcionan como etapas que los jugadores deben ir venciendo hasta solo haber un ganador. Algunas veces, las competencias son individuales, otras en equipos y en ocasiones solo deben cumplir un objetivo en un tiempo establecido, pero siempre significando la idea del yo individual, y que las personas van subsistiendo en la medida en que sean capaces de auto desarrollarse. Aunque en la serie, los juegos no se reproducen exactamente como en la vida real, pues varían en reglas y nombres, son reconocidos por los espectadores, ya que son comunes no solo en Corea, sino que son familiares para muchas culturas en diferentes países. El juego del calamar, que nombra la serie, es la última prueba

que deben vencer los participantes, se llama así porque las formas geométricas dibujadas en el suelo en su conjunto, parecen formar un calamar. Al final, la serie sugiere que el verdadero ganador es el sistema y no los jugadores.

El Juego del Calamar se convirtió en un fenómeno cultural a nivel mundial desde su lanzamiento en la plataforma de Netflix en 2021, aunque en Cuba, entró en 2022 como parte de los géneros ficcionales del PS. Según relató su creador, en una rueda de prensa online, publicada en “*The Cinemaholic*”, la historia está inspirada en cómics que tratan sobre juegos de supervivencias y fue desarrollarla como una serie de Netflix (Kundu, 2021), plataforma que en el año 2021 se extendía a más de 190 países³ y, por ende, subtitulada y traducida en múltiples idiomas, entre ellos, inglés, español, francés, alemán, italiano, japonés y portugués, siendo el coreano la lengua original. Hwang (2021) dice, que el nombre *Squid Game*, hace referencia a su juego favorito cuando era niño, un juego increíblemente físico. “Pensé que el juego era una metáfora perfecta para nuestra sociedad altamente competitiva, así que *El juego del calamar* era un nombre perfecto para esta serie” (Kundu, 2021). Se demuestra así el trasfondo cultural y simbólico implícito en este seriado, pues su creador materializa sus vivencias, sus sueños, sus tradiciones y su cultura por medio de una ficción.

La repercusión de la serie y de muchas otras producidas en la industria de los k-drama y del cine coreano, vienen alcanzando un auge internacional por su cultura popular globalmente influyente, han llevado a que espectadores de todo el mundo muestren interés en los juegos y en la cultura coreana y los receptores de Los Sirios no son una excepción, no obstante, la particularidad radica en la forma de entrada al país, el modo de

3 Información tomada del sitio oficial de Netflix



adquisición de sus consumidores, la manera en que es consumida y los dispositivos tecnológicos usados para su consumo.

3. Cultura y cotidianidad de Los Sirios

Era pleno verano en Cuba, en junio, hacía un calor insoportable, el sol estaba tan brillante que encandilaba los ojos. Comenzaba el día, todo estaba en silencio, tranquilo, parecía un barrio fantasma, no se veían casi personas en la calle, debía ser producto del mismo calor y el sol que nos agobiaban. Ya nos esperaba allí, en su casa, el Delegado de Los Sirios (DLS), habíamos contactado con él por teléfono, gracias a varias indagaciones que realizamos. Una vez instalados en su casa, comenzamos un diálogo sobre el barrio Los Sirios, hablamos de sus características socioculturales, sus tradiciones y rutinas, pues nos interesaba conocer sus historias, sus raíces, el día a día, su cotidianidad.

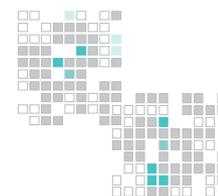
Según nos cuenta, esta comunidad está ubicada en la periferia del Consejo Popular Condado Sur, a una distancia del centro de la ciudad de 4 km. Fue un barrio creado en los años 1930 por un grupo de integrantes de la comunidad judía que se asentaron en la zona, que hoy se conoce como Los Sirios. No tardaron mucho en trasladarse al centro de la ciudad, pero, compraron ese terreno para la construcción de su cementerio, que lleva el nombre de cementerio “Los Sirios”, aunque en realidad se trata de un cementerio hebreo, sobre el que giran historias sombrías de terror, de espíritus que circulan por el barrio y muertos que caminan entre los vivos.

En LS existen dos tipos de población, aquella que está establecida en el barrio, y otra fluctuante, debido a la gran emigración de personas que llegan de otras provincias. Los Sirios, es un barrio marginal sin mucho control legal, que al situarse en las afueras de la ciudad, es un área propensa para los asentamientos poblacionales ilegales, que acarrearán problemas sociales agudos.

Las vestimentas usadas por sus pobladores son estridentes, con inclinación a prendas que muestran el cuerpo, así como existe una tendencia a la ostentación a través de prendas de oro llamativas y ropas de marcas. En cuanto a las tradiciones, observamos que existen los “torneos de dominó”. Cada día al caer la noche, después del horario de comida, que es entre las 6:00 y las 8:00 pm, en las esquinas a cada dos o tres cuadras de Los Sirios, la gente se reúne para jugar dominó. Se forman parejas nuevas y otras que ya son antiguas, para retarse en el juego a ver quién dura más en la silla, se discuten jugadas, hay apoyadores y también rivalidad. Esta es sin duda una de las principales distracciones de los sirienses, al igual que las festividades más significativas, que son realizadas por las organizaciones de masas en diferentes fechas conmemorativas. Sin embargo, la fiesta más importante del año, es sin duda, la del “31”, así les dicen a las fiestas de fin de año, que es celebrada culturalmente por todos los cubanos.

Por otro lado, en LS existen celebraciones que son tradicionales de allí y suceden con frecuencia, tal es el caso de las fiestas religiosas de origen africano, o como también se le conocen “bembé”. El bembé es una celebración que combina elementos de la religión afrocubana, como la santería, con elementos de la cultura católica que, generalmente son dirigidos por santeros, siendo que en la comunidad residen ocho de ellos. Durante un bembé, los participantes tocan tambores, bailan y realizan rituales en honor a sus dioses y antepasados, enriqueciendo la vida cultural del barrio.

Además, existe en LS, una casa de cultura llamada “Chichí Padrón” en homenaje a este mártir que murió en esas tierras. Allí se realizan actividades para los residentes de la comunidad, buscando a través del arte, el enriquecimiento espiritual y una mejora de la calidad de vida de la comunidad, siempre en aras de salvaguardar



la cultura popular tradicional del barrio, que en algunas ocasiones se ve afectada por influencias culturales externas. La participación en la casa de cultura, se ha vuelto rutinaria entre algunos de sus vecinos, como también lo es el consumo de los contenidos digitales del Paquete Semanal, interface a través de la cual los receptores de Los Sirios reciben *El Juego del Calamar*.

La distribución y circulación del Paquete Semanal en Cuba y más específicamente en LS, ha creado un espacio para la interacción y el intercambio de información entre las personas, además de configurar una nueva fuente de ingresos en la sociedad, una vez que la venta de sus contenidos ha creado nuevos negocios. Esta situación ha influenciado en modificaciones culturales y de la vida cotidiana, confrontando tradiciones y alterando estilos de vida, costumbres, gustos, intereses y lenguaje.

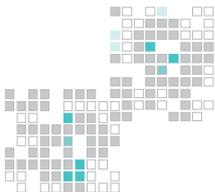
4. Implicaciones socioculturales del Paquete Semanal y *El Juego del Calamar*

Las deficiencias y limitaciones del acceso a la red en Cuba, así como la decadente producción de audiovisuales nacionales llevaron a la población a buscar alternativas para suplir las carencias tecnológicas y de información, surgiendo así el Paquete Semanal, una forma particular de captar y consumir contenidos disponibles en internet. El PS es creado por personas que presentan condiciones económicas, tecnológicas y de infraestructura para acceder y descargar contenidos que se encuentran en la red, para así formar el compendio de informaciones, que es distribuido y vendido a lo largo del país (Argüelles; Maranhão; Câmara, 2019; Castellanos Argüelles, 2018). Lo llamativo en este punto es el poder que ejercen los creadores de los PS, como mediadores entre la información que recogen de la internet y la conformación del PS, para direccionar el consumo de las informaciones que circulan, una vez que son ellos los que deciden

que va a contener cada uno de estos productos, por lo que de cierta forma también actúan como emisores/productores que habría que ver si en el momento de la confección del PS lo hacen con alguna “intención manipuladora o ideológica” (Martin-Barbero, 2002).

Así, los destinatarios del PS se enfrentan a una experiencia de consumo individualizada y transnacional, al disponer de varios contenidos audiovisuales para seleccionar según sus gustos y preferencias, haciendo más variadas sus posibilidades. Ahora las opciones de canales se multiplican al poder consumirse también en diversos dispositivos tecnológicos como computadoras, TV, teléfonos inteligentes, etc., conformando lo que Raymond Williams (2016) llama de hogar privatizado o “privatización móvil”. Mediando la tecnicidad entre los productos culturales y sus receptores, los dispositivos tecnológicos no solamente son utilizados para el consumo cultural, sino que también se emplean como interface para gravar y compartir las informaciones, a saber, memorias flash y HD externos, además de las posibilidades contemporáneas que presentan las redes sociales, por medio de las que también pueden consumir y compartir contenidos. Por lo tanto, el PS se ha tornado una nueva experiencia cultural que satisface consumidores heterogéneos y expande las culturas populares de otros países entre el público cubano, incluyendo los receptores de Los Sirios.

Durante el trabajo de campo, uno de los principales objetivos fue descubrir cuál era el audiovisual difundido por el PS, que más audiencia tenía en los pobladores de Los Sirios. Para ello, se realizaron entrevistas a profundidad con los líderes del barrio, y entrevistas aleatorias con sus vecinos, además de la observación directa y escucha atenta de los mismos. Fueron entrevistadas un total de 65 personas, indagando sobre cuál era el programa audiovisual que



más se estaba viendo por esos días, a lo que 43, respondieron que era el dorama *El Juego del Calamar*. Por tal motivo fue tomada esta serie para realizar el estudio sobre su consumo cultural.

Cuando preguntamos a los entrevistados, cuál era el tiempo aproximado que dedicaban a ver la serie y con qué frecuencia lo hacían, obtuvimos diferentes respuestas. En el caso de las familias, mencionaron que la rutina es verla juntos, todos los días un capítulo después de comer⁴. En una familia, alegaron que en esos momentos estaban compartiendo *El Juego del Calamar*, porque a todas en la casa les gustaba, pero que usualmente, cada quien selecciona el programa que desea consumir, de lo que va saliendo en el paquete. Vale señalar que esta familia está compuesta por tres mujeres de generaciones diferentes, una adolescente de 13 años, su mamá de 39 y la abuela de 65. Argumentaron que cada quien ve lo que desea consumir en su dispositivo, la adolescente en su computadora, la abuela en el televisor, y la madre, generalmente utiliza el celular.

Otra familia, constaba de cuatro miembros, un matrimonio, su hijo de 8 años y la abuela paterna. Aquí resaltamos la edad del niño, porque llamó especialmente nuestra atención que le fuera permitido ver la serie por la trama que transmite. En este sentido, fue el propio niño quien más entusiasmado se mostró durante la entrevista y durante la visualización del episodio 4, “No abandones al equipo”, que presenta la competencia del juego de tirar de la sogá y las estrategias que el equipo debe seguir para ganar/matar el equipo contrario. Durante el tiempo que veíamos el capítulo el niño hacía intervenciones diciendo que ese juego lo practicaban en educación física en la escuela y que el juego “1,2,3 Cruz Roja Es” lo jugaban el tiempo del recreo, añade, además, que en la escuela lo estaban jugando porque lo habían visto en la serie. Este juego, es el primero

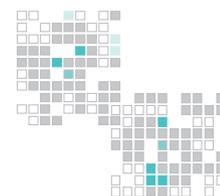
eliminatorio de la serie, “Luz roja, luz verde”, en Cuba se conoce como “1,2,3 Cruz Roja Es” y era tradicionalmente jugado por los niños desde hace varias generaciones. Igualmente sucede con el juego de las canicas y el de la cuerda, solo que son juegos que se habían ido perdiendo con la modernidad de las nuevas tecnologías y ahora se están retomando por medio del consumo audiovisual de *El Juego del calamar*.

Después de terminar el episodio, fue realizado un debate con las familias sobre todo el desenlace de este, y fue levantada una interrogante sobre, cuáles eran sus expectativas para los próximos episodios. Las respuestas fueron similares, pues dijeron que ya sabían lo que iba a pasar, que todos morirían y al final solo quedaría el protagonista, pero que la seguían viendo porque era emocionante las peleas y las luchas por la supervivencia y que se imaginaban cómo sería si tuvieran que pasar por eso. Una de las adolescentes mencionó que fue bonito como todos los integrantes del equipo se unieron para alcanzar un objetivo en común, sin embargo, pasó por alto, que ese objetivo en común, significaba la muerte de otras personas. En ambas familias, expresaron el deseo de una segunda temporada, solo una de las abuelas, señaló que no debían producir series tan violentas, que a ella no le gustaba, pero la veía como forma de entretenimiento.

En respuesta a la misma pregunta sobre el tiempo de consumo de la serie a los jóvenes entrevistados en los espacios más frecuentados, siendo estos, la casa de cultura y los juegos de dominó, cinco de ellos, respondieron que maratonaaron la serie, que cuando terminaban el episodio se quedaban enganchados y querían ver el siguiente. El resto mencionó que solo la veían cuando tenían tiempo o dinero para comprar los capítulos.

Otra cuestión levantada trató sobre qué representaba la trama de la serie para ellos. En este caso la respuesta más repetida fue: la serie muestra que vivimos en mundo cada vez más

⁴ Es la refección de por la noche



competitivo, donde las personas serán capaces de tener éxito en la medida en que sepan defenderse y luchar.

Finalmente, preguntamos a los participantes del estudio, sobre cómo seleccionan a quien comprar los capítulos de la serie, ya que existen varios vendedores de contenidos digitales del PS en el barrio. La respuesta predominante, estaba relacionada a la calidad del servicio de venta, en cuanto a rapidez en llenar las memorias, o sea, la velocidad y calidad de los dispositivos tecnológicos.

Consideraciones finales

Si bien coincidimos con Canclini (1992) en que no existe producción de significados que no se inserten en las estructuras materiales y prácticas de la vida cotidiana, lo que nos llevaría a presentar cómo la realidad del barrio estudiado es capaz de tensionar y reinventar el espacio simbólico de lo que propone la serie, quisiéramos resaltar para concluir, el impacto que el Paquete Semanal y la serie coreana producen en términos de convertirse en representantes destacados de la industria de la comunicación. En el caso del Paquete Semanal, el estudio demostró que el negocio constituye un mercado privado con estrategias de servicio que buscan posicionarse en la mente de los clientes, respondiendo a las leyes de la competencia, por lo que el hecho mismo de la existencia del PS

ya constituye un rasgo característico neoliberal. En el caso de la serie, el análisis de las respuestas obtenidas en los instrumentos aplicados mostró que la identificación de los destinatarios con ella no depende de la edad o el género, sino de que la trama sea divertida, aunque presenta una realidad distópica que caracteriza el modelo global de vida contemporánea. Observamos así, como la racionalidad neoliberal detrás de *El Juego del Calamar* no significa sólo una distorsión de la realidad o un reflejo de la misma, sino también cómo es capaz de afrontar formas de vida autónomas, asociadas a prácticas sociales, simbólicas e imaginarias, que involucra sujetos activos y participantes en procesos culturales y políticos específicos (Borelli, 2002).

Por lo tanto, consideramos que *El Juego del Calamar* brinda una ventana sociocultural a las experiencias surcoreanas, que, si bien puede parecer muy particular y única, aborda realidades globales que las audiencias pueden reconocer y con las que conectarse. En particular, los espectadores estudiados que consumen la serie meramente como forma de entretenimiento terminan expuestos a un tipo de consumo originalmente exógeno a la isla, pero que es capaz de individualizar la imaginación a través de la violencia y la competencia como formas aceptables de entretenimiento.

Referencias

AGAMBEN, Giorgio, O que é contemporâneo? e outros ensaios. Trad: Vinícius Nicastro Honeskol. Chapecó SC: Argos, 2009.

ARGÜELLES, Yanet; MARANHÃO, Ana Carolina; CÂMARA, Rogerio José. Las Tecnologías de la Información y Comunicación y el Diseño de Servicios en Cuba: un estudio de caso sobre el Paquete Semanal. Rev. Intercom: Revista Brasileira de Ciências Da Comunicação, São Paulo, v.42, n .2, p.167–185, ago, 2019.

ARGÜELLES, Yanet Castellanos. Design de serviços no pacote

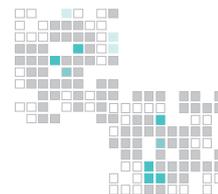
semanal de conteúdos digitais. Estudo de caso Santa Clara – Cuba. 2018. 126 p. Dissertação (Mestrado em Design, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

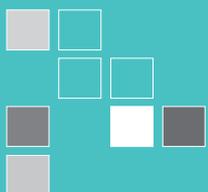
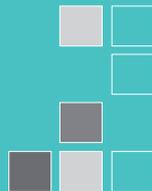
BORELLI, Silvia Helena Simões. Gêneros ficcionais: materialidade cotidiano, imaginário. In: SOUSA, Mauro Wilton (Org.) Sujeito, o lado oculto do receptor, 2 ed. São Paulo: Editora Brasiliens, 2002. p.71–82.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Difel, 1989.

- BOURDIEU, Pierre. Sociología y cultura. México: Grijalbo, 1990.
- BOURDIEU, Pierre; PASSERON, Jean. La reproducción. Teorías para un sistema de enseñanzas. Barcelona: Editorial Laila S.A, 1996.
- CANCLINI, Néstor García. Los estudios sobre Comunicación y Consumo: El Trabajo Interdisciplinario en Tiempos Neoconservadores. Rev. Diálogos de la Comunicación, La Rioja, v.32, p.1–9, 1992.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- ETECSA. Planes, bolsas y paquetes. ETECSA. Cuba, 2023.
- HARRIS, Marvin. Antropología cultural. 3ra ed. Madrid: Alianza Editorial, 2004
- HELLER, Ágnes. O cotidiano e a história. São Paulo: Paz e Terra, 2016.
- KUNDU, Tamal. The Cinemaholic. Is Netflix's Squid Game Based on a True Story? 17 sept, 2021.
- LEAL, Ondina Fachel. A Leitura Social da Novela das Oito. 2013. 137 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1983.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones. Comunicación, hegemonía y cultura. Barcelona: G. Gilli, 1987.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Pistas para entrever medios y mediaciones. Prefacio a la V edición castellana. In: De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía. 2da ed. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 2001. p.11–22.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 2002. p. 39 – 68.
- MINCOM. Informe sobre las afectaciones del Bloqueo a Cuba en el año 2020. Disponible en: < <http://www.granma.cu/cuba/2020-10-22/informe-sobre-las-afectaciones-del-bloqueo-a-cuba-del-ano-2020-22-10-2020-11-10-55> > Acceso en: 02 Feb. 2020
- MORÍN, Edgar. El espíritu del tiempo. Madrid: Taurus, 1966.
- SILVA, Marcel Vieira Barreto. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. Rev. Galáxia, São Paulo, v.14, n 27, p.241–252, 6 jun, 2014.
- WILLIAMS, Raymond. Televisão: tecnologia e forma cultural. Trad. Márcio Serelle; Mário F. I Viggiano. Belo Horizonte: Boitempo, 2016.

Artigo enviado em 04/03/2024 e aceito em 03/05/2024.





FÃS BRASILEIROS DE DORAMAS SUL-COREANOS E K-DRAMALAND: DISTINÇÕES CULTURAIS, ALTERIDADE E IDENTIDADES

BRAZILIAN FANS OF K-DRAMAS AND K-DRAMALAND: CULTURAL DISTINCTIONS, OTHERNESS AND IDENTITIES

FANS BRASILEÑOS DE LOS DRAMAS COREANOS Y K-DRAMALAND: DISTINCIONES CULTURALES, ALTERIDAD E IDENTIDADES

Ligia Prezia Lemos

■ Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP), com pós-doutorado também pela USP. Pesquisadora do GELiDis-USP e do GRUPA-UNIP. Desde 2018 integra a coordenação do GP Ficção Televisiva Seriada, Intercom. Áreas de estudo: linguagem, discurso, narrativa transmídia, TV paga e VoD no Brasil, ficção televisiva do leste e sudeste da Ásia, estudos de fãs.

■ *Doctora y maestra en Ciencias de la Comunicación por la Escuela de Comunicaciones y Artes (ECA-USP), con posdoctorado también por la USP. Investigadora del GELiDis-USP y del GRUPA-UNIP. Desde 2018 integra la coordinación del GP Ficción Televisiva Seriada, Intercom. Áreas de estudio: lenguaje, discurso, narrativa transmedia, TV por suscripción y VoD en Brasil, ficción televisiva del este y sudeste de Asia, estudios de fans.*

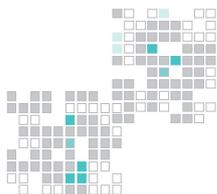
■ E-mail: ligia.lemos@gmail.com

Mariana Marques de Lima

■ Jornalista. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Áreas de estudo: ficção televisiva brasileira e do leste e sudeste asiático, crítica jornalística de ficção, jornalismo cultural, representação social nas ficções.

■ *Periodista. Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA-USP). Maestra en Comunicación y Semiótica por la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (PUC-SP). Áreas de estudio: ficción televisiva brasileña y del este y sudeste asiático, crítica de ficción periodística, periodismo cultural, representación social en la ficción.*

■ E-mail: marit.mlima@gmail.com



RESUMO

Distinções culturais relacionadas a alteridade (Merleau-Ponty, 2019; Trouillot, 2011) e identidades (Hall, 2016, 2019) integram o escopo teórico que direciona a presente pesquisa sobre recepção de doramas sul-coreanos por fãs brasileiros. Foi realizada pesquisa de campo com objetivo de observar hábitos, comportamentos e costumes entendidos como cultura sul-coreana e/ou como constitutivos da K-dramaland (Schulze, 2013). Resultados verificaram percepções culturais nas categorias: comportamento doméstico, relacionamentos amorosos e relações hierárquicas. O artigo conclui que os fãs, ao consumirem esses doramas, estabelecem apenas parcialmente a distinção entre o que seria cultura sul-coreana e o que seria criação da K-dramaland.

PALAVRAS-CHAVE: DORAMAS SUL-COREANOS, ALTERIDADE, IDENTIDADE, FANDOM BRASILEIRO.

ABSTRACT

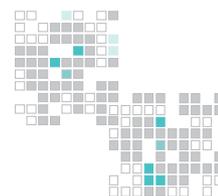
Cultural distinctions related to otherness (Merleau-Ponty, 2019; Trouillot, 2011) and identities (Hall, 2016, 2019) are part of the theoretical scope that directs this research into the reception of K-dramas by Brazilian fans. Field research was carried out with the aim of observing habits, behaviors and customs understood as South Korean culture and/or as constitutive of K-dramaland (Schulze, 2013). Results verified cultural perceptions on categories: domestic behavior, romantic relationships and hierarchical relationships. The article concludes that fans, when consuming K-dramas, only partially establish the distinction between what would be South Korean culture and what would be the creation of K-dramaland.

KEY WORDS: K-DRAMAS, OTHERNESS, IDENTITY, BRAZILIAN FANDOM.

RESUMEN

Las distinciones culturales relacionadas con la alteridad (Merleau-Ponty, 2019; Trouillot, 2011) y las identidades (Hall, 2016, 2019) son parte del alcance teórico que orienta esta investigación sobre la recepción de dramas coreanos por parte de los fans brasileños. Se realizó investigación de campo con el objetivo de observar hábitos, comportamientos y costumbres entendidas como cultura surcoreana y/o como constitutivas del K-dramaland (Schulze, 2013). Los resultados validaron percepciones culturales en las categorías: comportamiento doméstico, relaciones románticas y relaciones jerárquicas. El artículo concluye que los fans solo establecen parcialmente la distinción entre lo que sería la cultura surcoreana y lo que sería la creación de K-dramaland.

PALABRAS CLAVE: DRAMAS COREANOS, ALTERIDAD, IDENTIDAD, FANDOM BRASILEÑO.



1. O eu e o outro: distinções culturais, alteridade e identidades

A circulação de doramas¹ sul-coreanos se intensificou no Brasil a partir da década de 2010, primeiramente por meio dos fansubs, gerenciados por grupos de fãs dedicados a traduzir, legendar e distribuir conteúdo audiovisual, em trabalho voluntário, de fãs para fãs (Urbano, 2020; Andrade, 2021; Vieira, Rocha, França, 2015). Apesar de amadores, os fansubs gerenciam plataformas de streaming semelhantes às comerciais, com navegação avançada e variedade de conteúdo disponível; e são ativos nas redes sociais, onde compartilham links e promovem debates sobre doramas. Com o passar do tempo, os fansubs começaram a realizar os serviços de tradução para empresas de streaming, como Viki Rakuten e IQIYI e, posteriormente, Netflix.

Novas formas de distribuição e consumo de produtos audiovisuais no mercado global (Gun, 2020) indicam a “diversidade de nacionalidades de origem nos fluxos da cultura televisiva contemporânea, bem como nos padrões de consumo dos públicos” (Urbano, Araujo, 2017, p. 3). Atualmente, o sucesso dos doramas sul-coreanos no Brasil pode ser percebido pelo crescimento do número de produções da Coreia do Sul entre os originais Netflix na composição geral do catálogo brasileiro, conforme dados levantados por

Mungioli, Lemos e Penner, que apontam:

(1) o contínuo aumento da quantidade de títulos originais produzidos pela Netflix na Coreia do Sul e (2) o crescimento percentual da participação da Coreia do Sul na composição do catálogo de originais Netflix Brasil (2023, p. 6).

No campo dos Estudos de Fãs brasileiros há destaque para práticas comunicacionais na interação de fãs do Brasil com produtos da indústria de entretenimento sul-coreano (Almeida, 2019; Santos, Santos, 2018); além do papel da internet na propagação desses produtos. Também se observa a relação das comunidades de fãs no sentido de estabelecer e fortalecer a comunicação entre Coreia do Sul e Brasil (Urbano, Araujo, 2017; Figueiredo, Sousa, 2019).

Para Schulze (2013) a recepção das ficções sul-coreanas pelos fãs internacionais ocorre a partir da culturalização dos elementos encenados nas tramas, em que o sentido de cultura coreana vai se construindo ao longo da assistência de diferentes narrativas. Porém, a absorção da cultura nem sempre ocorre de maneira homogênea, pois muitos desses elementos apresentados nesses doramas não podem ser lidos estritamente como parte inerente da cultura sul-coreana, mas sim como elementos constitutivos da chamada K-dramaland. A K-dramaland se refere a um universo imaginado criado por meio da atividade coletiva de escritores, diretores, atores e espectadores de doramas – e não representa intrinsecamente a “cultura sul-coreana” ou a “sociedade” (Schulze, 2013, p. 373). Portanto, não é necessariamente um retrato fiel da sociedade sul-coreana e seus costumes identitários, mas sim um universo independente cuja matéria prima se refere a alguns aspectos culturais do país. Um universo que retrata e, ao mesmo tempo, não retrata a cultura da Coreia do Sul.

¹ Em 2023, o termo dorama foi integrado ao Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (Volp), responsável pelo registro oficial das palavras da língua, com especial atenção à vertente brasileira. O vocábulo é francamente utilizado pelos fandoms do Brasil que o utilizam como fator de identidade, como pode ser comprovado nos nomes de algumas comunidades on-line pesquisadas como, por exemplo, *Dorama Lovers* ou *Dorameiras(o) de Plantão*. Para o fandom, dorama é um termo guarda-chuva, que abrange obras asiáticas pertencentes a culturas de diferentes identidades e localizações geográficas, podendo ser japonesas, sul-coreanas, chinesas, tailandesas, de Hong Kong, de Taiwan entre outras (também conhecidas por suas nomenclaturas em inglês, como J-dramas, K-dramas, C-dramas, etc.).

A nossa cultura adere a nós sem que a percebamos com clareza, e isso se revela singularmente para o outro, fazendo da alteridade (Merleau-Ponty, 2019; Trouillot, 2011; Motta, 2021) um espelho incomum, que mais refrata do que reflete o tempo e o espaço, pois estimula tanto comparações quanto questionamentos. Neste sentido, produtos midiáticos são capazes de revelar e disseminar nossas identidades (Hall, 2016, 2019), pertencimentos e diferenças culturais muito além das narrativas a que se propõem.

Nosso acesso ao mundo se dá a partir da corporalidade, da vida interior e dos pontos de referência que estipulamos e ajustamos a partir de nossa existência e experiências. Daí, nossa concepção de mundo é o que vemos e, mais do que isso, o que aprendemos a ver. Em termos epistemológicos, partimos do pensamento de Merleau-Ponty (2019) que busca entender nosso existir no mundo e nosso encontro com o outro, o dono corpo alheio. Reconhecer nossas diferenças, perceber o que se chama de alteridade, o “se ver” e ao mesmo tempo o “não se ver” no outro, instiga nossa percepção de que nem todos são como somos neste nosso (de todos) estar no mundo em que há diferenças que se traduzem paradoxalmente como atração e medo. Ora, “todos os outros são Outros e o são da mesma maneira” (Trouillot, 2011, p. 139): este ponto nos instigou a observar reações de fãs em comunidades do Facebook a respeito de modos de viver, costumes e hábitos cotidianos sul-coreanos representados na ficção televisiva.

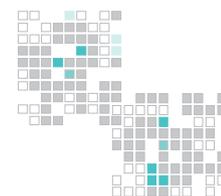
A diferença e a distância forjam a alteridade e instituem quem é o “nós” e quem é o outro. Trouillot (2011) propõe que a diferença entre “nós” e “eles” pode estar no campo discursivo, em que a alteridade implica na introdução de novas vozes ou mesmo novas combinações de sentido que venham a perturbar um ambiente aparentemente estável. Por exemplo, em um

locus em que o “nós” representa algo universal, como o europeu, cristão, masculino e branco; o “eles” representaria a diferença, ou seja, aquele que não é europeu, nem cristão, nem masculino, nem branco (Motta, 2021). Temos incrustada em nós a aceitação de que determinados valores são universais e incontestáveis (Mignolo, 2003) – integrando, assim, a cultura da qual fazemos parte. Por isso, é notável que uma obra de ficção televisiva originária de um ponto distante do globo, em uma língua que não possui nenhuma palavra em comum e uma escrita em que somos analfabetos, pode questionar – e até abalar – esses valores. Neste caso, notamos que fãs brasileiros enumeram diferenças sem serem orientalistas, levando em consideração que o Orientalismo se refere às representações sobre o Oriente construídas historicamente pelo Ocidente, de maneira a perpetuar estereótipos e desigualdades nas relações Ocidente-Oriente (Said, 2007).

O conceito de alteridade surge na antropologia ligado à ideia de se distanciar, de se dispor a explorar novos universos, viajar. E viagens estão relacionadas a mudanças quanto a espaço e tempo, sendo que o retorno possibilita que estejamos dispostos a olhar nossos lugares de sempre com novos olhos. Martín-Barbero (2004), ao citar as viagens da telenovela brasileira pelo mundo, nos lembra de Bauman (1999) que diz que mobilidade é ouro, pois possibilita que mundos de diferentes viajantes não sejam mais exteriores uns aos outros.

Note-se que muitas das construções do outro são baseadas em idealizações e em preconceitos, e esse “outro” ideal – e que, portanto, não existe – pode fazer com que o “outro” real cause “espanto, repulsa e vergonha” (Motta, 2021, p. 37). Afinal, quem é o outro? Qual é a sua identidade?

As identidades modernas vêm sendo descentradas, deslocadas e fragmentadas em um processo que, para Hall (2019) significaria que somos quase pós-concepções fixas. Assim, seu



conceito de sujeito pós-moderno viria carregado de identidades contraditórias e identificações deslocadas, em contraposição a uma identidade unificada, que estaria baseada numa espécie de fantasia narrativa tanto do eu quanto do “outro”. Nesse sentido, para além da globalização, a transnacionalização² – e suas tecnicidades (Martín-Barbero, 2009), representadas, por exemplo, pela disseminação da tecnologia do streaming e consequente circulação de diferentes produtos culturais – estimula uma fragmentação daquela identidade única e estável dos sujeitos, em termos de si e de sua visão do outro; quase que colapsando noções de paisagens sociais e de identidades culturais anteriormente concebidas e imaginadas. Há, no presente, um amplo acesso e convívio com uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades.

Ambicionando pensar a questão da identidade por meio do consumo de doramas sul-coreanos, aludimos à noção de identidade segundo Hall (2019) a partir de dois eixos: o da identidade sul-coreana percebida nas ficções, e o dos fãs dessas ficções que experienciam novas identidades e passam por processos de ruptura e descontinuidades. Levamos em consideração que a identidade é formada na interação entre o eu e a sociedade, num processo constante de formação e modificação, em um “diálogo contínuo com os mundos ‘exteriores’ e as identidades que esses mundos oferecem” (Hall, 2019, p. 11).

Abordamos a questão da identidade sul-coreana e a maneira como ela é vivenciada pelos fãs brasileiros por meio do conceito narrativa da nação, na acepção de como tal nação é apresentada nas produções culturais, pois

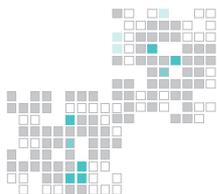
fornece uma série de histórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à nação (Hall, 2019, p. 52).

Por conseguinte, os doramas se inserem nessa dinâmica, dado que tais ficções fazem parte de um sistema de representação cultural concebido pelo próprio governo sul-coreano que, na década de 1990, vislumbrou a importância da indústria do entretenimento para o país.

A ênfase nas origens (Hall, 2019, p. 53) é uma estratégia discursiva para pensarmos alguns aspectos tanto das ficções quanto da ideia de identidade, e nos auxilia na compreensão da formação da cultura nacional no sentido de destacar os elementos da tradição, da continuidade e da intemporalidade. Abarca traços da sociedade que aparentemente são inexoráveis e vistos como imutáveis. Todavia, em se tratando da identidade sul-coreana observada nas tramas, fica evidente a presença do pensamento confucionista, considerado o pilar do comportamento sul-coreano que, com a modernidade e consequentes trocas culturais, se fragmenta e se transforma.

Também aludimos à “invenção da tradição” (Hall, 2019, p. 54), pois a concepção de identidade é definida historicamente e o sujeito assume múltiplas identidades em diferentes momentos, sendo a globalização um dos catalisadores da mudança nas identidades culturais. Desta forma, a tradição inventada consiste num conjunto de práticas de natureza ritualística ou simbólica que tem a finalidade de reiterar valores e normas de comportamentos pela repetição e, ao longo desse processo, dar continuidade a um certo passado histórico adequado. Hall (2019) ressalta que muitas vezes essa tradição pode não ser antiga ou até mesmo ser fabricada, por isso usa

² O fenômeno da transnacionalização permite a circulação de ficções seriadas de diferentes origens, provenientes de dinâmicas relativas à inserção de diferentes países na ordem econômica mundial da atualidade. O transnacional desarranja a relação unilateral estabelecida – do centro para a periferia – e possibilita que players emergentes alterem a hegemonia midiática (Lemos, 2023).



o termo inventada. No contexto dos doramas sul-coreanos, recorreremos à ideia da tradição inventada para explicitar a K-dramaland como conceito definidor desta forma de concepção de mundo ficcional.

2. Percurso metodológico

Realizamos pesquisa de campo, exploratória, de cunho netnográfico (Fragoso et al., 2016), em busca das impressões e percepções dos fãs brasileiros sobre a cultura sul-coreana retratada nos doramas. Nossa hipótese era que os fãs brasileiros percebem aspectos culturais dos doramas como pertencentes à sociedade sul-coreana, sem distinção entre o que seria cultura sul-coreana e o que seria criação da K-dramaland.

Não ambicionamos compreender os trânsitos internacionais de conteúdo per se, e sim verificar uma interface sociocultural específica entre essas duas regiões globais. Essa interface opera como indicadora de compreensão do conceito de alteridade, principalmente a partir de Hall (2019), considerando, como base, o pensamento de Schulze (2013) sobre K-dramaland.

Para isso, em julho de 2022, criamos a primeira versão de um questionário que disponibilizamos para pré-teste em um dos grupos de fãs, obtendo 11 respostas. Realizamos ajustes em duas perguntas fechadas, apresentando mais opções. A seguir, finalizamos e aplicamos o questionário, com seis perguntas, abertas³ e fechadas⁴, a 63 fãs

integrantes de sete⁵ comunidades brasileiras de fãs no Facebook.

As perguntas abertas proporcionaram respostas livres e, com estas, trabalhamos com análise de conteúdo (Bardin, 2011) realizando pré-análise e, a seguir, elaborando uma primeira proposta de categorização, com auxílio de nuvens de palavras⁶ (Lemos, 2016). Efetuamos, em seguida, tratamento de dados e análise da natureza dos assuntos abordados. Vale lembrar que a pesquisa de recepção tem fundamentos qualitativos como pressuposto e parte da ideia de que os sujeitos são produtores de sentido e, por isso, se interessam em negociar, reinterpretar e reelaborar as mensagens dos meios (Jacks et al, 2008), conforme iremos demonstrar na análise mais adiante.

Os 63 fãs respondentes são anônimos e não foram identificados quanto a gênero, raça, escolaridade, faixa etária etc. Esta foi uma escolha metodológica deliberada, pois entendemos que, neste caso, deveríamos garantir o anonimato, preservando a confidencialidade e privacidade dos participantes para obter respostas genuínas, sendo que nosso foco estava mais nas narrativas e respostas pessoais do que na coleta de dados demográficos específicos (Adams et al., 2011). No decorrer do trabalho, apontamos algumas de suas falas destacadas entre aspas na análise a seguir.

3. Resultados e discussões

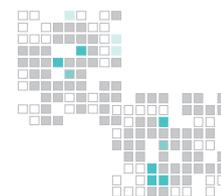
No que diz respeito aos dados quantitativos obtidos, a observação das respostas às questões fechadas mostra fidelidade dos fãs aos doramas, com 47,6% focados apenas nesse formato. Os

3 Perguntas abertas: (1) Comente algum comportamento ou hábito que chama sua atenção nos K-dramas por serem diferentes dos brasileiros; (2) Qual seu sentimento sobre esses hábitos e comportamentos? (3) Você tinha algum conhecimento sobre a Coreia do Sul antes de assistir doramas? Se sim, o que?

4 Perguntas fechadas: (1) Além dos K-dramas, você consome outros produtos da cultura sul-coreana? Quais? (pode marcar mais de uma opção); (2) Você consome outros formatos audiovisuais sul-coreanos? (pode marcar mais de uma opção); (3) Você produz conteúdo sobre K-dramas? Quais? (pode marcar mais de uma opção).

5 As comunidades são: *Séries e Filmes Coreanos/Doramas/kdramas*; *Doramas coreanos*; *K-Drama Series*; *Doramas Coreanos e outros*; *Dorama Lovers*; *Dorameiras(o) de Plantão!!!*; e *Eu amo Doramas*.

6 As nuvens de palavras foram realizadas online, no gerador Wordclouds.



52,4% dos fãs que exploram também outros produtos culturais sul-coreanos indicaram, pela ordem, gastronomia (27%); bebidas (20%); beleza (12%) e moda (10%). Além disso, 31% consomem música, *novels*, literatura, fanfics e *manhwas*, frequentemente relacionados aos próprios doramas como, por exemplo, as trilhas sonoras ou mesmo as *novels* e *manhwas* que

possuem narrativas que dão origem aos roteiros de grande parte dos doramas (Ver Gráficos 1 e 2). Conjecturamos, inclusive, que todos esses produtos culturais aparentemente distintos estão correlacionados ao universo dos K-dramas em particular e à hallyu⁷ em geral. Destacamos, ainda, que ocorreu um boom de publicações de livros sul-coreanos, após nossa coleta.

Gráfico 1: Consumo de outros produtos da cultura sul-coreana

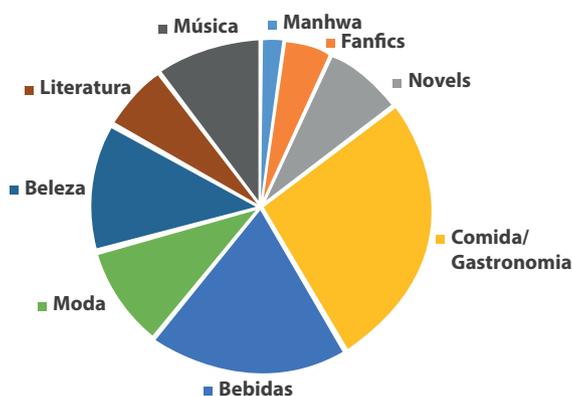
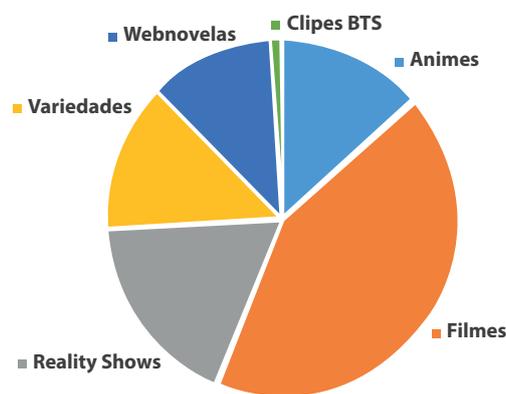


Gráfico 2: Consumo de outros formatos audiovisuais sul-coreanos



Fonte: as autoras (2024).

Quando se trata especificamente de formatos audiovisuais, 39,7% concentram-se exclusivamente em doramas, enquanto 60,3% consomem outros, como filmes, *realities* e *animes*.

Os resultados também revelaram que 46% dos fãs respondentes são produtores de conteúdo, participando ativamente em grupos do Facebook e Instagram, comentando postagens, produzindo críticas e criando conteúdo visual como ilustrações e memes, o que indica a relevância dessas obras e a atividade dos fãs na produção de conteúdo que dialoga com os doramas sul-coreanos.

3.1 Distinções culturais: comportamento doméstico, relacionamentos amorosos e relações hierárquicas

A análise dos dados qualitativos – relacionados aos comportamentos ou hábitos mostrados nos

K-dramas que mais chamaram a atenção dos fãs pesquisados – foi possível graças à criação de três grandes categorias que consideramos a partir das respostas à primeira questão aberta do questionário. As respostas a essa questão (Fig. 1) apontavam para uma significativa percepção de traços da cultura sul-coreana e dos próprios mecanismos da K-dramaland com seus clichês.

⁷ Hallyu, ou onda coreana, é um fenômeno relacionado à difusão global dos produtos da cultura pop sul-coreana, surgido no final dos anos 90. A promoção da Coreia do Sul através do *soft power* (Nye Jr. 2004) (a capacidade de influenciar e atrair outros países e culturas através de recursos como cultura, valores, diplomacia e ideias) visa estabelecer diálogos transnacionais e impulsionar o desenvolvimento econômico do país.

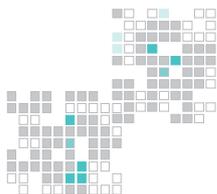
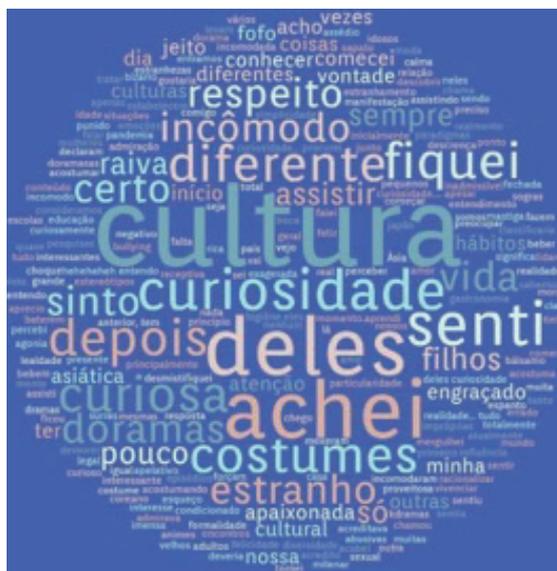


Figura 1 Comportamento ou hábito que mais chamou a atenção



Figura 2 Sentimento ao perceber diferenças

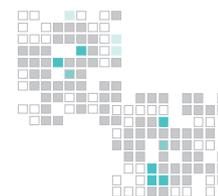


Fonte: as autoras (2024).

Nosso propósito era compreender as percepções culturais e emocionais dos fãs brasileiros de K-dramas em relação aos hábitos e comportamentos retratados. Nesse sentido, análise dos dados referentes à segunda pergunta (Fig. 2) revelou que assistir aos K-dramas parece permitir a certos fãs uma ampliação da compreensão do outro e das diferenças culturais do universo a que esse outro pertence. Por isso, não é de se estranhar que, na nuvem de palavras, a palavra – e subtexto – em destaque na maioria das falas seja, justamente, “cultura”. Em seguida, o substantivo mais citado foi “curiosidade”, sugerindo um interesse em compreender o que é considerado incomum ou “estranho”. Os resultados também indicaram uma oscilação entre a atração e a repulsa em relação a esses comportamentos, evidenciando um caminho de compreensão e aceitação do diferente. Além disso, constatou-se que os K-dramas chegaram a influenciar hábitos de alguns fãs, como o costume de não entrar mais de sapatos em casa

ou de consumir soju, demonstrando um efeito de circulação de identidades culturais.

Em relação à terceira questão, sobre o conhecimento prévio sobre a Coreia do Sul, observou-se que a maioria dos fãs não possuía informações sobre aspectos da vida cotidiana do país antes de assistir aos doramas. Entre os que já conheciam algo sobre o país tivemos em primeiro lugar aqueles que citaram exemplos da cultura pop: Psy, BTS e K-pop; outros destacaram detalhes de geografia e história como a guerra entre as Coreias e ocupação japonesa. O título de Tigre Asiático e a Coreia do Sul como polo tecnológico também foram lembrados. Alguns fãs mencionaram que os sul-coreanos são mais livres do que os norte-coreanos; e, por fim, houve referências à participação em eventos esportivos como a abertura da Copa do Mundo de 2002 e a presença das duas Coreias nos jogos olímpicos. Sublinhamos um ponto importante: é sintomático notar que nenhuma das observações apontadas diz respeito à vida privada, hábitos, costumes,



comportamentos ou diferenças culturais. Todas essas questões que atualmente passaram a fazer parte da compreensão desses fãs sobre a Coreia do Sul estão ligadas ao que foi aprendido ao assistir doramas.

Portanto, a partir dessas pistas e com o objetivo de compreender a inserção dos doramas sul-coreanos em nosso país e seus desdobramentos no que se refere a questões de identidade e de alteridade, criamos as três categorias de análise e passamos a examinar as respostas quanto às percepções das diferenças culturais que mais chamaram a atenção. As três categorias são: (1) comportamento doméstico; (2) relacionamentos amorosos e (3) relações hierárquicas. A seguir, abarcamos as distinções culturais notadas com o intuito de entender como são assimiladas.

3.1.1 Comportamento doméstico

Entre os hábitos ou costumes que mais chamaram a atenção dos fãs destacam-se os que se referem ao comportamento doméstico. Atitudes concernentes à alimentação, como encher a boca de comida ou falar enquanto come são consideradas estranhas aos brasileiros em geral, que ouvem desde criança a recomendação para não falar de boca cheia. “Comer fazendo barulho” e sentar-se no chão “em mesinhas baixas” para se alimentar ou realizar tarefas como cozinhar ou escrever causam espanto. Ainda quanto à alimentação, há menções à divisão de pratos em restaurantes, ao uso de talheres pessoais em travessas coletivas e à colocação de alimentos no prato dos outros durante as refeições.

O abuso de bebidas alcoólicas é apontado. No Brasil há restrições de horário para propaganda de bebidas na TV, inclusive nas ficções, sendo que personagens de telenovela que nos anos 1980 bebiam demais, só recentemente voltaram a fazê-lo. Sobre isso, destacamos uma fala de fã que diz que o hábito que mais chamou sua atenção foi o fato de tanto as mulheres quanto os homens

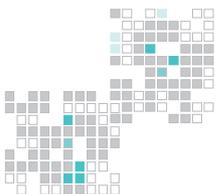
beberem demais e “a família e o par romântico achar isso algo normal, até atraente”.

É nítido que em comentários livres e anônimos sobre produtos culturais sul-coreanos, os fãs brasileiros podem inadvertidamente reforçar estereótipos racistas e preconceituosos. Isto pode ocorrer devido a uma visão superficial e estereotipada daquela cultura, contribuindo para o orientalismo (Min, 2021; Said, 2007). Especificidades de comportamentos e hábitos se destacam nas falas dos fãs devido a sua singularidade, pois são em sua maioria diferentes dos brasileiros. Porém, ocorre que a própria repetição desses hábitos e comportamentos na tela dilui os estranhamentos e, por conseguinte, tais modos de agir vão sendo assimilados como pertencentes a uma cultura diferente: “Foi um certo incômodo porque tinha condicionado na minha mente que todos devem comer de boca fechada e se falar enquanto mastiga é falta de educação, depois de assistir alguns episódios acabei acostumando e percebi que nada do que consideramos como certo é realmente certo em outras culturas, desde então me tornei mais receptiva com as estranhezas de outras culturas”, comenta um fã.

3.1.2 Relacionamentos amorosos

As ficções, de gêneros distintos, tendem a criar seu próprio mundo com suas próprias regras, que devem ser coerentes à proposta de determinado universo ficcional (verossimilhança). Notamos que a temática dos relacionamentos amorosos é propícia para que discutamos diferenças culturais relativas ao que é instaurado pela K-dramaland e o que é próprio das idiosincrasias sul-coreanas.

Um dos comportamentos destacados pelos fãs está presente na fala “Beijar de olhos abertos”. Este ato é constantemente observado nas tramas quando se trata do primeiro beijo do casal. Neste quesito, as diferenças entre o comportamento brasileiro e o sul-coreano parecem se alargar.



A impressão generalizada é que o brasileiro em seu modo de ser – e de ser representado ficcionalmente – tende a ser mais afetuoso e efusivo em demonstrações de afeto (público e privado), diferindo do comportamento sul-coreano visto nos doramas, mais comedido: “O que é mais estranho é o modo em que eles demonstram sentimentos, um abraço ser melhor que um beijo”, sublinha um fã.

Um fator que aparentemente integra a cultura da sociedade sul-coreana vista nos doramas é a visível intromissão dos pais nos relacionamentos dos filhos, papel tão relevante que pode determinar o veto a um cônjuge não pertinente, seja por questões hierárquicas e/ou sociais. Outro comportamento sinalizado pelos fãs concerne à submissão das mulheres nas relações: “O que é mais estranho é como as mulheres são submissas em relacionamentos amorosos, os pais se intrometerem nos relacionamentos”.

O hábito de carregar uma pessoa nas costas é persistente nos doramas e foi salientado nas respostas – e podemos inseri-lo no contexto da K-dramaland. O ato aparenta ser algo somente praticado na ficção, pois para os sul-coreanos parece não condizer com a realidade. Inclusive, o beijo de olho aberto é contraditório, já que normalmente ocorre somente nas narrativas, não apenas sul-coreanas, mas também chinesas e japonesas. Tais elementos podem ter sido criados e difundidos apenas nos universos ficcionais e não integram exclusivamente a cultura, fazendo sentido apenas neste mundo imaginado.

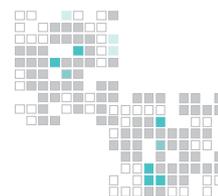
O distanciamento físico e emocional também foi levantado como traço do relacionamento amoroso sul-coreano percebido pelos fãs e se sobressai principalmente nas respostas que apontam para uma visível frieza, o “parco contato físico”, a sutileza no momento da paquera, e pelo fato de que o casal nas tramas costuma protelar o momento do primeiro beijo.

As particularidades neste ponto são percebidas

também via polos opostos, sendo que há tanto quem aprecie essa distinção e ressalte o respeito nas relações, quanto quem a estranhe, até mesmo por se tratar de relação entre adultos. Os fãs mencionam que os casais são reservados na paquera, respeitando etapas como mãos dadas, recato e pouco contato físico.

Observamos que a temática dos relacionamentos românticos vem passando por transformações no contexto das ficções televisivas e deduzimos que é reflexo de mudanças estruturais da sociedade sul-coreana, e que por meio da exportação da sua cultura, ou de sua cultura construída narrativamente, tem se mostrado mais aberta. No início da década de 2010, comédias românticas e melodramas eram compostos por personagens constantemente tipificados, em que se observava uma espécie de modelo de amor verdadeiro, exibição explícita de atitudes machistas (presentes em diferentes relações sociais), e a incomum relação geracional e hierárquica entre sogras e noras, pontuada pelos fãs, com a subserviência desta última que chegava à exploração: “O que mais me chamou a atenção foi o poder exercido pelas sogras e o comportamento submisso das noras (quase escravidão), tendo que cuidar da casa, do marido e da própria sogra”.

Naqueles doramas, os protagonistas masculinos eram retratados como frios, insensíveis, controladores, muito inteligentes e ricos, e se apaixonavam pelas personagens femininas, descritas como gentis, subservientes, tímidas, trabalhadoras, sonhadoras, de bom coração e de classe social distinta de seu par romântico. Essa dinâmica permitia que se acompanhasse a trajetória de transformação do personagem masculino que – influenciado pela mocinha vista em muitos casos como a sua salvadora – consegue, ao lado dela, sair do problema central abordado na trama. Exemplificando essa dinâmica, temos o dorama “Secret Garden”



(SBS, 2010; - Netflix), com enredo em que o personagem masculino, um CEO arrogante e excêntrico, célebre por sua frieza e incapacidade de demonstrar sentimentos, conhece a mocinha pobre e humilde que trabalha como dublê e, a partir daí, iniciam um relacionamento tenso. No desenvolvimento dessa narrativa, vemos comportamentos que hoje seriam classificados como tóxicos, com atos controladores e de extremo ciúme que são interpretados, no caso, como cuidado e zelo.

Recentemente, em alguns doramas, observa-se certa mudança em perfis de personagens masculinos, que parecem exibir um modelo de masculinidade que leva em consideração os anseios da protagonista, mesmo que de maneira idealizada. Assim, temos, por exemplo, o personagem masculino de “Her Private Life” (tvN, 2019 - Netflix/Viki), um homem diferente daqueles comumente retratados, mais sensível, compreensivo, que se comunica bem com sua parceira, com maturidade e sem preconceitos quanto a questões de gosto ou de gênero, por exemplo.

A construção de um modelo ideal masculino difundido fora da Coreia do Sul tem criado uma dissociação entre o homem da ficção e o da realidade. Nas redes sociais digitais, nos deparamos, inclusive, com a crença de que o homem sul-coreano seria idêntico ao das narrativas ficcionais, bonito, elegante e romântico.

3.1.3 Relações hierárquicas

Por fim, as questões hierárquicas depreendidas nas respostas dos fãs evidenciam a influência do confucionismo nas relações sociais entre os sul-coreanos e como ela é percebida pelos brasileiros. A filosofia de vida confucionista não é vista como uma religião e sim como um conjunto de condutas morais que objetivam a ordem social; sendo que as práticas confucionistas (rituais fúnebres, culto filial aos anciões da família, e a hierarquia – esta última uma característica indelével nas tramas) são entendidas pelos fãs como traços intrínsecos

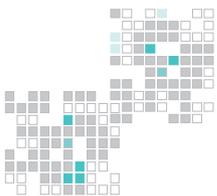
do país.

As questões hierárquicas são citadas com certa inquietação como, por exemplo, no ato de beber virando o corpo para lateral oposta de uma pessoa considerada superior por idade ou cargo profissional. Tal gesto é constante em diferentes doramas e faz parte da etiqueta sul-coreana ao consumir bebidas alcoólicas em grupo. Esse é apenas um exemplo que ressalta a hierarquia na sociedade sul-coreana entremeadada nas múltiplas atividades do cotidiano, inclusive nas regras à mesa.

O ato de se ajoelhar para se desculpar – e também para reverenciar pessoas vivas e mortas – ressoa entre fãs brasileiros, e é visto com fascínio. Presente tanto em doramas sul-coreanos contemporâneos quanto históricos, revela a influência do confucionismo que instaurou transformações consideráveis na estrutura social de Joseon (antiga Coreia),

como a obrigatoriedade dos ritos fúnebres e do culto aos antepassados, a definição de uma estrutura familiar patrilinear, a internalização dos ideais de meritocracia na estrutura de classes coreana e mudanças no currículo das Academias Nacionais (Santos, Cantarino, 2021, p. 2).

Alguns valores confucionistas foram considerados impeditivos para o crescimento econômico sul-coreano; outros como o compromisso com a educação, o empenho em prosperar profissionalmente, e a própria disciplina no que diz respeito ao trabalho, são elementos que compuseram a retomada da economia após sucessivas guerras. Nos doramas, percebemos o quanto a Coreia do Sul como sociedade de orientação coletivista transparece nas tramas, em particular nos quesitos da educação e do trabalho, com narrativas que se voltam inteiramente para essas temáticas e que indicam a importância dos estudos, do ensino superior e consequentemente,



de um bom emprego que irá definir os contornos da vida adulta.

Inclusive, quando uma trama caracteriza determinada profissão, vemos como esta é detalhada para o público, construída de maneira a inserir o personagem num ofício que vai ter um papel específico na ficção. Tal qual uma narrativa da nação (Hall, 2016), os doramas têm apresentado aos fãs brasileiros os contornos de sua filosofia de vida, mesmo que ao longo dos anos esses elementos venham sendo ressignificados.

Mas, os fãs também pontuam as agressões morais e físicas, perpetradas pelos superiores aos subordinados nos doramas, como um modo de tratamento em ambientes corporativos que, no Brasil, seria visto como agressão e assédio moral, punível por lei: “Um comportamento que me surpreende, negativamente falando, é a maneira como os superiores hierárquicos tratam seus subordinados, chegando até a agredi-los”.

Os hábitos e costumes referentes às questões hierárquicas indicadas nos doramas praticamente não têm paralelo no Brasil, causando estranheza entre os fãs gestos como se curvar para cumprimentar, excessiva obediência à família (mãe, pai, avós), ajoelhar-se para pedir desculpas, e o tratamento formal com colegas no trabalho e com estranhos mais velhos.

4. Algumas considerações finais

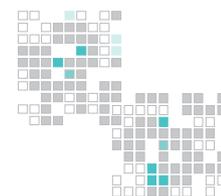
Certos aspectos culturais inseridos nos doramas são lidos pelos fãs como pertencentes à sociedade, sem distinção entre o que seria cultura sul-coreana e o que seria uma criação da K-dramaland, o que confirma em parte nossa hipótese de pesquisa. Especialmente dentro da categoria dos relacionamentos amorosos, em que se nota nas respostas uma ausência de separação entre comportamentos encenados e o que seria a conduta usual na vida cotidiana.

Por outro lado, os fãs brasileiros que responderam à pesquisa têm facilidade em

assimilar comportamentos que lhes causam certa estranheza, pois são capazes de atribuí-los a aspectos inerentes a outra cultura. Também estão dispostos a compreender esses traços e incorporar o que faz sentido em suas rotinas, como tirar os sapatos ao entrar em casa. Os sentimentos iniciais de estranheza e incômodo estimulam a curiosidade e se encaminham para a aceitação, que pode ser tanto pela compreensão dos elementos da ficção, por meio da verossimilhança, quanto pelo entendimento de que naquela cultura é assim que as coisas funcionam.

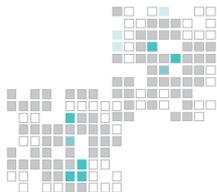
A construção de um universo narrativo como política de Estado é uma característica notável dos doramas. A K-dramaland foi edificada como um mundo ficcional com regras e elementos que percorrem diferentes narrativas e que, à sua maneira, apresenta traços característicos da cultura sul-coreana. Em determinada confluência de sentidos, a comunicação desses traços culturais é plenamente compreendida e absorvida pelos fãs brasileiros que participaram de nossa pesquisa. Assim, tais narrativas possuem a potência de retratar atributos da cultura e os dilemas daquele país, que sabe exportar e atrair, em razão de seu *soft power* (Nye Jr, 2004). Estamos diante de um Estado que se dá a conhecer por meio da ficção televisiva e, desta maneira, deixa de ser o outro, passando a se integrar suavemente à realidade do cotidiano dos fãs estrangeiros.

Por isso, em termos comunicacionais, ao tratarmos de alteridade, podemos afirmar que a tecnologia do streaming de vídeo diminuiu distâncias e possibilitou contato com dramaturgias, culturas, identidades e representatividades de distintos povos e culturas. Estamos diante, então, da expansão de campos simbólicos que se abrem à construção de novas percepções de identidade e alteridade, o que representa um avanço no sentido de desnaturalizar e desconstruir preceitos e imposições culturais que constituem nossa compreensão do outro.



Referências

- ADAMS, Tony; BOCHNER, Arthur; ELLIS, Carolyn. Autoethnography: an overview. *Historical Social Research*, v. 36, 2011, p. 273-290.
- ALMEIDA, Naiane Batista de. *O fenômeno hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul*. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFPb, 2019.
- ANDRADE, N. T. *Fãs e a prática fansubbing: uma análise dos fansubs brasileiros de dramas de TV asiáticos*. Bachelor's thesis, Federal University of Ceará, Fortaleza, Brasil, 2021.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- FIGUEIREDO, Dennisy Silva de; SOUSA, Hercilio de Medeiros. Serviços de streaming e a popularização de dramas asiáticos por Fãs brasileiros. *Revista Acta Scientia*. V.1, N.1, jan/jun de 2019, p. 40-49.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2016.
- GUN, S. C. A Prática de Lazer na Web a Partir do Consumo de K-Dramas. *LICERE*, Belo Horizonte, v. 23, n. 1, 2020, p. 360-393.
- HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Apicuri, 2016.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Lamparina, 12ª edição, 2019.
- JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. *Meios e Audiências: a emergência de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- LEMOS, Ligia Prezias. Série Desalma, GloboPlay: uma discussão sobre transnacionalização e matrizes culturais. *Cambiassu*, 18(31), 2023, p. 148-162. Disponível em: <https://periodicosletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/21041> Acesso em abril 2024.
- LEMOS, Ligia Prezias. Nuvem de tags como ferramenta de análise de conteúdo: uma experiência com as cenas estendidas da telenovela *Passione* na internet. *Lumina* (UFJF Online), v. 10, p. 1-18, n. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21192> Acesso em abril 2024.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, desde e com a telenovela. In: LOPES, Maria Immacolata V. *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. Edições Loyola, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *O visível e o invisível*. Perspectiva; 4ª edição, 2019.
- MIGNOLO, Walter. *Histórias locais. Projetos globais*. Colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.
- MIN, Wonjung. Mis Chinos, Tus Chinos: The Orientalism of Chilean K-pop fans. *International Communication Gazette*, 83(8), 2021, p. 799-817.
- MOTTA, Marina L. P. *Cronotrópicos: Espaço-tempo e alteridade nos relatos de viagem de Mario de Andrade, Gilberto Freyre e Claude Lévi-Strauss*. Dissertação, UFSC. Florianópolis, 2021.
- MUNGIOLI, Maria Cristina; LEMOS, Ligia Prezias; PENNER, Tomaz Affonso. K-dramas originais Netflix no catálogo brasileiro: melodrama e literacia midiática. *RuMoRes*, [S. l.], v. 17, n. 34, p. 55-76, 2023. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2023.215298. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/215298> Acesso em abril 2024.
- NYE JR., Joseph S. (2004). The benefits of soft power. *Working Knowledge*. Harvard Business School.
- SAID, Edward. *Orientalismo: O Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2007.
- SANTOS, Andressa de Souza; SANTOS, Aline Costa dos. Audiovisual nas novas mídias: dramas sul-coreanos no Brasil. *Anais III Jornada Internacional Geminis*. UFSCar, 2018.
- SANTOS, Victoria S. T.; CANTARINO, Nelson M. (2021). Políticas Educacionais e cultura confuciana na Coreia do Sul: desafios para a consolidação de uma sociedade de conhecimento (1945-2000). *XXIX CIC*. Campinas: Unicamp.
- SCHULZE, Marion. Korea vs. k-dramaland: the culturalization of k-dramas by international fans. *Acta Koreana*, vol. 16, n. 2, 2013.



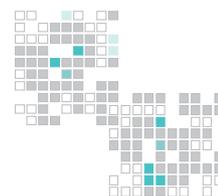
TROUILLOT, Michel-Rolph. *Transformaciones globales: la antropología y el mundo moderno*. Colombia: Universidad del Cauca y Universidad de los Andes, 2011.

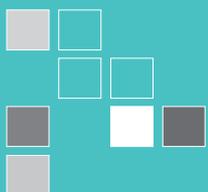
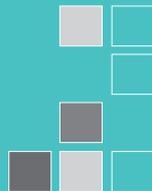
URBANO, Krystal. Fansubbers brasileiros e suas políticas de mediação nas redes digitais. *FAMECOS*, Porto Alegre, v. 27, jan.-dez, 2020, p.1-13.

URBANO, Krystal; ARAUJO, Mayara. Os novos modelos de distribuição e consumo de conteúdo audiovisual asiático nas redes digitais: o caso dos dramas de TV na Netflix BR. *Anais X ABCiber*. 14 a 16/12, Escola de Comunicações e Artes, USP, 2017

VIEIRA, Eloy S.; ROCHA, Irla da Costa; FRANÇA, Lilian M. A aproximação entre indústrias midiáticas e os fãs: o caso do DramaFever no Brasil. *Anais XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro, 2015.

Artigo enviado em 15/12/2023 e aceito em 07/05/2024.





PRODUÇÃO DE SENTIDOS A PARTIR DA MEDIAÇÃO TELEVISIVA BRASILEIRA: JAPÃO E BRASIL

PRODUCTION OF SENSES FROM BRAZILIAN TELEVISION MEDIATION: JAPAN AND BRAZIL

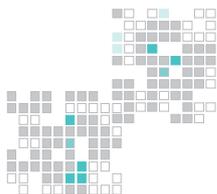
PRODUCCIÓN DE SIGNIFICADOS A PARTIR DE LA MEDIACIÓN TELEVISIVA BRASILEÑA: JAPÓN Y BRASIL

Helen Emy Nochi Suzuki

■ Doutora em Ciências da Comunicação (Universidade de São Paulo), com Bolsa Capes Doutorado Sanduíche na Shizuoka University (Japão). Mestre pela USP, com pesquisa vinculada na pós-graduação da Kyoto University of Foreign Studies (Japão). Docente na Universidade Anhembi Morumbi (UAM-SP) e Pesquisadora do grupo GELiDis (CNPq/ECA-USP). Atua nos temas de ficção seriada, discursos e linguagens, narrativas e identidades, relação intergeracional e imigrantes brasileiros no Japão.

■ *Doctora en Ciencias de la Comunicación (Universidad de São Paulo), con Beca de Doctorado Capes Sandwich en la Universidad de Shizuoka (Japón). Máster por la USP, con investigación vinculada al programa de posgrado de la Universidad de Estudios Extranjeros de Kioto (Japón). Docente de la Universidad Anhembi Morumbi (UAM-SP) e Investigadora del grupo GELiDis (CNPq/ECA-USP). Trabaja en los temas de la ficción serial, los discursos y los lenguajes, las narrativas y las identidades, las relaciones intergeneracionales y los inmigrantes brasileños en Japón.*

■ E-mail: helenochis@gmail.com



RESUMO

O artigo investiga a produção de sentidos mediada pela telenovela brasileira nas identidades culturais de filhos de brasileiros que moram no Japão. O quadro teórico baseia-se principalmente nos Estudos Culturais e nos estudos de linguagem de Bakhtin e a coleta de dados foi realizada no Japão entre maio e novembro de 2017. A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa com a técnica de grupo de discussão. A pesquisa mostrou que as diferenças culturais entre Japão e Brasil determinam o universo desses adolescentes que vivem entre os dois mundos, o Ocidental e o Oriental.

PALAVRAS-CHAVE: TELENOVELA BRASILEIRA; PRODUÇÃO DE SENTIDOS; IDENTIDADES CULTURAIS; FILHOS DE IMIGRANTES BRASILEIROS NO JAPÃO.

ABSTRACT

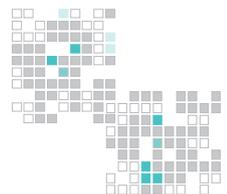
The article investigates the production of senses mediated by the Brazilian telenovela in the cultural identities of children of Brazilians living in Japan. The theoretical framework is mainly based on the Cultural Studies and Bakhtin's language studies and data collection was conducted in Japan between May and November 2017. The methodology used was qualitative research with the discussion group technique. The research showed that the cultural differences between Japan and Brazil determine the universe of these adolescents who live between the two worlds, the Western and the Eastern.

KEY WORDS: BRAZILIAN TELENOVELA; PRODUCTION OF SENSES; CULTURAL IDENTITIES; CHILDREN OF BRAZILIAN IMMIGRANTS IN JAPAN.

RESUMEN

El artículo investiga la producción de significados mediados por la telenovela brasileña en las identidades culturales de los hijos de brasileños residentes en Japón. El marco teórico se basa principalmente en los Estudios Culturales y los Estudios Lingüísticos de Bajtín. Y la recopilación de datos se llevó a cabo en Japón entre mayo y noviembre de 2017. La metodología utilizada fue la investigación cualitativa con la técnica de grupo de discusión. La investigación mostró que las diferencias culturales entre Japón y Brasil determinan el universo de estos adolescentes que viven entre los dos mundos, el Occidental y el Oriental.

PALABRAS CLAVE: TELENOVELA BRASILEÑA; PRODUCCIÓN DE SIGNIFICADOS; IDENTIDADES CULTURALES; HIJOS DE INMIGRANTES BRASILEÑOS EN JAPÓN.



1. Introdução

Em meados dos anos 1980, o Brasil enfrentava o processo de redemocratização com o fim da ditadura militar e no plano econômico passava por uma grande crise dada a recessão econômica, a inflação e o desemprego. Segundo Fausto (2012), a expansão da moeda foi severamente limitada, os investimentos foram cortados e as taxas de juros subiram. Esse período crítico ficou conhecido como o período de “estagflação”, uma combinação de estagnação econômica e inflação.

Do outro lado do mundo, o Japão necessitava de mão de obra estrangeira, sobretudo para conseguir cumprir as encomendas das grandes empresas montadoras. As pequenas empresas japonesas que trabalhavam sob demanda para

as grandes corporações não conseguiam atrair a mão de obra dos jovens recém-formados, pois não ofereciam estrutura de ascensão profissional como as grandes companhias. Dessa forma, a mão de obra nas fábricas era escassa e ao mesmo tempo o trabalho necessitava de agilidade para que fosse competitivo em termos de produtividade. Por conta desses fatores o Japão acaba criando uma legislação regulamentando a contratação de trabalhadores estrangeiros.

Com essa medida no Japão e diante das dificuldades enfrentadas no Brasil, um grande fluxo de brasileiros começou a migrar para o Japão em busca de novas perspectivas de vida. Nos anos 2000 essa migração se intensifica e os brasileiros figuram como o terceiro contingente de imigrantes no Japão, atrás apenas dos chineses e coreanos.

Tabela 01. Residentes estrangeiros no Japão 2004 a 2010

	2004	2006	2008	2010
China	470.940	546.752	644.265	678.391
Coreia	594.117	586.782	580.760	560.799
Brasil	281.413	308.703	309.448	228.702
Filipinas	178.098	171.091	193.426	200.208
Total	1.524.568	1.613.328	1.727.899	1.668.100

Tabela elaborada a partir dos dados do Ministério da Justiça do Japão (2013¹; 2018).

Contudo, a partir do ano de 2011 em diante, a permanência dos brasileiros no Japão decresce, fato considerado relevante devido ao Tsunami que atingiu a costa japonesa e que também provocou o acidente na usina nuclear de Fukushima. Já em

2012, a situação muda e os brasileiros passam ao quarto lugar, atrás das Filipinas e, desde 2016, com o aumento vertiginoso de Vietnamitas no Japão, os brasileiros passaram a figurar o quinto lugar em contingente de imigrantes no Japão.

1 Os números não incluem os próprios “isseis” (imigrantes japoneses que estavam morando no Brasil) nem os “nijukokuseki” (brasileiros que possuem dupla nacionalidade), pois essas pessoas entram no Japão com passaporte japonês. A tabela foi traduzida pela pesquisadora baseada nas informações do site do Ministério da Justiça do Japão, 2013. Disponível em: http://www.moj.go.jp/ENGLISH/m_hisho06_00044.html. Acesso em 10 jan. 2016.

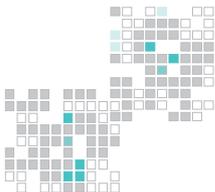


Tabela 02. Residentes estrangeiros no Japão 2011 a 2017

	2011	2012	2015	2016	2017
China	668.644	652.595	665.847	695.552	730.890
Coreia	542.182	489.431	457.772	453.096	450.663
Brasil	209.265	190.609	173.437	180.923	191.362
Filipinas	203.294	202.975	229.595	243.662	260.553
Vietnã	44.444	52.367	146.956	199.990	265.405
Total	1.667.829	1.587.977	1.673.607	1.773.223	1.898.873

Tabela elaborada a partir dos dados do Ministério da Justiça do Japão, 2018².

A ideia inicial era juntar dinheiro e retornar ao Brasil, porém esses brasileiros acabaram formando uma estrutura social local de pertencimento e socialização, muitos deles se casaram no Japão e constituíram famílias, filhos, parentes, amigos e vivências no Japão. Esse processo de consolidação da presença dos brasileiros no Japão ocorreu ao longo do tempo, os brasileiros já relativamente acomodados na permanência no Japão demonstraram carregar consigo marcas desse caminho trilhado e construíram outro olhar sobre suas identidades e sobre os assuntos relativos ao seu país de origem. É nesse contexto que o artigo investiga a produção de sentidos mediada pela telenovela brasileira nas identidades culturais dos filhos de brasileiros que moram no Japão.

2. Debate teórico sobre o espaço social dos brasileiros no Japão

As famílias brasileiras que vivem no Japão acabam por misturar a sua cultura e seu modo de viver com o modo local, pois, segundo Kawamura (2003), essas vivências partilhadas, no estilo da cultura ocidental brasileira e no estilo da cultura oriental japonesa, configuram um processo de concepção das relações sociais de um lado e de outro, ou seja, do estrangeiro e do nativo, em que

a base cultural do ser, seu *background*³ cultural se cruza e se mescla.

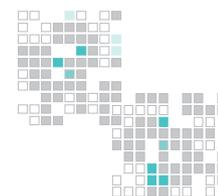
No caso da comparação com as famílias de japoneses e brasileiros, deve-se frisar ainda que, nas famílias japonesas do Japão, a mulher tem um papel importante na estrutura da vida familiar, pois ela fica em contato com o “interior” da família, deve estar sempre presente e é a responsável pelo andamento da casa, inclusive pelo controle financeiro dela. Enquanto o homem é responsável pelo suprimento financeiro através do trabalho. Nesse sentido, nas famílias japonesas, “o papel doméstico das mulheres é valorizado por sua elevada influência na educação dos filhos, sendo frequentemente chamada a participar da orientação deles nas atividades extracurriculares.” (KAWAMURA, 2003, p. 160). Porém, em famílias de brasileiros que moram no Japão, a dinâmica é diferente:

A família nikkey⁴ brasileira, no Japão, diferentemente da japonesa, não se sente responsável pela performance do marido na empresa; tanto a mulher quanto o marido trabalham em tempo integral, restando pouco tempo para o cuidado com a educação dos filhos e os afazeres domésticos. (KAWAMURA, 2003, p. 160).

³ Entenderemos background aqui como o plano de fundo, o antecedente, ou o contexto que cerca o ser.

⁴ Nikkey significa o indivíduo descendente de japoneses que nasceu fora do Japão. No Brasil usa-se essa denominação para filhos ou netos de japoneses que mantêm as características fenotípicas dos japoneses.

² Disponível no site do Ministério da Justiça do Japão. [Número de residentes estrangeiros por nacionalidade], 2018. Disponível em: <http://www.moj.go.jp/content/001271378.pdf>. Acesso em 10 nov. 2018.



Investigar e entender a segunda geração de brasileiros dentro dessa dinâmica familiar foi desafiador nessa investigação, durante a pesquisa foi possível observar que há muitas outras questões envolvidas quando se trata da segunda geração, dos filhos dos imigrantes brasileiros que moram no Japão. Além da questão da língua, essas crianças, geralmente nasceram no Japão ou foram muito pequenas, com seus pais para o estrangeiro. Isso quer dizer que ela cresceu envolvida em duas situações: a) convívio com o local – com a língua dominante japonesa, com o modo social da vivência local e, principalmente acostumada com a cultura local japonesa ou; b) em contato com o mundo brasileiro – com a língua dominante em português, principalmente quando estuda em escola brasileira no Japão, conversa em casa fluentemente com os pais e amigos brasileiros, mas não compartilha muito do universo japonês, mantendo suas amizades e seu círculo social mais ligado à cultura brasileira dos seus pais.

Há outra condição que se descortinou nessa pesquisa, muito deles não compreendem muito bem seu lugar no mundo, pois, não entendem bem a língua dos pais e avós, e por muitos motivos, são considerados estrangeiros no Japão⁵, apesar de terem nascido no país e, principalmente, eles não compreendem por que são brasileiros quando sentem mais identificação com o mundo japonês no qual estão inseridos.

Considerando os estudos de Berger e Luckmann (2012), a família é o pano de fundo sobre a qual o indivíduo nasce já contido/inserido, e que lhe proporcionará alguns marcadores sociais, culturais e econômicos prontos. É a partir desse

background individual (recebido no nascimento) e social (contexto de época em que se nasce), que as relações intergeracionais, entre pais e filhos, vão se construindo e, assim, ocorrem as transmissões de cultura, de ideias, de valores, comportamentos etc. A cultura que pensamos aqui é a cultura formadora do indivíduo que será herdada da cultura do grupo. Concordando com Eliot (2011, p. 26) os termos *indivíduo*, *grupo* ou *classe e conjunto da sociedade* devem ser considerados para se entender a cultura, então a formação individual do ser é um composto do conjunto social em que ele está inserido.

Para a realização da pesquisa, utilizamos algumas referências teóricas que nos ajudaram no entendimento e interpretação dos resultados dessa investigação. Com os Estudos Culturais foi possível analisar os sujeitos da pesquisa inseridos no seu contexto social e, ainda, considerar as condições de migrações e culturas partilhadas. Os Estudos Culturais permitem-nos contextualizar a relação da produção de sentido a partir da telenovela levando em consideração a situação de estrangeiros em que se encontram os brasileiros que moram no Japão. Esse movimento teórico-político ressaltou “os nexos existentes entre a investigação e as formações sociais onde aquela se desenvolve, isto é, o contexto cultural onde nos encontramos”. (ESCOSTEGUY, 2010, p. 136). A partir desse referencial foi possível analisar a produção de sentido de identidade que a narrativa ficcional suscita nestes telespectadores. Segundo Hall (2006), trata-se de um processo contínuo em que o sujeito está deslocado de si mesmo e, parte desse não preenchimento causado pelo deslocamento, é instituída pelo olhar exterior, ou seja, pelas formas imaginadas por nós, de como o outro nos vê. O autor explica ainda a identidade nacional como parte de nossa identidade cultural e formadora dos sentidos que organizam nossa consciência no mundo e no referencial de pertencimento a uma nação.

5 No Japão o sistema de reconhecimento ocorre via *jus sanguinis*, ou seja, de acordo com a nacionalidade dos pais. No Brasil o sistema adotado é *jus soli* que reconhece como cidadão, a pessoa que nasce em seu território. Dessa forma, os brasileiros que nascem no Japão são considerados estrangeiros, e possuem cidadania brasileira.

Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos [...] As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. (HALL, 2006, p. 50-51).

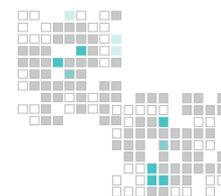
Desse modo, a telenovela brasileira e suas tramas produzem sentidos identitários na medida em que colocam em marcha processos de produção de sentido a partir de temas sociais que se ancoram no cotidiano e, portanto, na cultura brasileira compreendida aqui em sentido amplo. Bhabha (1998) propõe a constituição da cultura entremeada pelas relações de poder do pós-imperialismo colonial, sugerindo novas fronteiras de cultura. Já com os estudos de linguagem de Bakhtin, buscamos a natureza social do ato da enunciação. “A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida.” (BAKHTIN-VOLOCHÍNOV, 2010, p. 99).

Consideramos a telenovela como um dispositivo para a tessitura de discursos que dimensionam a produção de significados e dialogam com a realidade dos sujeitos da pesquisa, pois, nesse sentido, “[...] as formas do signo são condicionadas tanto pela organização social de tais indivíduos como pelas condições em que a interação acontece.” (BAKHTIN-VOLOCHÍNOV, 2010, p. 45). Portanto, é nesse contexto que investigamos a produção de sentidos mediada pela telenovela brasileiras nas identidades culturais dos filhos de brasileiros que moram no Japão.

3. Construção de sentidos e identidades

A telenovela brasileira é reconhecidamente um produto de grande alcance nacional, não só em termos de audiência, mas também como influenciadora dos temas que são discutidos pela sociedade brasileira. O produto televisivo, e em especial o formato telenovela, levando em consideração seu forte poder de difusão, ganha corpo como elemento diferenciado para a produção de sentidos, na medida em que é construído com base em um discurso e está ele próprio, entendido como signo ideológico (VOLÓCHINOV, 2017), sujeito aos tensionamentos que marcam todas as etapas do circuito da comunicação (HALL, 2006). A significação se constrói em todas as etapas do processo criativo, que vai de sua codificação (polo da produção) à decodificação (polo da recepção), passando pelas mesmas operações de codificação/decodificação nas fases de distribuição e circulação.

Por outro lado, a telenovela permite compreender os dilemas e as situações vividas pelos personagens, criando significados e, principalmente, a dimensão desses significados. “Compreender a enunciação de outrem significa orientar-se em relação a ela, encontrar o seu lugar adequado no contexto correspondente.” (BAKHTIN-VOLOCHÍNOV, 2010, p. 137). A telenovela articula significados intrínsecos da narrativa e consegue justificar a moral, a ideologia, a coerência ou o raciocínio lógico por meio dos discursos de personagens, ou seja, a mensagem é compreendida, mesmo que não se concorde com ela. Isso só é possível porque a narrativa televisiva, como produção estética, nos faz vivenciar esteticamente a visão e a experiência do Outro (Bakhtin, 2003) e os valores da sociedade, ou seja, inserem-no em seu horizonte social (BAKHTIN-VOLOCHÍNOV, 2010).



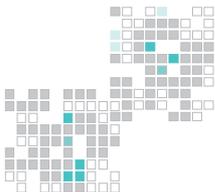
Segundo Martín-Barbero (2004), a telenovela ocupa um lugar determinante na capacidade de produção televisiva e representa uma arena de redefinições político-culturais que nos seus momentos mais criativos testemunhou as dinâmicas internas de uma identidade cultural e plural. Concordando com Martín-Barbero (2008), consideramos a ancoragem da telenovela como uma matriz cultural, pois é necessário compreender que a telenovela exportada da América Latina para a Europa, os Estados Unidos e outros países é um produto cultural que reafirma a força da cultura na memória e no imaginário social. A questão da identidade e da cultura são pontos importantes quando se trata das configurações sociais e, a telenovela participa com um papel fundamental, pois, “essas histórias narradas pela televisão são, antes de tudo, importantes por seu significado cultural” (LOPES, 2004, p. 125). Nesse sentido, também é importante pensar na difusão dos meios de comunicação vistos da perspectiva cada vez mais intensa dos processos de migrações. Pois, a televisão leva o conteúdo da narrativa e com ela outras enunciações, que marcam intenções e estabelecem territórios no sentido de demarcar a cultura deste que é levada para o Outro.

A telenovela vai falar da vida cotidiana dos personagens que reflete a sociedade na qual está inserida e faz parte e, nesse sentido, considerando a visão de Berger e Luckmann (2012), a realidade da vida cotidiana é um conhecimento que dirige a conduta das pessoas. Também pensaremos na instância da vida cotidiana como substância social da história conforme Agnes Heller (2008) e na interação dialética das mudanças na natureza da vida cotidiana conforme Anthony Giddens (1991). Dessa forma, é a vida entendida pelo homem no sentido de um ser social imerso dentro de padrões, normas, formas de conduta e pensamento já existente e que conduzem sua ação e seu jeito de estruturar e pensar a vida. Se

o indivíduo e o mundo que o cerca atuam para a construção de uma realidade social, então ela é construída a partir dessa interação do ser individual e do ser social. Exatamente nessa construção social que se firmam os hábitos, as formas culturais, os significados etc. que serão transmitidos de geração para geração. Com isso, consideramos que a realidade social do ser no seu tempo, na sua geração – com seus hábitos, culturas e significados - serão os norteadores das decisões e valores que esses pais (essa geração de pessoas) discutirão/transmitirão a seus filhos.

As tramas apresentadas pela televisão representam na sua essência a expressão cultural de um povo. “A ficção televisiva configura e oferece material precioso para entender a cultura e a sociedade de que é expressão” (LOPES, 2004, p. 121). Para Lopes (2009), a comunicação possibilita a (re)construção das identidades e a telenovela proporciona uma participação e um pertencimento que é partilhado com outros espectadores e possibilita também promover uma identidade e um reconhecimento do que se é. Então, quando a telenovela apresenta as matrizes culturais de um povo, é possível se reconhecer nela. Nesse sentido, pensar a identidade e o lugar em que se está é uma forma de articular algumas significações. O lugar ao qual pertencemos nos diz muitas coisas sobre nossa identidade. Estar em algum lugar, possuir uma infinidade de referências, que já existem presentes antes de nós, ajuda a construir e a solidificar dentro de nós, um lugar no mundo geográfico e, mais importante ainda, um lugar no mundo do pertencimento a uma cultura.

A identidade cultural, assim construída, é corroborada pelo lugar ao qual pertencemos e, esse lugar é o primeiro ponto de apoio para a construção do sentido do mundo que nos rodeia. Nesse sentido, Hall (2006) argumenta que nas situações em que esse lugar de permanência não corresponde ao lugar de pertencimento, temos



uma ruptura com as certezas que pareciam inicialmente solidificadas, então, a identidade não é mais a mesma. “Na situação da diáspora, as identidades se tornam múltiplas.” (HALL, 2009, p. 26). Nessas diversas situações de identidades múltiplas, diferenciadas, emprestadas, adequadas para aquele momento e situação, algumas coisas necessitam continuar estabelecendo coerência, há uma necessidade de se agrupar, ou melhor, de se identificar para formar um grupo em que os laços sejam inaugurados para que seja possível a instauração de uma identidade comum e partilhada por essas pessoas.

4. A segunda geração e a relação com a telenovela brasileira

Para entender a mediação da telenovela brasileira na relação entre pais e filhos de imigrantes brasileiros no Japão, realizamos grupos de discussão com jovens adolescentes do Ensino Médio do 2º e 3º anos de uma escola brasileira na província de Shizuoka. Aplicamos um questionário para todos os alunos que nos forneceram condições para selecionarmos os adolescentes que comporiam a amostra; filhos de imigrantes brasileiros que moram com seus pais e assistem ou já assistiram à telenovela brasileira no Japão. Vale ressaltar que essa escola é de ensino “brasileiro”, ou seja, uma escola cujo currículo segue as normas brasileiras e as aulas são ministradas na língua portuguesa. Esse questionário preliminar também ajudou a investigar, num recorte mais abrangente, algumas proposições sobre esses moradores brasileiros no Japão e suas relações familiares. Os critérios de seleção utilizados foram respectivamente: 1) assistência à telenovela; 2) tempo/frequência dedicado a essa assistência formando dois grupos:

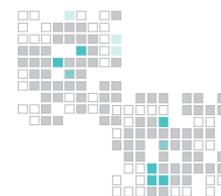
- a) grupo 01 com 4 alunos e 4 alunas com idade entre 16 e 17 anos do 2º ano.
- b) grupo 2 com 4 alunos e 2 alunas com idade entre 17 e 18 anos do 3º ano.

O formato em grupo favoreceu o acolhimento de uma questão que é ao mesmo tempo delicada, mas comum aos participantes, já que tratamos com adolescentes: a relação com seus pais, seu cotidiano em família e na sociedade, sua relação com a telenovela e com o Brasil ou a imagem que eles possuem do Brasil. Então, a escolha do grupo homogêneo, em que todos já se conheciam e faziam parte de um mesmo grupo social, com faixas etárias aproximadas, facilitou a interação. Flick (2009) também esclarece o método afirmando que a dinâmica de grupo reforça a construção de opiniões individuais de forma mais apropriada, além disso, em grupos homogêneos “os membros são passíveis de comparação nas dimensões essenciais relativas à questão de pesquisa e possuem uma formação semelhante”. (FLICK, 2009, p. 184).

A telenovela analisada na pesquisa foi *A Força do Querer* (2017) da Rede Globo de televisão, exibida também no Japão, quase simultaneamente à sua exibição no Brasil⁶. Escrita por Glória Perez e com direção de Pedro Vasconcelos, ela foi exibida no horário das nove horas da noite entre 03 de abril e 20 de outubro de 2017. Além do triângulo amoroso dos personagens centrais, a telenovela também discutiu assuntos como o tráfico de drogas, a questão de identidade de gênero, o vício em jogos, entre outros assuntos.

Um roteiro-guia de orientação foi utilizado para manter o foco da pesquisa nos objetivos propostos. Durante o grupo de discussão, dependendo das interações entre os participantes ou do tipo de respostas, foi possível um aprofundamento maior em alguns temas. Algumas vezes, no decorrer da discussão um depoente foi complementando o outro, reafirmando assim as opiniões do grupo ou demonstrando a concordância sobre o assunto.

⁶ No Japão, as telenovelas são editadas e exibidas no dia seguinte devido ao fuso horário de 12 horas adiantado em relação ao horário de Brasília.



Em outras vezes, após a explicação do assunto, foi percebido que, outro depoente discordava ou complementava com opiniões diferentes.

Então, o grupo de discussão não representa a somatória das falas individuais, mas o produto dessas interações.

Quadro 01. Roteiro-guia para o grupo de discussão

Temas	Pergunta	Objetivo
Opiniões sobre a telenovela	– O que vocês acham da telenovela brasileira?	Verificar a importância da telenovela brasileira.
Assuntos a partir da telenovela	– Alguma coisa que passou na novela já foi motivo de conversa/discussão com seus pais?	Verificar os temas que a telenovela suscita nas discussões da família.
Imaginário de Brasil	– O que, ou como você acha que é morar no Brasil?	Compreender a imagem que eles constroem do Brasil.

Quadro reduzido para a investigação foco deste artigo, criado pela autora a partir de Weller (2006)⁷

Os participantes acreditam que a telenovela brasileira é um meio de atualização para compreender como funciona a sociedade brasileira. Alguns não conhecem o Brasil pessoalmente e afirmam que a telenovela cumpre esse papel de mostrar o país, já outros acham que a telenovela brasileira retrata muitos pontos negativos da sociedade e isso é ruim para a imagem do Brasil, pois as pessoas acabam achando que o Brasil é apenas o que está sendo mostrado na telenovela.

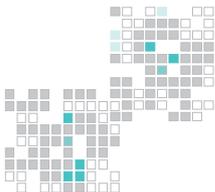
Eu acho que é legal, dá uma atualizada, mesmo não sendo 100% igual, relata algumas coisas da sociedade. Que nem essa última novela - a favela, o tráfico, como funciona... (GRUPO 01, 2017).

Os participantes ressaltam que a telenovela funcionava como um ponto de partida para conversas sobre os temas que eram retratados na ficção. Isso também reforça a ideia da telenovela como agenda de discussões e ponte para uma relação entre pais e filhos. Além disso, o grupo ainda cita a influência da telenovela e sua mediação como ponto de contato com os pais, como fonte de conhecimento e informação, como consumo e influenciador de tendências, moda, comportamentos e atitudes.

Mas a gente viu na novela, agora. Meu pai e minha mãe assistiram na novela, e sempre que eu ia para a sala, a gente acabava conversando algumas coisas e lembrando de alguns casos. (GRUPO 01, 2017).

Os discursos produzidos pelo grupo realçam um imaginário de Brasil que eles já possuem e, ao mesmo tempo, lhes permitem relacionar essas imagens com suas próprias ideias; de informações sobre o Brasil colhidas de outras fontes.

⁷ Weller recomenda essa abordagem com adolescentes, pois é principalmente na forma de grupo que o “jovem trabalhará, entre outras, as experiências vividas no meio social, as experiências de desintegração e exclusão social, assim como as inseguranças geradas a partir dessas situações. (WELLER, 2006, p. 246)



Como a gente está aqui no Japão, ajuda. Ah sei lá, a gente pode pegar uma informação da novela, por exemplo, como eu nasci aqui, por exemplo, saber a situação do Brasil, eu vejo na novela e eu tento associar as coisas, por exemplo, eu vejo a situação das favelas: - Nossa será que é assim mesmo? Como eu vivo aqui, né, aqui não tem favela: - Nossa, será que é assim mesmo? Daí eu vou na internet, procuro saber sobre essa favela, daí que a gente adquire conhecimento sobre a realidade brasileira. É uma ponte já que a gente está aqui, é um bom jeito pra relembrar, aprender, para conhecer melhor a situação do Brasil. (GRUPO 02, 2017).

E, no momento da enunciação todo esse cruzamento de informações e referências sobre o Brasil se cristaliza nas cenas retratadas na telenovela, fazendo da trama da telenovela um referencial que, para eles, mostra a sociedade brasileira. Orlandi (2007) explicita a ideia das condições de produção do discurso e do interdiscurso, relacionando-o com a memória. Essas condições são as circunstâncias da enunciação e o contexto imediato na situação do discurso. No caso desses participantes, quando lhes foi pedido que pensassem na telenovela e no que ela retratava para eles, antes de comentarem, eles formaram uma ideia mental sobre o que queriam enunciar. Então, é nesse momento que a palavra começa a tomar forma na mente e, eles constroem uma imagem de Brasil, recuperando de suas memórias tudo que eles lembram ou associam com o país, independente de terem ou não estado no Brasil.

Também constatamos que dentro dessa realidade vivida pelos adolescentes da segunda geração de imigrantes brasileiros no Japão e do estranhamento em relação à língua, aos costumes, e às tradições tão diferentes entre Brasil e Japão, há uma necessidade constante de

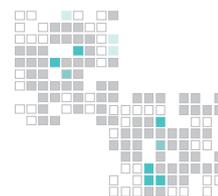
identificação e diferenciação ao mesmo tempo em que surge a busca de adaptação e construção de uma identidade que possa “atender”, mesmo que momentaneamente, a esses brasileiros. Então uma “dupla identidade” surge como uma proposta de adequação para a situação em questão. “A identidade que se forma por meio do hibridismo não é mais integralmente nenhuma das identidades originais, embora guarde traços delas”. (SILVA, 2012, p. 87-88).

Em se tratando de uma localidade tão diversa da sua origem como o Japão, mesmo contando que esses brasileiros sejam descendentes ou possuam algum conhecimento sobre o local em que estão morando, o “estar estrangeiro”, ou seja, o “não pertencer” ao local requer concessões emergenciais. Existe ainda uma fronteira sobre a qual repousa a questão do “olhar” que o Ocidente possui sobre o Oriente, e o quanto esse “olhar” é, ou não, desprovido de interesses políticos, econômicos e questões, até de colonialismos, dos fluxos das predominâncias – pensando no fluxo da migração dos que precisam mais para os que podem proporcionar mais. Mas a grande questão é que, não interessa o motivo desses deslocamentos, cada vez mais facilitados pela modernidade, o vínculo entre a cultura e a geografia é mapeado de outra forma, nem melhor, nem pior, mas diferente.

Considerações finais

O artigo investigou a produção de sentidos mediada pela telenovela brasileira nas identidades culturais dos filhos de brasileiros que moram no Japão, considerando as interfaces e diferenças socioculturais entre os dois países, Brasil e Japão. Os discursos produzidos sobre a telenovela foram analisados a partir dos resultados coletados em dois grupos de discussão formado por filhos de imigrantes brasileiros no Japão⁸.

8 Os resultados desta pesquisa nesse artigo fazem parte de um aprofundamento da tese de doutorado de Suzuki (2019). Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26072019-094725/pt-br.php>. Acesso em: 10 jun. 2023.



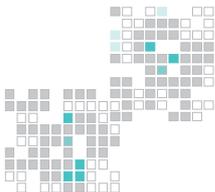
Os jovens que moram no Japão também fazem uso mais frequente de outras plataformas de conteúdos que concorrem com as telenovelas, mas a telenovela brasileira é vista por eles porque transforma-se numa mediação de contato com seus pais e uma forma de entender as raízes culturais dos pais e deles próprios. A telenovela também serve para mostrar outras visões de mundo diferentes de seu meio habitual, referenciado na sociedade japonesa. Isso porque a mediação da telenovela proporciona a produção de novos sentidos identitários, alargando os significados sociais conhecidos por eles. Essa mediação da telenovela também traz para eles um imaginário de Brasil e da sociedade em que seus pais nasceram e cresceram. Muitos desses filhos conhecem o Brasil e sua cultura por meio das histórias que os pais lhes contam ou por meio dos meios de comunicação, em especial, da televisão. Fatos e informações são noticiados e divulgados nas redes sociais, caso estudem em escola brasileira têm acesso aos conteúdos do

currículo escolar brasileiro sobre o país. Mas, em se tratando do cotidiano social, hábitos, jeito de falar, vestuário, comportamentos e visão de mundo, a trama e os discursos da telenovela são um rico manancial para que produzam sentidos e façam observações acerca da vida e dos costumes dos brasileiros no Brasil.

A força e a importância da telenovela ganham corpo por meio da mediação familiar a partir da qual esse produto cultural adquire, ele mesmo, seu estatuto de mediação. Os filhos discutem e atualizam os valores de seus pais em um processo de renegociação constante, ou seja, em um vai e vem constante, um ganha e perde que mais do que equilibrar serve como uma ponte entre eles. Enfim, a telenovela brasileira vista do Japão ocupa um espaço simbólico de mediação que traz lembranças, atualiza informações, produz sentidos de identidade e brasilidade e serve também como mediação para o entendimento da vida social e cultural de seus pais.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BAKHTIN-VOLOCHÍNOV, Mikhail. Marxismo e filosofia da linguagem. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.
- BHABHA, Homi. O local da cultura. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. 34. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). O que é, afinal, Estudos Culturais? Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- ELIOT, T. S. Notas para a definição de cultura. São Paulo: É Realizações Editora, 2011.
- FAUSTO, Boris. História concisa do Brasil. São Paulo: Edusp, 2012.
- FLICK, Uwe. Introdução à pesquisa qualitativa. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GIDDENS, Anthony. As consequências da modernidade. São Paulo: UNESP, 1991.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HALL, Stuart. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2009.
- HELLER, Agnes. O cotidiano e a história. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- KAWAMURA, Lili. *Para onde vão os brasileiros? – imigrantes brasileiros no Japão*. São Paulo: Editora Unicamp, 2003.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização. In: LOPES, M. I. V. (Org.). *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Telenovela como recurso comunicativo*. *MATRIZES*, São Paulo, v. 3, n 1, p. 21-47, ago./dez. 2009.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 5. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.



MARTÍN-BARBERO, Jesús. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. In: LOPES, M. I. V. (Org.). *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA DO JAPÃO. [Controle de imigração de cidadãos japoneses e estrangeiros], 2013. Disponível em: http://www.moj.go.jp/ENGLISH/m_hisho06_00044.html. Acesso em 10 jan. 2016.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA DO JAPÃO. [Número de residentes estrangeiros por nacionalidade], 2018. Disponível em: <http://www.moj.go.jp/content/001271378.pdf>. Acesso em 10 nov. 2018.

ORLANDI, Eni P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 2007.

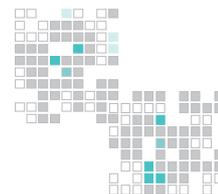
SILVA, Tomaz Tadeu da. *Identidade e diferença. A perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

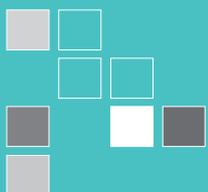
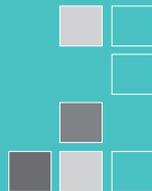
SUZUKI, Helen E. N. *A telenovela na relação intergeracional de imigrantes brasileiros no Japão: mediação, discursos e produção de sentido*. Dissertação (Tese em Ciências da Comunicação) ECA/USP. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26072019-094725/pt-br.php>. Acesso em: 10 jun.2023.

VOLÓCHINOV, Valentin. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. Tradução Sheila Grillo, Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2017.

WELLER, Wivian. Grupos de discussão na pesquisa com adolescentes e jovens: aporte teórico metodológico e análise de uma experiência com o método. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 32, n. 2, p. 241-260, mai./ago. 2006.

Artigo enviado em 04/03/2024 e aceito em 03/05/2024.



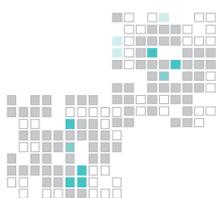


A INDÚSTRIA CULTURAL SUL-COREANA E A CONSTRUÇÃO DO NATION BRANDING: UMA ANÁLISE DA KOFICE ENQUANTO INSTRUMENTO DE SUPORTE À HALLYU

THE SOUTH KOREAN CULTURAL INDUSTRY AND THE CONSTRUCTION OF NATION BRANDING: AN ANALYSIS OF KOFICE AS A TOOL TO SUPPORT HALLYU

LA INDUSTRIA CULTURAL SUDCOREANA Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA NACIONAL: ANÁLISIS DE KOFICE COMO INSTRUMENTO DE APOYO AL HALLYU

84



Izabela Domingues

■ Professora do Núcleo de Design e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE. Doutora e Mestre em Comunicação pelo PPGCOM/UFPE com Pós-Doutorado no Centro de Estudos em Consumo (Coppead/UFRJ). Pesquisadora e membro do Conselho da Rede Latino-Americana de Estudos sobre Vigilância, Tecnologia e Sociedade (Lavits/Unicamp/CNPq). Especialista em Saúde Mental e Desenvolvimento Humano (PUC/PR).

■ *Profesor del Centro de Diseño y Comunicación y del Programa de Posgrado en Comunicación de la UFPE. Doctora y Máster en Comunicación por el PPGCOM/UFPE con Posdoctorado en el Centro de Estudios en Consumo (Coppead/UFRJ). Investigadora y miembro del Consejo de la Red Latinoamericana de Estudios sobre Vigilancia, Tecnología y Sociedad (Lavits/Unicamp/CNPq). Especialista en Salud Mental y Desarrollo Humano (PUC/PR).*

■ E-mail: izabela.domingues@ufpe.br

Noemi Fragoso

■ Graduada em Comunicação Social – Mídias Sociais e Produção Cultural pela Universidade Federal de Pernambuco. Pesquisadora associada ao Centro de Estudos Asiáticos (CEA) - Universidade Federal Fluminense.

■ *Graduada en Comunicación Social – Medios Sociales y Producción Cultural por la Universidad Federal de Pernambuco. Investigadora asociada al Centro de Estudios Asiáticos (CEA) - Universidad Federal Fluminense.*

■ E-mail: noemifragoso@gmail.com

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o papel da KOFICE (Korean Foundation for International Culture Exchange) na construção do *Nation Branding* da Coreia do Sul. A abordagem metodológica adotada é qualitativa, utilizando as técnicas de pesquisa bibliográfica, pesquisa na internet e estudo de caso centrado na *Hallyu* (Onda Coreana), debruçando-se sobre a atuação da KOFICE enquanto suporte a esse fenômeno. Explora a estruturação e instrumentalização da indústria cultural sul-coreana enquanto uma ferramenta de *Nation Branding*, com foco nas esferas diplomática, econômica, cultural e social.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO; INDÚSTRIA CULTURAL; NATION BRANDING; HALLYU; KOFICE.

ABSTRACT

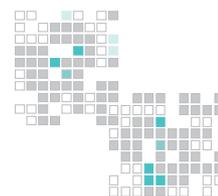
This paper aims to analyze the role of KOFICE (Korean Foundation for International Culture Exchange) in the construction of South Korea's Nation Branding. The methodological approach adopted is qualitative, using the techniques of bibliographic research, internet research and case study centered on Hallyu (Korean Wave), delving into KOFICE's involvement as a support for this phenomenon. It explores the structuring and utilization of the South Korean cultural industry as a tool for Nation Branding, with a focus on diplomatic, economic, cultural, and social spheres.

KEY WORDS: COMMUNICATION; CULTURAL INDUSTRY; NATION BRANDING; HALLYU; KOFICE.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar el papel de KOFICE (Fundación Coreana para el Intercambio Cultural Internacional) en la construcción del Nation Branding de Corea del Sur. El enfoque metodológico adoptado es cualitativo, utilizando las técnicas de investigación bibliográfica, investigación en internet y estudio de caso centrado en Hallyu (Onda Coreana), profundizando en la participación de KOFICE como soporte para este fenómeno. Explora la estructuración y utilización de la industria cultural de Corea del Sur como herramienta para el Nation Branding, con énfasis en esferas diplomáticas, económicas, culturales y sociales.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN; INDUSTRIA CULTURAL; NATION BRANDING; HALLYU; KOFICE.



1. Introdução

A Coreia do Sul tem experimentado um notável crescimento global, graças à crescente popularidade de seus produtos culturais. A Onda Coreana, do Hangul, *Hallyu*, diz respeito ao fenômeno de expansão e disseminação da cultura sul-coreana para o globo, através de produtos culturais, como dramas de TV (K-dramas), música pop (K-pop), cosméticos, gastronomia, jogos eletrônicos, animações, literatura, entre outros produtos (COREIA DO SUL, 2011).

O fenômeno trouxe o K-pop para o topo das paradas musicais globais, filmes sul-coreanos conquistaram prêmios prestigiosos e marcas como Samsung, LG e Hyundai se estabeleceram fortemente no mercado global de tecnologia e moda. Esse sucesso impulsionou a economia do país, elevando sua posição no ranking dos maiores mercados musicais e contribuindo, significativamente, para o PIB (produto interno bruto) da República da Coreia.

A Onda Coreana pode ser compreendida a partir de três principais fases, que se diferenciam por três elementos principais: 1) o tipo de produto cultural; 2) os canais de distribuição e 3) as formas de consumo desses produtos. Conforme aponta Mazur (2023):

a chamada “Primeira Onda” ou Hallyu 1.0 (trouxe um aumento significativo no total de exportações e as empresas coreanas evoluíram seus produtos), a “Segunda Onda” ou Hallyu 2.0 (trouxe a exportação de novos objetos culturais, como, por exemplo, o K-pop) e a “Terceira Onda” ou Hallyu 3.0 (abrange jogos eletrônicos, K-drama, a gastronomia (K-food), moda (K-fashion), turismo e o idioma coreano).

No campo das exportações, os produtos culturais sul-coreanos continuam a desempenhar um papel crucial. Em 2021, as exportações

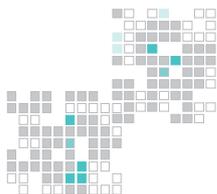
de conteúdos culturais, também conhecidos como *k-contents*, alcançaram a marca de 12,45 bilhões de dólares, representando um aumento significativo em relação ao ano anterior (LEE, 2023; KOFICE, 2020). Além dos aspectos econômicos que precedem esses investimentos, havia interesse também na construção de uma identidade nacional no período pós-guerra, após o conflito civil que separou a península em duas.

O movimento foi utilizado para impactar o sentimento de pertencimento do próprio povo sul-coreano e suas relações diplomáticas, uma vez que o país utiliza desses movimentos para exercer seu *soft power*. Nesse sentido, a indústria cultural sul-coreana foi estruturada como uma ferramenta poderosa para a construção de uma marca forte, que projeta a imagem de um país moderno, inovador e atraente (ARAÚJO, 2020; MAZUR, 2018).

Nas perspectivas cultural, diplomática e econômica, insere-se a KOFICE - agência governamental responsável pela promoção da cultura coreana no exterior. Essa organização tem como papel central a promoção e suporte da Onda Coreana, sustentando a solidez da Marca-Nação Coreia do Sul, através da promoção de intercâmbios culturais, capacitações técnicas, pesquisas de mercado, patrocínio de iniciativas e outras movimentações.

Neste trabalho, nos propomos a investigar o papel da KOFICE na construção da imagem positiva da Coreia do Sul mundialmente, com o objetivo responder à seguinte pergunta: como as ações estruturadas pela KOFICE contribuíram para a construção da Marca-Nação e da Comunicação da Coreia do Sul disseminadas pelo movimento *Hallyu*?

Considerando o fenômeno estudado, utilizamos a abordagem qualitativa, com o desenvolvimento de um estudo de caso, a partir da perspectiva de Yin (2001). Seguimos as três fases propostas por Ludk e André (1986),



que incluem especificar questões críticas, localizar informantes e fontes de dados, coletar dados sistematicamente e analisar e interpretar os dados sistematicamente. Além disso, utilizamos as técnicas de pesquisa bibliográfica e pesquisa na internet a fim de obter outras fontes de dados, materiais e insumos para nossa investigação.

2. A Indústria Cultural Sul-Coreana

A estruturação da indústria cultural da Coreia do Sul se deu no início da década de 1990, no período da democratização sul-coreana, após a queda dos governos ditatoriais e a sequência de guerras e invasões extremamente violentas, que culminaram na divisão da península entre Coreia do Sul e Coreia do Norte. Esse processo causou diversos danos não somente econômicos e políticos, mas também culturais e identitários às nações (KWON & KIM, 2013; PARK, 2015).

Inicialmente, os investimentos no setor foram moldados pelo objetivo de estabelecer uma identidade nacional após décadas de apagamento cultural causado pela colonização japonesa. O governo de Park Chunghee (1963 - 1979) implementou políticas para consolidar o poder do regime e promover valores alinhados à modernização do país. O Ministério de Informação Pública era responsável por mapear, sistematizar e centralizar todas as legislações e políticas relacionadas à cultura, visando a promover uma cultura puramente coreana, a fim de conquistar uma identidade nacional e consolidar o poder do regime autoritário, na medida em que se disseminavam valores voltados à modernização da nação (PARK, 2015). Esses investimentos iniciais na indústria cultural marcam, naquele momento, a convergência entre o poder político, a busca por identidade nacional e a promoção de um desenvolvimento econômico guiado pelo governo.

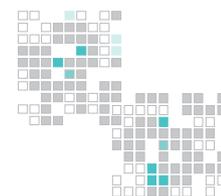
Após uma forte crise econômica, que atingiu

o leste asiático em 1997, intensificaram-se os investimentos na indústria cultural, visando a não apenas reerguer a economia do país, mas também construir uma imagem de um país de cultura, artes, convivência pacífica e modernidade para a Coreia, tanto internamente quanto externamente. O governo de Kim Daejung (1998 - 2003), bem como os governos sucessores, deram continuidade a uma série de investimentos nesse setor, com um caráter mais desenvolvimentista¹, focado na globalização e na abertura para novas culturas. Nesse cenário, “os conteúdos culturais diferem mais ou menos radicalmente segundo o tipo de intervenção do Estado - negativo (censura, controle) ou positivo (orientação, domesticação, politização).” (MORIN, 1997, p.22).

Nascimento (2019) aponta que, entre 1993 e 2012, uma sucessão de ações foram tomadas para fortalecer a indústria cultural, como:

1. A criação do Bureau da Indústria Cultural, que tinha como proposta incentivar os setores de Publicação e Jornal, Radiodifusão e Publicidade, Cinema e Vídeo, Mídia Interativa e Promoção de Conteúdo Cultural;
2. O encorajamento da participação de *Chaebols* (conglomerados) no investimento no negócio de mídia
3. O patrocínio de escolas e universidades ligadas à indústria cultural, visando ao aproveitamento de mão de obra humana para as gerações futuras;

1 O desenvolvimentismo é uma abordagem econômica, que busca promover o desenvolvimento de um país por meio da industrialização e da intervenção estatal na economia. Essa política tem como objetivo o crescimento da produção industrial e da infraestrutura, com o Estado desempenhando um papel ativo na promoção do desenvolvimento econômico, fornecendo incentivos e investimentos em setores estratégicos (MORAES, 2022).



4. A criação da Agência de Conteúdo Cultural da Coreia (KOCCA), que, além de apoiar empresas de conteúdo cultural, também coleta informações sobre o mercado externo;
5. O alto investimento no desenvolvimento e na convergência de tecnologias de informação;
6. O pesado investimento em tecnologia cultural, com projetos que visam a difundir a criatividade cultural e a distribuição cultural por meio da internet;
7. O estabelecimento da Equipe da Indústria de Direitos Autorais, que visa a proteger os direitos autorais de negócios de conteúdo cultural, dentro e fora da Coreia do Sul;
8. A criação da Fundação Coreana para Intercâmbio Cultural Internacional (KOFICE), que tem como propósito promover o intercâmbio cultural através de incentivos a levantamentos, pesquisas, fóruns e seminários internacionais, além de apoiar fã-clubes da cultura sul-coreana no exterior, incluindo o apoio financeiro para atividades de fãs como “intercâmbio cultural” (NASCIMENTO, 2019, p.44)

Dessa forma, após uma série de alocações de recursos tanto do setor público quanto do setor privado no fenômeno que ficou conhecido como Onda Coreana, foram instauradas algumas instituições que funcionam dentro do setor público focadas em fortalecer esse movimento para obter retornos não somente financeiros, mas também voltados aos objetivos de política externa de diplomacia cultural do país (LEAL, 2018; PARK, 2015).

Embora o fenômeno não tenha surgido exatamente e oficialmente como um projeto de Estado ou de um governo em específico, é válido pontuar o papel que o Estado assume, sobretudo a partir dos anos 2000, na estruturação da Onda

Coreana enquanto um projeto nacionalista, que visa difundir uma imagem positiva da nação. Como bem aponta Araújo (2020, p.118),

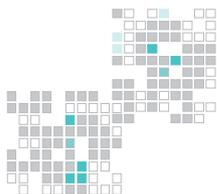
é importante nos atentarmos para o investimento que o governo sul-coreano tem realizado nas últimas décadas na promoção e difusão dessa mensagem. Dessa forma, é perceptível que as próprias autoridades governamentais assumiram o protagonismo na difusão da hallyu ao entenderem que a indústria cultural do país é um assunto que exige uma participação do Estado, através da injeção de capital e usufruto das novas tecnologias da comunicação para potencializar o alcance de audiência.

Assim, a Onda Coreana se apresenta “não só como um meio de crescimento e recuperação econômica eficaz, mas também de promoção da marca ‘Coréia do Sul’ junto ao cenário mundial.” (ALBUQUERQUE, CORTEZ, 2015, p.260).

2. Hallyu, Nation Branding E Soft Power

A multiplicidade de canais, plataformas e conteúdos disponíveis na atualidade, bem como a facilidade de acesso dos consumidores e cidadãos às informações, faz com que as marcas promovam estratégias cada vez mais inovadoras para se diferenciarem e promoverem seus esforços de comunicação. A capacidade de criar conexões efetivas com seus públicos se torna ainda mais relevante nesse contexto competitivo. Tais conexões se dão para além do consumo material de um produto ou de um serviço e buscam, de forma simbólica, criar um senso de pertencimento e identidade a partir das relações de consumo.

A American Marketing Association define uma marca, ou *brand*, como “um nome, termo, design, símbolo ou qualquer outra característica que identifique os bens ou serviços de um



vendedor como distintos de outros vendedores (concorrência)”. Segundo Oliveira (2017, p.03) “não só produtos e empresas, mas também pessoas, organizações, regiões, cidades e Estados podem ter a sua própria *brand*”. Para Tomiya (2014, p.22), *Branding* diz respeito a:

um processo estruturado, consistente e integrado que garante a melhoria contínua da entrega da promessa de marca, desde a definição dessa promessa até a implementação em todos os seus pontos de contato com o público estratégico.

Para Anholt (2007, p.04), corresponde ao “processo de concepção, planejamento e comunicação do nome e da identidade de determinado produto, serviço, organização, território ou indivíduo, com o fim de construir ou gerir a sua reputação”. Nessa perspectiva, as marcas se utilizam de diversas estratégias para comunicar ao público sua auto imagem, dentro da lógica de funcionamento mercadológica-capitalista.

Considerando o cenário de globalização, sobretudo a partir dos anos 2000, e a disputa entre os países por exportação de produtos, mão de obra, turistas e demais investimentos, tais estratégias de *Branding*, que visam a estruturar e comunicar a imagem de uma marca, passaram a ser aplicadas no contexto das Relações Internacionais e estão atreladas ao conceito de *Nation Branding*, ou seja, um

esforço promovido para influenciar o imaginário social que os indivíduos possuem sobre determinada nação, através da circulação transnacional de imagens, significados, objetos, pessoas e valores que são representados, reproduzidos e transformados” (VALASKIVI, 2013).

O objetivo do *Nation Branding* é construir e gerir uma imagem positiva de um Estado/Nação², utilizando técnicas do *branding* e do *marketing*, a fim de manter o país bem-posicionado no cenário global. (ANHOLT, 2013; OLIVEIRA, 2017).

Embora não se possa pensar a estruturação e a aplicação das estratégias de *Branding* no campo das relações diplomáticas da mesma forma que se estruturam essas ações de comunicação em nichos específicos de mercado para empresas privadas (ANHOLT, 2013), o *Nation Branding* pode ser compreendido e utilizado como uma forma de comunicar e promover a imagem de uma nação:

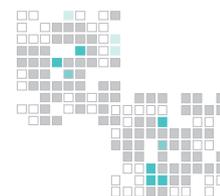
Claramente, há mais diferenças do que semelhanças entre os países e empresas, mas algumas das teorias e técnicas de gestão de branding podem, se aplicadas de forma inteligente e responsável, se tornar poderosas ferramentas competitivas e agentes de mudança dentro e fora do país. (ANHOLT, 2006, p.5)

Para tal,

Aciona-se um caráter emocional e se trabalha em cima de aspectos políticos, culturais e mercadológicos. Ou seja, não se desenvolve um produto palpável, mas, ao contrário, se representa diversas associações e fatores como a população, turismo, história, cultura, sistema político e outros. (ARAÚJO, p.118, 2020).

De acordo com Oliveira (2017), “na essência do conceito de *nation branding*, está a construção, gestão e comunicação da identidade nacional, transformada em identidade competitiva, através

² Nesta pesquisa, seguiu-se a linha proposta por Oliveira (2017), que não considera distinção entre os conceitos de Estado e Nação.



das técnicas de *nation brand management*³. Assim, o *Nation Branding* se difere do *branding* pois um Estado, cidade ou região, por si só, não são tidos como um produto ou serviço e possuem alguns elementos, características e recursos a serem considerados dentro do processo de estruturação do *Nation Branding*. Entre eles, podemos considerar aspectos como (OLIVEIRA, 2017, p.03-04):

- Lugar
- Geografia, clima e atrações turísticas
- Recursos naturais e produtos locais
- Pessoas – raça, grupos étnicos
- História
- Cultura
- Idioma
- Sistema político-econômico
- Instituições sociais
- Infraestruturas
- Personalidades

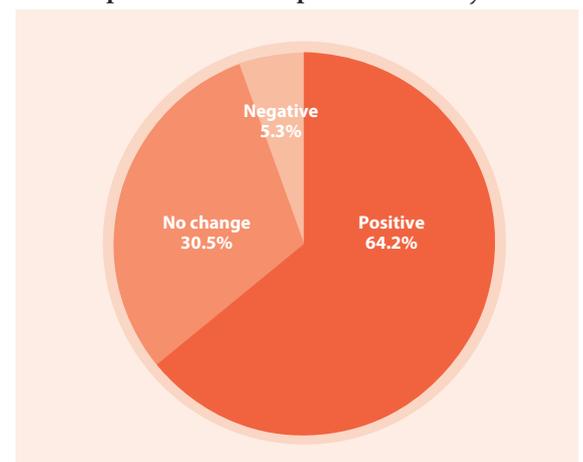
Dessa forma, uma *Nation Brand*, ou Marca-Nação, pode ser definida “como representação(ões) da identidade nacional, cujo objetivo é a construção de uma imagem interna e externa favorável, criando o seu valor de marca ou *brand equity*”⁴ (OLIVEIRA, 2017, p.04).

Para dar suporte à construção e à disseminação da marca Coreia, sobretudo a partir do governo Kim Daejung (1998 - 2003), foram instauradas diversas instituições e organizações com suporte financeiro do governo. À exemplo disso, temos a Korea Game Industry Agency (KGIA), a Korea Tourism Organization (KTO), a Korea Creative Content Agency (KOCCA), órgãos sob supervisão do Ministério de Cultura, Esportes

e Turismo e a Coreia Image Communication Institute (CICI), atrelado ao Ministério de Relações Exteriores e Comércio, a fim de fornecer recursos não somente financeiros, mas também de atuar com pesquisas, eventos e acompanhamentos da Onda Coreana, visando à disseminação da cultura coreana a nível global e o estabelecimento de relações exteriores e intercâmbios culturais.

Como resultado, a Coreia do Sul experimentou uma significativa melhoria da sua imagem internacionalmente. Antes associada a estereótipos orientalistas e ao conflito com a Coreia do Norte, a República da Coreia passou a ser reconhecida por sua riqueza cultural e tecnológica. Dados da KOFICE (2022) demonstram como o consumo de produtos da Onda Coreana pode alterar a percepção dos consumidores sobre o país, evidenciando a importância da cultura pop sul-coreana na construção da imagem de uma nação moderna e rica em cultura.

Figura 1: Mudanças na percepção da Coreia do Sul após o consumo de produtos da Hallyu



Fonte: 2022 Global Hallyu Trends (KOFICE, 2022)

Através dos produtos culturais e midiáticos, especialmente após a fusão desses elementos (dramas, filmes, música, entre outros) com as tecnologias da informação e comunicação (TICs) e a indústria eletrônica, durante o

³ Brand Management, assim como o Branding, diz respeito à gestão de uma marca.

⁴ Termo utilizado para se referir ao valor de uma marca, que abarca não apenas o valor econômico/financeiro, mas o reconhecimento e a força da marca no mercado.

governo de Kim Daejung (1998 - 2003), a Coreia do Sul fortaleceu e ampliou o que Nye define como *soft power*. Para Nye, o *soft power* (poder brando) “baseia-se na capacidade de moldar as preferências dos outros” (NYE, 2004, p.05) através de elementos culturais e ideológicos.

Neste sentido, o *soft power* se opõe ao *hard power*, ou poder bélico, uma vez que esse se utiliza de ameaças militares, sanções econômicas, dentre outras formas de coerção para conquistar o que se deseja enquanto aquele faz uso de um poder simbólico. Nye (2004) afirma que o *soft power* de um país se baseia em três elementos centrais: política externa, valores democráticos/políticos e cultura.

A figura dos *Idols*, nomenclatura designada aos artistas (geralmente atores, atrizes e integrantes de grupos de k-pop) sul-coreanos vinculados a uma agência de entretenimento, exerce um importante papel na estratégia de *soft power* da Coreia do Sul. A aparição desses artistas em campanhas estatais, reuniões de cooperação governamentais e encontros diplomáticos entre líderes de Estado é algo recorrente e comum. (KOFICE, 2022).

Uma série de campanhas governamentais, como a *Imagine Your Korea* e *Feel The Rythm Of Korea*, organizadas pelo *Korea Tourism Organization* (KTO), bem como a promoção de eventos organizados por instituições como KOFICE e KOCCA contribuem para inclusão da gastronomia, da indústria de cosméticos, do idioma coreano e do turismo na Onda Coreana, contando, inclusive, através da convergência midiática, com a participação de grandes ídolos da cultura pop sul-coreana. (KOFICE, 2022).

Em um contexto de relações exteriores mais complexas, como é o caso da Coreia do Norte, onde existem alguns níveis de restrições aos produtos culturais sul-coreanos, no ano de 2018, o grupo de K-pop Red Velvet e outros artistas sul-coreanos performaram para uma plateia

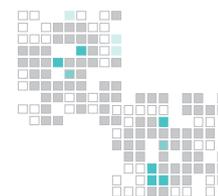
de 1.500 pessoas no evento *Spring is Coming*, sediado na capital norte-coreana Pyongyang. O grupo mediou o diálogo com o líder Kim Jong-Un junto ao então ministro da Cultura, Esportes e Turismo, Do Jong-hwan. (KNCA, 2018; BILLBOARD, 2018).

3. Kofice e a marca Coreia

No ano de 2003, a *Korean Foundation for Asia Cultural Exchange* (KOFACE), estabelecida dentro do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo (MCST) no governo Kim Daejung, visando à expansão das relações da Coreia do Sul com países asiáticos, foi transformada na *Korean Foundation for International Culture Exchange* (KOFICE) ou Fundação Coreana para Intercâmbio Cultural Internacional. A KOFICE é:

uma instituição encarregada do intercâmbio cultural internacional designada pelo Ministério da Cultura, Esportes e Turismo. A fim de fortalecer o intercâmbio cultural que transcende as fronteiras nacionais, a KOFICE trabalha para as seguintes atividades: eventos bilaterais de intercâmbio cultural, networking global, pesquisa e estudos e programas de treinamento profissional para especialistas em áreas afins. Com a visão de “um hub de rede conectando a Coréia e o mundo por meio da cultura”, a KOFICE visa servir como uma base para o “desenvolvimento cultural em que todos saem ganhando”, conectando pessoas e trocando culturas em todo o mundo. (SITE OFICIAL KOFICE, tradução nossa)

A KOFICE foi definida pelo The Korea Times como “uma agência subsidiária do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo, com o objetivo de promover a cultura coreana globalmente e conectar o país ao mundo por meio de intercâmbios culturais” (THE KOREA TIMES, 2022).



A instituição desempenha um papel central na promoção da cultura coreana no exterior a partir da promoção de intercâmbios culturais, capacitação técnica, pesquisas de mercado e diversas outras iniciativas e ações que visam solidificar a presença da cultura coreana no cenário global e se propõe a cumprir quatro objetivos centrais. São eles: 1) Interconectar

governos centrais, locais e o setor privado; 2) Planejar e apoiar projetos de intercâmbio cultural mútuo, adaptados a cada região; 3) Formar especialistas na área de intercâmbio cultural internacional; 4) Servir como um instituto central para pesquisa e estudo sobre intercâmbio cultural internacional. (KOFICE, 2023).

Figura 2: Estruturação da KOFICE



Fonte: Site oficial KOFICE (2023, tradução nossa)

Para alcançar seus objetivos propostos de forma assertiva e satisfatória, a fundação se estrutura em três eixos principais: 1) Divisão de Gestão e Assuntos Gerais; 2) Divisão de Intercâmbio e Planejamento Internacional e 3) Divisão de Intercâmbio Cultural. Uma das principais responsabilidades da KOFICE é desenvolver infraestrutura e sistemas para apoiar criadores de conteúdo no setor privado.

A partir dessa estruturação e divisão em três eixos principais, a KOFICE se propõe a promover, sobretudo, a “conscientização e compreensão corretas” (KOFICE, 2023) sobre a Coreia do Sul e, a partir disso, estabelecer relações e trocas com

empresas privadas e outros países do globo. Lee Pal-Seung, presidente da instituição de 2003 a 2016, destacou que a missão primordial do órgão é:

participar ativamente em intercâmbios culturais com cada nação para impulsionar o fortalecimento da marca nacional da Coreia, contribuindo, assim, para a expansão da indústria cultural para além da Ásia, visando sua posição central no cenário global. (KOFICE, 2012).

Já Jung Kil-hwa, presidente da instituição desde 2021, enfatiza que uma das responsabilidades fundamentais da KOFICE é o desenvolvimento

de infraestruturas e sistemas para oferecer suporte aos criadores de conteúdo no setor privado. Ao mesmo tempo, se propõe a atuar na organização de eventos culturais sediados nos países parceiros, muitas vezes não viáveis de serem promovidos por empresas privadas pela falta de recursos e acesso a diálogos com governos e embaixadas. Dessa forma, a fundação visa contribuir com o desenvolvimento da indústria criativa e cultural, bem como para o crescimento econômico das empresas envolvidas nesse setor. (KOFICE, 2022).

4. Atuação da Kofice na América Latina e no Brasil

Uma das principais formas de atuação da KOFICE para promoção da cultura e das artes sul-coreanas é através de ações e eventos realizados junto aos Centros Culturais Coreanos (KKC – *Korean Culture Centers*). Esses centros foram instaurados em 1971, inicialmente como Serviço de Informação no Exterior da Coreia (KOIS - *Korean Overseas Information Service*), atrelados ao Ministério da Cultura e Informação e, posteriormente, em 2008, tiveram seu nome alterado para Serviço de Cultura e Informação Coreana (KOCIS - *Korean Culture and Information Service*), atrelados aos ao Ministério da Cultura, Esportes e Turismo. (GENTIL, 2017).

Existem 35 centros culturais espalhados em mais de 30 países e o objetivo é estabelecer e promover a cultura coreana a partir de diversas

atividades culturais e artísticas, incluindo exposições em galerias, programas de artes cênicas, festivais de cinema, workshops, entre outros. (GENTIL, 2017).

A pesquisa *Global Hallyu Trends* (2022) destaca que os Estados Unidos ocupam o primeiro lugar no ranking de países que mais utilizam produtos da Onda Coreana. Em seguida, o Brasil e a Argentina surgem como o segundo e terceiro lugares, respectivamente, no uso desses produtos, indo além dos conteúdos fonográficos e audiovisuais, como K-pop e K-dramas. A pesquisa também aponta que “no Brasil e na Argentina, produtos/marcas de tecnologia da informação (TI) ocuparam o segundo lugar após o K-pop, evidenciando o alto reconhecimento e conhecimento sobre produtos/marcas de TI” (KOFICE, 2022, tradução nossa).

De acordo com a pesquisa, no Brasil, 54.4% do público afirmou que conteúdos audiovisuais influenciaram o consumo de outros produtos culturais e serviços sul-coreanos. Além disso, o país também possui um dos maiores índices de Brand Power Index (BPI)⁵, que aumentou de 2.98% em 2020 para 3.18% em 2021, além de se mostrar um dos países mais propensos a consumir produtos de outras indústrias sul-coreanas no futuro: “a intenção de uso aumentou cerca de 6% em relação ao ano anterior (2020), e os resultados indicaram um forte desejo de comprar comida coreana, laptops/tablets e celulares telefones.” (KOFICE, 2022, p.147, tradução nossa).

⁵ Brand Power Index ou Brand Potential Index mede quantos clientes em potencial uma marca pode atingir em um determinado mercado ou região. O BPI é usado para medir a fatia do *market share* que pode estar disponível para uma marca e para informar a estratégia de marketing e publicidade.

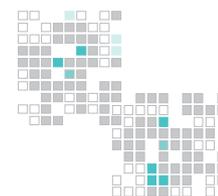


Figura 3: Indicadores de uso da Onda Coreana

Table 6 Changes in Hallyu usage indicators

	Hallyu Status Index	Hallyu Sentiment Index	Usage diversity		Usage intensity	
			2020	2021	2020	2021
US	3.2	121.5	3.3	4.9	27.1	41.0
Brazil	3.1	122.1	4.0	4.4	30.7	36.3
Argentina	2.9	121.2	3.6	4.5	28.7	33.4
UK	2.9	115.1	3.3	4.3	23.6	31.5
France	2.8	104.0	3.7	3.9	27.7	29.1
Türkiye	3.1	129.6	4.9	4.8	35.2	41.6
Russia	2.9	107.4	3.5	3.5	26.7	27.4
China	3.5	122.2	6.4	6.7	37.9	42.3
Japan	3.1	103.7	3.5	4.0	18.9	28.6
Taiwan	3.7	118.2	6.8	7.1	40.1	46.2
Thailand	3.5	138.1	7.3	7.3	44.9	53.8
Malaysia	3.7	127.2	6.5	6.8	43.9	50.6
Indonesia	3.6	127.2	7.1	6.6	49.8	52.6
India	3.4	143.6	5.4	5.9	42.6	51.4
Vietnam	3.7	132.4	6.7	6.1	51.1	53.0
Australia	3.1	124.3	3.6	5.1	28.7	39.4
South Africa	3.0	128.3	4.1	4.8	31.3	41.3
UAE	3.5	131.1	5.2	6.1	47.2	54.3
Average	3.2	123.2	4.9	5.4	35.3	41.9

Fonte: Global Hallyu Trends (KOFICE, 2022)

Na América Latina, o primeiro Centro Cultural Coreano foi inaugurado em 2006, na cidade de Buenos Aires, capital da Argentina. Na sede situada no Palácio Bencich, o centro oferece aulas da língua e música coreanas, apresentações de filmes e séries, além de promover eventos para interação com as artes, culinária, moda e arquitetura tradicional sul coreana. (KOREAN CULTURAL CENTER ARGENTINA, 2006).

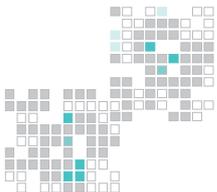
O Brasil tem mostrado um alto potencial de recepção dos mais variados tipos de eventos de divulgação e imersão na cultura coreana, sobretudo na região Sudeste, onde se localiza o segundo Centro Cultural Coreano da América do Sul, fundado em 2013, pelo Ministério de Esportes, Cultura e Turismo.

A KOFICE opera, principalmente, através de colaborações diretas com o Centro Cultural Coreano, localizado na Avenida Paulista, em São Paulo, coordenando iniciativas semelhantes às que ocorrem na Argentina e demais países e englobam eventos cujo foco é a cultura pop sul-coreana, como a K-content Expo e a

Brasil Hallyu Expo. Além disso, a organização promove eventos e exposições com ênfase nas tradições artísticas e musicais, como a *Traveling Korean Arts*.

Uma das principais formas de atuação da KOFICE é o suporte financeiro às comunidades de fãs da cultura coreana no país, através de editais como o *Hallyu Community Support Program: Hallyu Com-On*, que existe desde 2014 e é divulgado nas páginas oficiais das embaixadas sul-coreanas. O objetivo do edital é fortalecer e estabelecer novas comunidades de fãs da Hallyu globalmente, através de subsídios financeiros, além de proporcionar a divulgação da cultura coreana por meio de eventos culturais. (KOFICE, 2022).

Os fãs podem submeter projetos em três vertentes: 1) apoio a comunidades individuais, 2) apoio à união comunitária, 3) apoio à organização de uma nova comunidade, desde que os projetos estejam relacionados ao K-pop, K-dramas, K-Movies, ao idioma coreano, entre



outros elementos da cultura pop sul-coreana. O último edital, lançado em março de 2023, disponibilizou orçamentos que variavam entre 6 e 20 milhões de Wons (moeda sul-coreana), que equivalem a aproximadamente 4.500 e 15 mil dólares. (KOREAN CULTURAL CENTER, 2023).

5. Considerações Finais

Considerando os três principais eixos de atuação da KOFICE e os quatro objetivos centrais da instituição, existem projetos específicos e, dentro de cada um deles, são promovidas ações a fim de atingir os objetivos desejados, categorizados nos seguintes grupos: 1) Projetos de Apoio a Intercâmbios Culturais Internacionais; 2) Projetos de Apoio a Festivais Globais da *Hallyu* e Marketing; 3) Projetos de Apoio a Comunidades Globais da *Hallyu*; 4) Projetos de Cooperação Internacional em Cultura; 5) Projetos de Colaboração e Capacitação Profissional e 6) Projetos de Estudos e Pesquisas. (KOFICE, 2023).

As diversas formas de atuação da KOFICE, desde a estruturação e fornecimento de insumos para a Indústria Cultural, até o financiamento de projetos para promoção da cultura sul-coreana, contribuem para a manutenção e fortalecimento de uma imagem-nação sólida e robusta. Através dos projetos desenvolvidos para atingir cada objetivo da organização, os impactos e reverberação da KOFICE no *Nation Branding* da Coreia do Sul podem ser percebidos de diversas formas.

Os festivais de cultura, exposições e eventos de intercâmbio cultural promovidos pela KOFICE, bem como suas produções midiáticas e os produtos culturais da Onda Coreana, proporcionam uma maior compreensão sobre o país e sua identidade, o que contribui para uma melhor percepção e recepção dos conteúdos, bem como a apreciação da cultura sul-coreana. Além disso, as ações desenvolvidas pela KOFICE favorecem a preservação da identidade cultural da Coreia do Sul e da sua promoção, fortalecendo seus valores, signos e significados mundialmente.

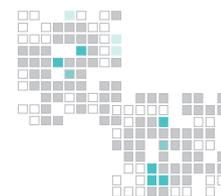
Termos como “Coreano/a, Cultura, Arte, Cooperação, Intercâmbio, Diplomacia, Amizade, Inovação”, dentre outros, se destacam nas comunicações oficiais da KOFICE, que demonstram a intenção da instituição de promover uma imagem positiva da Coreia do Sul, consolidando o país enquanto uma nação de cultura rica e sólida, que visa a estabelecer relacionamentos e laços internacionais através da arte, da cooperação mútua e do diálogo com outras nações.

É interessante notar que raramente nas comunicações oficiais da KOFICE se utiliza o termo “Coreia do Sul”, fazendo a distinção com a Coreia do Norte, o que demonstra a consolidação de um desejo nascido no início do século XXI no governo Roh Moo-hyun (2003 -2008): promover a Coreia do Sul como uma nação única, apenas Coreia (LEAL, 2019).

É importante ressaltar que a atuação da KOFICE não se limita apenas a promover a cultura sul-coreana no exterior, mas também inclui a formação de especialistas na área de intercâmbio cultural internacional e a realização de pesquisas e estudos sobre o assunto. Nesse sentido, a KOFICE contribui para o fortalecimento do setor cultural e criativo interno da Coreia do Sul e para a formação de profissionais capacitados para atuar nesse mercado.

Por fim, é possível afirmar que a KOFICE desempenha um papel estratégico na promoção da imagem e identidade nacional da Coreia do Sul, contribuindo para a consolidação do país como um importante ator global no setor cultural e criativo. A instituição demonstra um compromisso sólido com seu objetivo de perpetuação da cultura sul-coreana no mundo, ampliando o alcance da marca Coreia do Sul e contribuindo para a sua influência no cenário global.

Neste artigo, apresentamos, em linhas gerais, as intenções da KOFICE e suas vinculações, tendo como ponto de partida documentos oficiais disponíveis em seus websites e a consulta a



declarações já publicadas de seus representantes. Diante do levantamento realizado neste trabalho, percebemos que a Onda Coreana é um fenômeno de grande relevância para o campo da Comunicação, com diversas possibilidades de investigação, podendo contribuir para

um debate mais amplo sobre a globalização cultural e as relações de identidades nacionais e transnacionais através da mídia e das indústrias culturais, bem como a relevância e importância do Oriente nos fluxos de comunicação que, até então, possuíam uma hegemonia ocidental.

Referências

ANHOLT, Simon. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, Vol. 2, Iss. 1, Art. 1, 2013.

ANHOLT, Simon. Competitive identity: the new brand management for nations, cities and regions. *Policy and Practice; a Development Education Review*, 2006.

ARAÚJO, Mayara. A instrumentalização da marca nacional da Coreia do Sul: desdobramentos políticos da Onda Coreana. *Revista Temática*. v. 16 n. 08, p. 114-127, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/issue/view/2529>. Acesso em: 07/12/2023.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: Jorge Duarte, Antonio Barros. (Org.). *Métodos ed. e técnicas de pesquisa* 2. ed — 5. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2011

GENTIL, Dominique Ribeiro. *Diplomacia cultural sul-coreana: uma reflexão sobre o papel do kofice e sua atuação com as mídias brasileiras*. Especialização em Relações Internacionais Contemporâneas - Universidade Federal da Integração Latino-Americana (Unila), Foz do Iguaçu, p.22, 2017.

KIM Jong Un Enjoys Performance of South Side Art Troupe. *Korean Central News Agency (KNCA)*, 04 abr. 2018. Disponível em: <https://kcnawatch.org/newstream/287838/kim-jong-un-enjoys-performance-of-southside-art-troupe/>. Acesso em: 07/12/2023

KOFICE. 2020 Global Hallyu Trends. *Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE)*, 1ª ed, 2022. Disponível em: https://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_00_view.asp?seq=1264. Acesso em: 07/12/2023.

KOFICE. 2021 Global Hallyu Trends. *Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE)*, 2021. Disponível em: <http://eng.kofice.or.kr/data/%5BKOFICE%5D%202020%20Global%20Hallyu%20Trends.pdf>. Acesso em: 07/12/2023.

KOFICE. 2022 Global Hallyu Trends. *Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE)*, 2020. Disponível em: <http://eng.kofice.or.kr/data/%5BKOFICE%5D%202020%20Global%20Hallyu%20Trends.pdf>. Acesso em: 07/12/2023.

KOFICE. About KOFICE. *Korean Foundation for International Cultural Exchange*, 2023. Disponível em: http://eng.kofice.or.kr/about/about_1.asp. Acesso em: 07/12/2023.

KOREAN Cultural Center Argentina. *El Centro: Objetivos*. Disponível em: <https://argentina.korean-culture.org/es/6/contents/352>.

KOREAN Cultural Center. *Recrutamento para o Programa de Apoio à Comunidade Hallyu no Exterior em 2023 'Hallyu Com-on'*.

Korean Cultural Center Washington DC, 07 mar. 2023. Disponível em: <https://washingtondc.korean-culture.org/en/1131/board/895/read/121243>. Acesso em: 07/12/2023.

KWON, Seung-Ho; KIM, Joseph. From censorship to active support: The Korean state and Korea's cultural industries. In: *The Economic and Labour Review*, v. 24, n. 4, p.517-532. 2013.

LEAL, Luã Ferreira. *Imagens e sons da Coreia do Sul em espaços transnacionais*. *Ciências Sociais Unisinos*, vol. 54, núm. 3, 2018, p. 294-304.

LEE, Young-ryeol. [Column] From K-pop to a 'Hallyu economy'. *Korea JoongAng Daily*, 12 mar.2023. Disponível em: <https://koreajoongangdaily.joins.com/2023/03/12/opinion/columns/Kpop-Kculture-Hallyu/20230312200322387.html>. Acesso em: 07/12/2023.

LUDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

MAZUR, Daniela. *Um mergulho na Onda Coreana, Nostalgia e Cultura pop na série de K-drama "Reply"*. (Dissertação de mestrado) PPG em Comunicação. Universidade Federal Fluminense, 2018.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX - O Espírito do Tempo 1 - Neurose*. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. 9ª Ed. - Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

NYE, Joseph. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, Public Affairs, 2004.

OLIVEIRA, Cristiana. *Nation Branding: O Poder das Ideias nas Relações Internacionais Contemporâneas*, Documento de Trabalho n.º 71, Observatório Político, 2017. Disponível em www.observatoriopolitico.pt. Acesso em: 07/12/2023.

PARK, Mi Sook. *South Korea Cultural History Between 1960s And 2012*. *International Journal of Korean Humanities and Social Sciences*, vol. 1, 2015. p. 71-117.

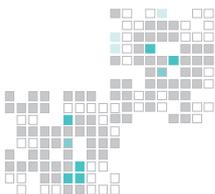
RED VELVET Perform for North Korean Leader Kim Jong-Un in Rare Pyongyang Concert. *Billboard*, 2 abr. 2018. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/music-news/red-velvet-perform-north-koreanleader-kim-jong-un-pyongyang-8280163/>. Acesso em: 07/12/2023.

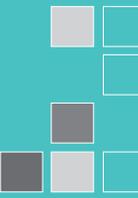
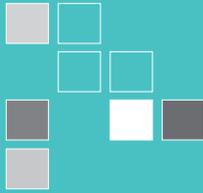
ROCHA, Everardo. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro, Editora Mauad, 1995.

TOMIYA, Eduardo. *Gestão do Valor da Marca: como criar e gerenciar marcas valiosas*. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio, 2010.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos* / Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi - 2.ed. -Porto Alegre : Bookman, 2001.

Artigo enviado em 04/03/2024 e aceito em 03/05/2024.





A PESQUISA BRASILEIRA SOBRE O LESTE ASIÁTICO: UM PANORAMA INTRODUTÓRIO DA ÁREA DA COMUNICAÇÃO

BRAZILIAN RESEARCH ON EAST ASIA: AN INTRODUCTORY OVERVIEW WITHIN THE FIELD OF COMMUNICATION

LA INVESTIGACIÓN BRASILEÑA SOBRE EL ESTE ASIÁTICO: UN PANORAMA INTRODUTORIO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Mayara Araujo

■ É pesquisadora de pós-doutorado vinculada ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense com bolsa de fixação de jovens doutores no estado do RJ CNPQ/Faperj. Doutora em Comunicação pelo mesmo programa. Vice-coordenadora adjunta do grupo de pesquisa em mídia e cultura asiática contemporânea (MidiÁsia-UFF).

■ *es investigadora de posdoctorado vinculada al Programa de Posgrado de la Universidade Federal Fluminense con una beca de fijación de jóvenes doctores en el estado de RJ CNPQ/Faperj. Doctora en Comunicación por el mismo programa. Vicecoordinadora adjunta del grupo de investigación en medios y cultura asiática contemporánea (MidiÁsia-UFF).*

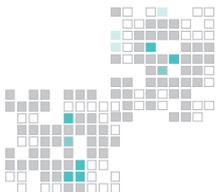
■ E-mail: msoareslpa@yahoo.com.br

Aline Mendes

■ Aline Mendes é doutoranda e mestre em Comunicação pela UFF e mestranda em Relações Internacionais pela UERJ. É bolsista Capes-Proex. Integra os grupos de pesquisa AnimaMídia, Televisões e Midiásia.

■ *Es doctoranda y máster en Comunicación por la UFF y estudiante de maestría en Relaciones Internacionales por la UERJ. Es becaria Capes-Proex. Integra los grupos de investigación AnimaMídia, Televisiones y Midiásia.*

■ E-mail: aline_ms@id.uff.br



RESUMEN

Nos últimos años, el escenario mediático y cultural global ha presenciado transformaciones significativas. La ascensión de industrias no occidentales de medios y entretenimiento ha desafiado la hegemonía estadounidense, sugiriendo la posibilidad de un cambio en el equilibrio de poder cultural global. Este artículo tiene como objetivo evaluar si la investigación en comunicación ha seguido estos cambios, centrándose en la producción brasileña sobre Asia Oriental en la última década (2013-2022).

PALABRAS CLAVE: INVESTIGACIÓN; COMUNICACIÓN; BRASIL; ASIA ORIENTAL.

ABSTRACT

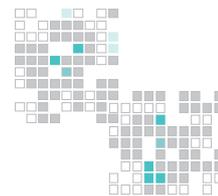
In recent years, the global media and cultural landscape has witnessed significant transformations. The emergence of non-Western media and entertainment industries has challenged the US hegemony, hinting at a potential shift in global cultural power dynamics. This article aims to assess whether communication research has kept pace with these changes, focusing on Brazilian contributions concerning East Asia from the past decade (2013-2022).

KEY WORDS: RESEARCH; COMMUNICATION; BRAZIL; EAST ASIA.

RESUMO

En los últimos años, el panorama mediático y cultural global ha presenciado transformaciones significativas. El surgimiento de industrias de medios y entretenimiento no occidentales ha desafiado la hegemonía estadounidense, sugiriendo la posibilidad de un cambio en el equilibrio de poder cultural global. Este artículo tiene como objetivo evaluar si la investigación en comunicación ha seguido estos cambios, centrándose en la producción brasileña sobre Asia Oriental en la última década (2013-2022).

PALAVRAS-CHAVE: INVESTIGACIÓN; COMUNICACIÓN; BRASIL; ASIA ORIENTAL.



1. Introdução

A nimê, mangá, K-dramas, doramas, Onda Coreana, TikTok... embora estejamos no Brasil, essas palavras se tornaram bastante recorrentes em matérias de jornais e discussões de plataformas atualmente. A popularização da cultura midiática e pop dos países do Leste Asiático no Brasil é um processo que vem se desenrolando desde o fim do século XX, com o apoio das novas tecnologias da comunicação e do advento da globalização. Como resultado, testemunhamos uma maior multipolarização na arena cultural global.

A influência cultural e midiática dos Estados Unidos - e do Ocidente - já não é mais sentida como foi durante os anos da Guerra Fria. Esse movimento nos convida a ampliar os nossos olhares e questionar se esse movimento rumo a um ambiente mais multipolar também é sentido em outras situações. Em nosso caso, gostaríamos de situar essa discussão diante do contexto acadêmico e, mais especificamente, dentro da área da Comunicação. Sendo assim, este trabalho se propõe a realizar um mapeamento introdutório das pesquisas brasileiras, em nível de mestrado e doutorado, a respeito dos países do leste asiático (Japão, Coreia do Sul, Coreia do Norte e China), no contexto da Comunicação.

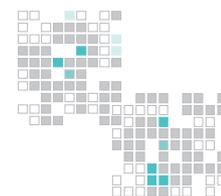
A escolha pela Comunicação se justifica pelo fato de ser um campo do conhecimento cujo “surgimento” tem sido associado à segunda guerra mundial e ao financiamento proporcionado pelo governo e agências militares dos Estados Unidos (SIMPSON, 1996). Diante de um cenário de expressiva “americanização curricular”, acreditamos que os processos que visam a desocidentalização da área podem ter como ponto de partida a opção por objetos de investigação para além dos ocidentais.

Longe de querer tratar a Ásia como um simples objeto - mas nunca autor de si mesmo (Said, 2007), o nosso objetivo primário consiste em

apresentar os debates que já vêm sendo realizados em nosso país até agora e apontar lacunas dentro desse campo de conhecimento. Entendemos que esse movimento se trata de um pontapé inicial para a construção de curiosidade e maior diálogo com os países pertencentes ao mundo majoritário. Afinal, a pouca visibilidade de outras vozes na área da Comunicação não se limita às problemáticas das referências bibliográficas que costumam ser masculinas, brancas e ocidentais (Salgado; Mattos, 2022), mas também aos objetos de pesquisa que normalmente elencamos como prioridade.

A produção científica brasileira é marcada pelo capitalismo acadêmico que tende a favorecer pesquisadores, referências bibliográficas e instituições que são sediadas em países ocidentais (Aouragh; Chakravartty, 2016). Além de influenciar as nossas abordagens, destacamos ainda a dificuldade que diversos novos pesquisadores se deparam para encontrar orientadores com expertise e/ou interesse em privilegiar objetos oriundos de um mundo não-ocidental - em nosso caso, do Leste Asiático.

Boas razões históricas explicam o viés ocidentocêntrico na pesquisa em Comunicação no Brasil. Os países do Ocidente, através do processo de colonização, assumiram o protagonismo narrativo e transportaram suas verdades e valores para as regiões que foram colonizadas. Através de discursos legitimadores de si mesmos (Wallerstein, 2013), somos constantemente convencidos a acreditar que não existem alternativas ao *modus operandi* do capitalismo neoliberal promovido pelo Ocidente. A ciência é instrumentalizada como um aparato de poder e as nações que são consideradas produtoras de conhecimento obtêm vantagens e privilégios a partir disso; como, por exemplo, a possibilidade de ditar a agenda científica global e a institucionalização do inglês como língua padrão do conhecimento científico (Dutta, 2020; Suzina, 2020).



Essas questões não são limitadas às discussões científicas do século XX. Há algumas décadas uma série de pesquisadores já vinham apontando para a necessidade de uma pesquisa científica que seja mais abrangente. Esses movimentos levaram diversos nomes e ocorreram em regiões diferentes: discursos alternativos (Alatas, 2000), decolonização do pensamento (Mignolo, 2017) e desocidentalização (Curran; Park, 2000; Waisbord; Mellado, 2014). O que tais movimentos têm em comum é a percepção da necessidade de se construir um ambiente acadêmico atento às necessidades e experiências do mundo majoritário (Cheruiyot; Ferrer-Conill, 2020). Assim, em uma perspectiva “macro”, esperamos contribuir com a possibilidade de maior diálogo entre os países pertencentes ao mundo majoritário.

Para conduzir nossa pesquisa, exploramos as interações entre o Brasil e os países do leste asiático, examinando os fluxos migratórios e o consumo brasileiro de suas produções midiáticas e culturais como ponto de partida para entender o interesse acadêmico. Em seguida, explicamos os nossos procedimentos metodológicos, preparando o terreno para apresentar os resultados do mapeamento. Como encerramento do artigo, discutimos nossos dados e sugerimos encaminhamentos futuros.

2. Diálogo entre o Brasil e o Leste Asiático: da interface midiática/cultural à acadêmica

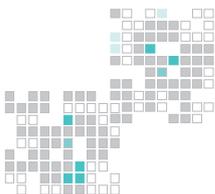
Apesar da distância geográfica entre o Brasil e os países do Leste Asiático, há pontos de interlocução que evidenciam aproximações. Esse diálogo teve início no século XVI, quando a administração imperial portuguesa estabeleceu relações entre suas colônias Brasil e Macau (Cunha, 2017). Em 1812, sob domínio português, um grupo de chineses migrou de Macau para o Rio de Janeiro (Lou, 2017). A abolição do tráfico de africanos

escravizados em 1850 e a promulgação da “Lei do Ventre Livre” em 1870, que concedeu liberdade aos filhos de pessoas escravizadas, foram marcos que moldaram uma política imigratória baseada em características desejáveis para a entrada de trabalhadores estrangeiros no Brasil (Seyferth, 2015). Nesse contexto, a concepção de raça foi acionada nos discursos para justificar a escolha de quem deveria ser incorporado ou excluído do desenvolvimento brasileiro, destacando-se a mão-de-obra chinesa como “dócil” e “eficiente” (Czepula, 2017).

O fim da escravidão em 1888 transformou as políticas imigratórias brasileiras para a população amarela. Nisso, a imigração chinesa foi perdendo espaço para a japonesa em termos de interesse político. Nessa concepção brasileira, os japoneses eram preferíveis aos chineses por conta dos projetos imperialistas japoneses, que se alinhavam mais aos interesses ocidentais (Dezem, 2005). O Japão buscava ser reconhecido como um país “não asiático” para diferenciar-se da China em termos raciais na busca por igualdade aos olhos do Ocidente (Dezem, 2005). Assim, em 1895, o Tratado de Amizade Brasil-Japão foi selado, viabilizando a vinda dos japoneses para trabalhar nas lavouras de café, assegurando a mão de obra para o Brasil, enquanto “solucionava” os problemas do Japão, na medida em que o país sofria com problemas de ordem social e populacional (Sakurai, 2000). Assim, em 1908, os primeiros japoneses desembarcaram no porto de Santos.

Nas décadas seguintes, o Brasil veio a se tornar um destino de investimentos progressivos sob a perspectiva do Japão, uma vez que a diáspora para os Estados Unidos se encontrava debilitada por conta do Ato de Exclusão de Asiáticos de 1924. Estima-se que cerca de 188 mil japoneses imigraram entre 1908 e 1941¹. Hoje, o Brasil se configura como a maior colônia de japoneses e

¹ Disponível em: https://www.cenb.org.br/articles/display_pt/207



descendentes de japoneses no mundo². Também ocorreram outros fluxos migratórios partindo da China para o Brasil no decorrer do século XX. Esses novos fluxos ocorreram após a abertura de mercado de Deng Xiao Ping em 1978, configurando-se por seu caráter mais autônomo e estável (Lou, 2017). Não somente, o retorno das províncias de Hong Kong e Macau para a China também acarretaram diáspora, tendo em vista que isso causava um cenário de incertezas sobre o futuro (Lou, 2017).

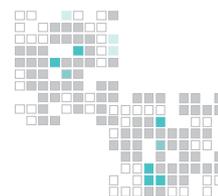
Já em relação ao fluxo migratório da Coreia para o Brasil apresenta a particularidade de ser bastante recente, se comparado com as experiências chinesas e japonesas. Oficialmente, esse movimento teve início em fevereiro de 1963, mas antes desse momento pequenos grupos de coreanos presos na Guerra da Coreia (1950-) vieram, em muitos casos, de forma ilegal para permanecer no país e, posteriormente, se mudar para os Estados Unidos, onde pretendiam se estabelecer (Urbano, 2018). Alguns acabaram por permanecer em território brasileiro e criando as suas atividades econômicas no campo da indústria e comércio de roupas, principalmente na cidade de São Paulo. De forma geral, pode-se entender que a presença da população coreana foi bastante invisibilizada devido a sua dimensão mais modesta e pela tendência brasileira de homogeneizar as experiências leste-asiáticas a partir do caso japonês. É somente a partir da influência da Onda Coreana (Jin; Yoon, 2017), fenômeno da cultura pop sul-coreana que alcançou grande popularidade através dos dramas de televisão (K-dramas) e da música pop (K-pop), que o discurso midiático brasileiro passou a se atentar para a existência dessa

população. A visibilidade e sucesso desfrutado pela Onda Coreana no Brasil emergiu na segunda metade dos anos 2000, impulsionados pela rápida disseminação do K-pop e dos K-dramas em plataformas digitais, respaldados pelas empresas de entretenimento sul-coreanas (Urbano, 2018). Capitaneados por esses movimentos, em 2013, o Centro Cultural Coreano foi aberto em São Paulo e, em 2016, o Centro Cultural Hallyu. Essas iniciativas refletem o objetivo de promover a cultura sul-coreana no Brasil.

Na contramão da experiência coreana, a sentida presença de populações oriundas do Japão e da China no Brasil nos ajudam a compreender a popularização de seus artefatos culturais e midiáticos. Diferentemente de muitos países ao redor do mundo, o Brasil teve um contato precoce com as expressões culturais japonesas, impulsionado pelos fluxos migratórios. A cultura pop japonesa começou a se destacar no cenário brasileiro através da mídia televisiva já na década de 1960, com *tokusatus* como National Kid e animês como Speed Racer (Urbano; Araujo, 2021). Contudo, o reconhecimento generalizado da cultura pop japonesa no Ocidente e na América Latina só ganhou força nas décadas de 1990 e 2000. De forma mais discreta, os dramas de televisão japoneses, conhecidos como *doramas*, também circulavam no Brasil, inicialmente restritos ao consumo das comunidades japonesas. Com o advento da internet, essas produções conquistaram uma audiência mais ampla na primeira metade do século XXI (Araujo, 2018). A popularidade da cultura pop japonesa em território brasileiro se deve, portanto, ao audiovisual que foi impulsionado através da comunidade *nikkei* e pela mídia televisiva.

As produções culturais e midiáticas chinesas, por sua vez, se deparam com desafios para alcançar o mesmo sucesso de público que as experiências sul-coreanas e japonesas encontraram no Brasil. De fato, a China é alvo de

2 Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/estado-tem-cerca-de-1-milhao-de-japoneses-e-descendentes/#:~:text=No%20Brasil%20vivem%20mais%20de,mais%20jap%C3%AAs%20depois%20do%20Jap%C3%A3o>.



uma série de preconceitos, estereótipos e teorias da conspiração por ser uma nação de liderança comunista e que têm desempenhado certo protagonismo internacional (Araujo, 2022). Ainda assim, o governo chinês tem investido em projetos que promovam uma expansão midiática global a partir de estratégias como o *Going Global*³ (Keane; Wu, 2018). No Brasil, esse esforço inclui investimentos nos Institutos Confúcio, parcerias com universidades brasileiras, além de acordos entre a CCTV e redes de televisão e agências de notícias brasileiras, iniciados no final da primeira década do século XXI (Oliveira; Araujo, 2021). Por outro lado, as comunidades diaspóricas chinesas também tiveram seu papel na circulação de periódicos impressos em seu próprio idioma para manter a conexão entre a comunidade e a criação de associações chinesas (Lou, 2017). Destaca-se a presença dos imigrantes oriundos da província de Taiwan, que emigraram após a ascensão do Partido Comunista Chinês ao poder em 1949. Exemplos disso são o Centro Social Chinês do Rio de Janeiro, fundado por chineses-taiwaneses e afastados do governo chinês, a Associação Cultural Chinesa no Rio de Janeiro, que promove uma série de eventos para a comunidade (Lou, 2017). Já a cultura pop chinesa e taiwanesa, por outro lado, ainda permanecem mais restritas a circuitos informais promovidos por fãs. No Brasil, existe um forte imbricamento entre o consumo de cultura pop japonesa, sul-coreana, chinesa e taiwanesa.

Esse panorama inicial pode nos ajudar a compreender melhor a necessidade do diálogo e o mútuo entendimento entre o Brasil e os países do Leste Asiático. Embora sejam narrativas muitas vezes invisibilizadas e tratadas como objetos “exóticos”, o nosso contato com essa região já

remonta mais de dois séculos. O poder de mediação sobre a percepção brasileira sobre o Leste Asiático, no entanto, permanece ancorado em narrativas ocidentocentradas e que não necessariamente refletem a nossa realidade na conexão com essa região. Entendemos que seja essencial nos atentarmos para objetos oriundos de outras partes do mundo, bem como o estabelecimento de diálogo com essas nações para se colocar em prática agendas que busquem superar as antigas amarras coloniais e o imperialismo acadêmico (Alatas, 2000). Dito isso, propusemo-nos a realizar uma pesquisa de caráter quantitativo que buscou responder as questões:

1. Quais são os países leste-asiáticos mais contemplados nas pesquisas em Comunicação no Brasil?
2. Quais as temáticas mais abordadas?
3. Quais são as universidades brasileiras que costumam sediar essas pesquisas?
4. Qual o perfil dos pesquisadores brasileiros que adotam esses objetos de pesquisa?

3. Métodos

No intuito de traçar um panorama geral do “estado da arte” das pesquisas brasileiras, em nível de mestrado e doutorado na área da Comunicação, sobre os países do Leste Asiático, nós realizamos uma coleta manual e uma posterior organização em um banco de dados⁴. Em primeiro lugar, nós utilizamos o Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Conforme declarado pela própria instituição, esse repositório “tem como objetivo facilitar o acesso a informações sobre teses e dissertações defendidas junto a programas de pós-graduação do país” (CAPES, 2023), constituindo-se, assim, como uma

3 A estratégia do *Going Global* tem como o seu principal objetivo a internacionalização das empresas chinesas, de modo a proporcionar o aumento da exportação de produtos e serviços do país.

4 Dados disponíveis em: <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1v38bMk4EwB4q2NeA2pZWeraWvMmrZDAy6f8HSOpFuLk/edit?usp=sharing>>

ferramenta útil para a condução de levantamento de dados. As questões de pesquisa propostas são as seguintes:

A busca foi realizada a partir da utilização de palavras-chaves: Japão, Japoneses OR Japonesas OR Japonês OR Japonesa, China, Chinês OR Chineses OR Chinesa OR Chinesas, Coreia do Sul, Coreia do Norte, Coreia do Sul OR sul-coreano OR sul coreano OR sul-coreana OR sul coreana OR sul-coreanos OR sul coreanos OR sul-coreanas OR sul coreanas, Coreia do Norte OR norte-coreano OR norte coreano OR norte-coreana OR norte coreana OR norte-coreanos OR norte-coreanas OR norte coreanas OR norte coreanos, Coreia OR Coreanos OR coreano OR coreana OR coreanas, Taiwan, Taiwan OR Taiwanês OR Taiwanesa OR taiwanesas OR Taiwaneses, Hong Kong, Hong Kong OR Honcongus OR Honconguesa OR Honcongueses OR Honconguesas. Também utilizamos como palavras-chaves neste empreendimento palavras comumente acionadas no Brasil para se referir à fenômenos provenientes desses países: Onda Coreana OR Hallyu OR Korean Wave OR Onda Hallyu OR Hallyu Wave⁵, K-pop OR Kpop OR Kdrama OR K-drama, Cool Japan, Japão Mania, Animê, Mangá e Made in China. É ainda importante assinalar aqui que entendemos “China” não somente como a República Popular da China (RPC), pois também incluímos nesse conceito as províncias de Taiwan e Hong Kong.

4. Resultados

4.1 Países do Leste Asiático mais contemplados nas pesquisas em Comunicação no decorrer do tempo.

Dentre os países do Leste Asiático, é sobre o Japão que a maioria das pesquisas em nível de mestrado e doutorado na área da Comunicação

Selecionamos os filtros “mestrado” e “doutorado”, além de fazermos um recorte das teses e dissertações publicadas nos últimos dez anos (2013-2022). Em “grande área do conhecimento”, marcamos a opção de “ciências sociais aplicadas” e, em “área de conhecimento”, selecionamos o campo da Comunicação. As informações foram reunidas em um documento compartilhado no Google Planilhas, armazenado na nuvem para facilitar a sistematização das descobertas e a elaboração de gráficos subsequentes. Mediante a leitura dos títulos, resumos dos trabalhos e palavras-chaves, utilizamos como critério de exclusão duplicatas e trabalhos que não apresentaram evidências de que a pesquisa se relacionava com o Leste Asiático. Identificamos um total de 75 trabalhos.

Para responder o questionamento acerca do perfil desses pesquisadores, utilizamos os dados fornecidos pela Plataforma Lattes, que integra as bases de dados de currículos, grupos de pesquisa e instituições em um único sistema de informações, fornecido pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Dispusemos essas informações em uma outra página da mesma planilha sinalizada nas notas de rodapé anteriormente. Estamos cientes da limitação de utilizar o Lattes como fonte primária, tendo em vista que a não atualização da plataforma por parte dos autores pode impactar no resultado.

no Brasil parece estar concentradas. Foram 51 trabalhos publicados durante os anos de 2013 e 2022 sobre este país e/ou seus objetos associados. Em uma distância considerável em termos de número de publicação vem a Coreia do Sul, com 14 trabalhos e a China (incluindo Taiwan e Hong Kong), com 13. Sobre a Coreia do Norte não foi encontrado nenhum trabalho que privilegiasse o país (Gráfico 1).

5 Adicionamos essas palavras-chaves em nossa busca, embora seja um termo incorreto, pois alguns trabalhos se referem dessa forma.

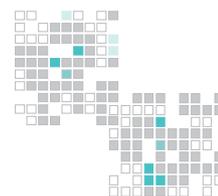
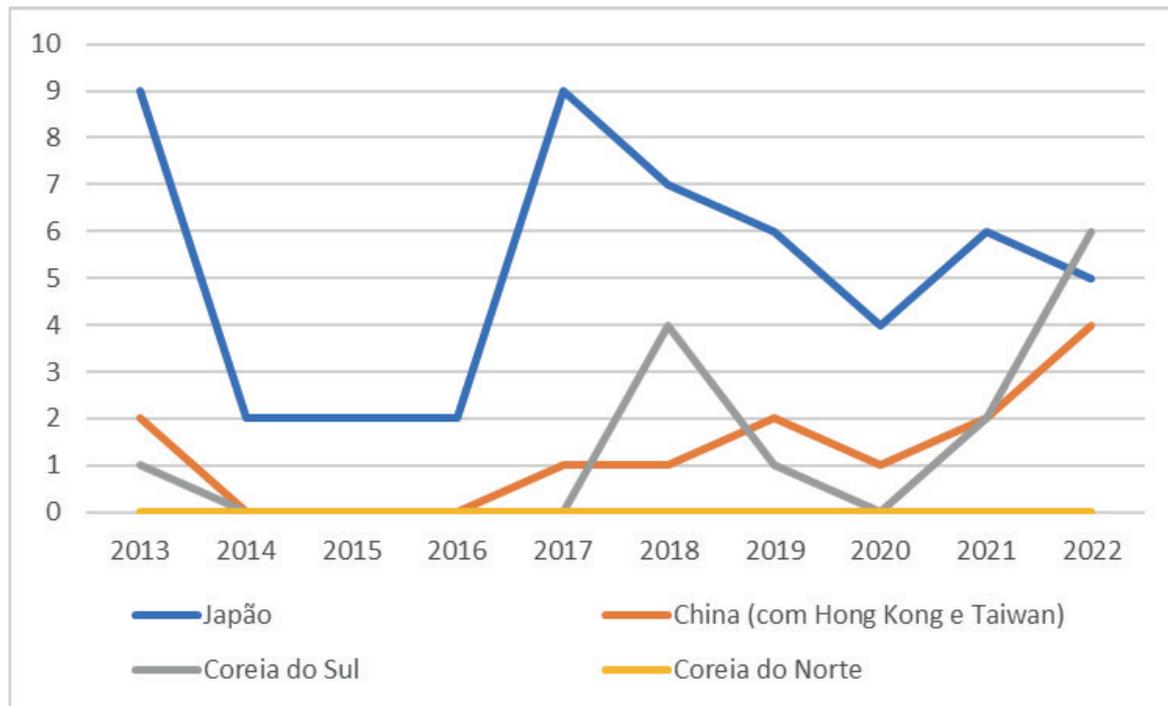


Gráfico 1. Distribuição das publicações sobre cada país por ano

Fonte: Produção das autoras (2023)

Ainda que de maneira irregular, as pesquisas sobre o Japão parecem apontar para uma tendência de certo declínio em 2022, enquanto as que abordam China e Coreia do Sul encontram-se em estágio de ascensão a partir de 2021. Destacamos, ainda, que durante todo esse espaço de tempo, existiu ao menos duas publicações sobre o Japão por ano no Brasil. Observa-se, por fim, que não parece existir nenhuma lógica de regularidade em específico para as aparições de pesquisas que contemplem o Leste Asiático.

4.2 Temáticas mais abordadas

A tabela a seguir sintetiza os dados referentes aos objetos e temáticas que costumam ser contemplados ao nos referirmos às pesquisas sobre o Leste Asiático no período de 2013 a 2022 (Tabela 1). A separação foi feita a partir dos países tomados como objeto. Teses e dissertações que contemplam mais de um país do Leste Asiático foram contabilizadas duas vezes, uma em cada país, na mesma categoria.

O que se observa é a predominância de investigações sobre o campo do cinema em relação ao Japão e à China e dos estudos de fãs em relação ao Japão e a Coreia do Sul. Destaca-se que em relação às teses e dissertações sobre cinema japonês existe uma certa preferência dos autores em abordagens sobre o cinema de horror e sobre o cinema de animação (ênfase, em especial, às produções do cineasta Hayao Miyazaki). Já os trabalhos sobre práticas de fãs, tanto do Japão quanto da Coreia do Sul, incluem abordagens variadas, como, por exemplo, sobre legendagem e distribuição de conteúdo, movimentos ativistas, movimentações em redes sociais digitais, prática de cosplay e participações em eventos (shows, eventos de animê). O K-pop é um grande agrupador de conteúdo nos trabalhos investigados. Em relação a Cultura pop, as abordagens desse corpus de trabalhos recaem tanto sobre fenômenos, como representa o caso da Coreia do Sul, a partir da Onda Coreana, quanto de produtos midiáticos, como animês, mangás e doramas.

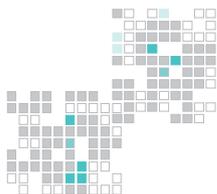


Tabela 1. Categorias de objetos/temas investigados

País	Categoria (N)
Japão	Cinema (19) Fãs e práticas associadas (10) Cultura pop japonesa (17) Sociedade (2) Imigração (2) Idioma (1)
China (Taiwan e HK)	Cinema (6) Imagens sobre a China (4) Imigração (1) Trocas culturais Brasil-China (1) Histórias em quadrinhos (1)
Coreia do Sul	Fãs e práticas associadas (9) Cinema (4) Cultura pop sul-coreana (1)

Fonte: Produção das autoras (2023)

No caso dos trabalhos sobre o cinema chinês, destaca-se que a predominância pela utilização de cineastas oriundos ou baseados na província de Taiwan como objeto. Já na categoria “imagens sobre a China”, observa-se certa preferência por trabalhos que investigam a forma como a China é vista a partir do Ocidente e do Brasil, seja através de um viés comparativo ou ilustrativo. Não somente, duas dissertações encontradas sobre a China foram realizadas por pesquisadoras chinesas residindo no Brasil.

4.3 Universidades brasileiras que costumam contemplar pesquisas sobre o leste-asiático

Quanto às instituições que sediam essas

pesquisas, observamos certa diversidade regional. Universidades do sudeste e, em especial, de São Paulo, possuem maior tradição nessas abordagens, principalmente por conta da PUC-SP, que possui 16 trabalhos sobre o Leste Asiático, e da USP, com 6. Outro estado que merece destaque é o Rio de Janeiro. A UFF possui 8 trabalhos que contemplem essas temáticas. A UFRJ e a UERJ também figuram em nossos dados, com 3 e 2 trabalhos, respectivamente. O Gráfico 2 destaca as principais instituições com mais de 3 produções sobre o Leste da Ásia, e uma tabela completa está disponível no link mencionado na nota de rodapé anterior.

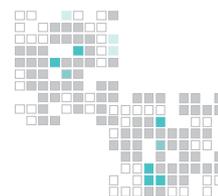
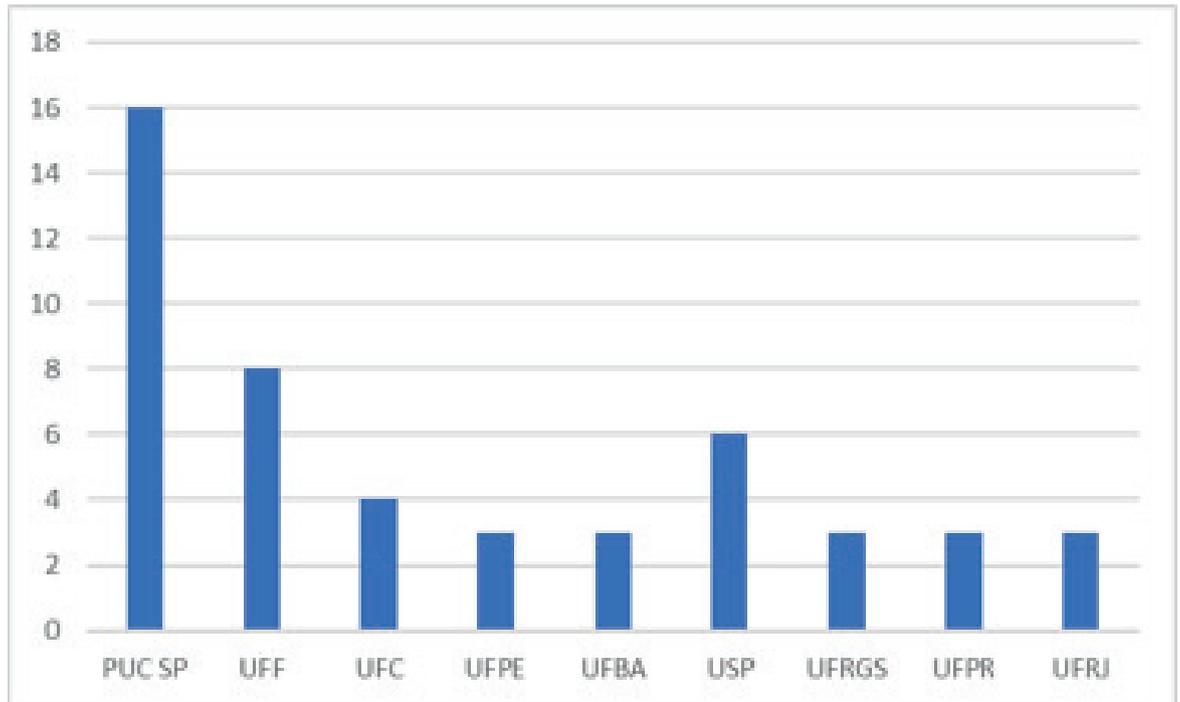


Gráfico 2. Instituições que mais contemplaram trabalhos sobre o Leste da Ásia



Fonte: Produção das autoras (2023)

Na região sul, identificamos 11 teses ou dissertações sobre o Leste Asiático, destacando-se a contribuição da UFPR com 3 trabalhos e da UTP com 2. Tanto a UFRGS quanto a UNISINOS apresentaram 2 trabalhos cada. No Nordeste, a UFC lidera com 4 teses ou dissertações, seguida

por UFBA, UFPE e UFPB, cada uma com 2 produções. A representação nas demais regiões inclui a UFG no Centro-Oeste, com 1 produção, e a UFPA no Norte, também com 1. O Gráfico 3 ilustra a diversidade regional.

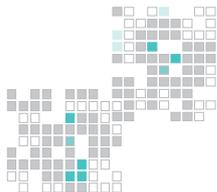
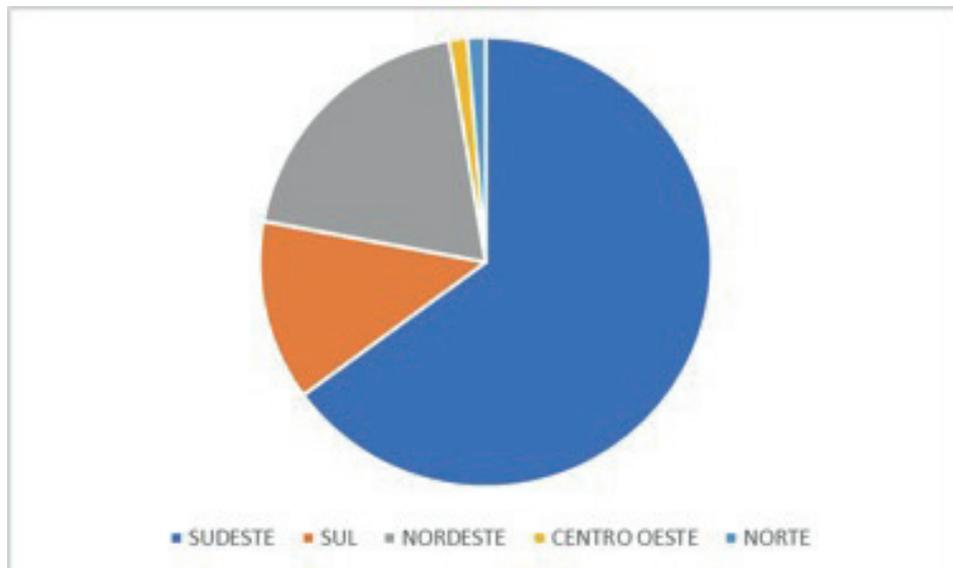


Gráfico 3. Diversidade regional



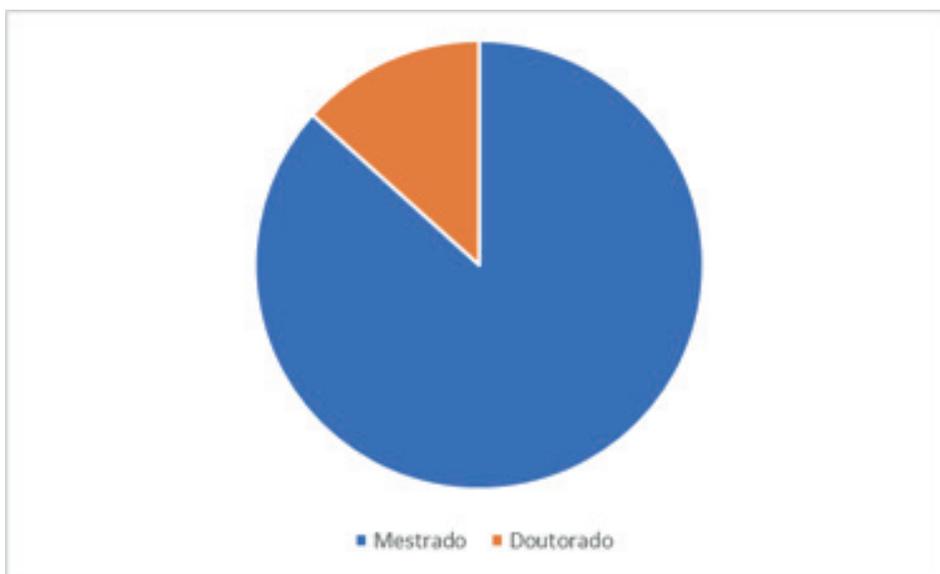
Fonte: Produção das autoras (2023)

4.4 Tipo de pesquisa e perfil dos pesquisadores

Entre as 75 pesquisas realizadas sobre o Leste Asiático durante 2013 e 2022, destaca-se que 65 delas foram dissertações de mestrado, enquanto

somente 10 teses de doutorado foram publicadas (Gráfico 4). Contabilizamos 8 teses sobre Japão, 2 sobre a China e apenas uma a respeito da Coreia do Sul até o momento de realização dessa pesquisa.

Gráfico 4. Proporção entre teses e dissertações



Fonte: Produção das autoras (2023)

Dos 75 trabalhos analisados, seis pesquisadores destacaram-se por suas dissertações e teses centradas em temáticas do leste-asiático. André Noro dos Santos, concluindo mestrado e doutorado na PUC-SP em 2013 e 2017, respectivamente, explorou objetos japoneses. Beatriz Yumi Aoki, da PUC-SP, defendeu pesquisas em 2018 e 2022, focando no contexto japonês. Krystal Urbano, da UFF, abordou o Japão em seu mestrado em 2013 e ampliou para incluir a Coreia do Sul no doutorado em 2018. Mayara Araujo direcionou o seu mestrado (2018), na UERJ, ao Japão e o doutorado (2022), na UFF, à China. Helen Suzuki, da USP, completou

mestrado (2014) e doutorado (2019) explorando o Japão. Rafael Montassier, na PUC-SP, continuou suas pesquisas sobre o Japão no mestrado (2017) e no doutorado (2022). Indicamos, portanto, que das 10 teses defendidas sobre o Leste Asiático, 6 delas denotam algum tipo de continuidade na abordagem.

Além disso, identificamos mais 8 pesquisadores que estão atualmente prosseguindo com investigações relacionadas ao Leste Asiático (Gráfico 5), conforme revelado pelos dados extraídos dos currículos Lattes. Este dado complementar vai além das teses já publicadas sobre o tema.

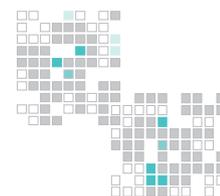
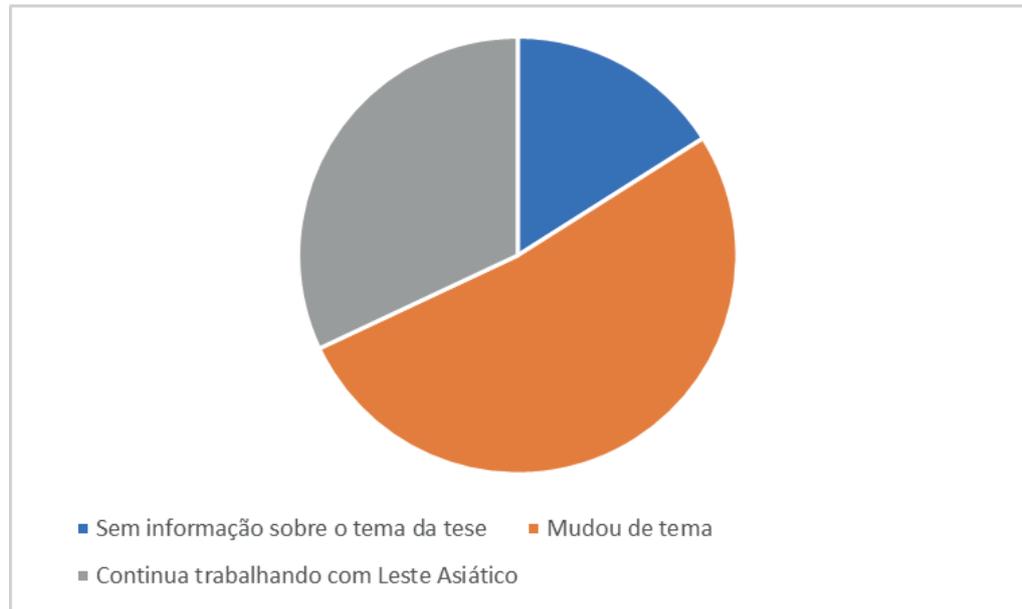


Gráfico 5. Continuidade em pesquisas sobre o Leste da Ásia



Fonte: Produção das autoras (2023)

No gráfico, excluímos pesquisadores fora do doutorado ($n = 31$) e autores que não conseguimos encontrar informação ($n = 5$), trabalhando com 25 teses em andamento. Observa-se que entre os acadêmicos que dão prosseguimento na carreira, apenas 8 mantêm a temática. Em relação a possíveis ascendências leste-asiáticas, somamos a esses 8 os outros 6 pesquisadores com doutorado concluído. Os resultados indicaram que 4 são descendentes de japoneses (André Noro,

Beatriz Aoki, Helen Suzuki, Célia Tomimatsu). Por fim, na busca por aderência a grupos de pesquisa focados no Leste Asiático, encontramos 5 pesquisadores que participam dos seguintes grupos: Centro de Estudos Orientais na PUC-SP ($n = 1$), MidiÁsia+ no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF ($n = 3$), e Grupo de Estudos Arte Ásia ($n = 1$), cooperação entre USP e UNIFESP. A tabela 2 apresenta os grupos.

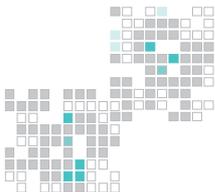
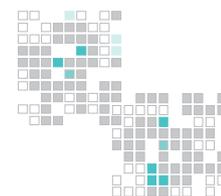


Tabela 2. Grupos de estudos ou pesquisa

Grupo de Pesquisa	Instituição	Descrição ⁶
Centro de Estudos Orientais	PUC-SP	O Centro de Estudos Orientais foi criado em 1999 pelos professores Christine Greiner e Haroldo de Campos. Desde então, tem trazido uma nova possibilidade de analisar a cultura oriental no Brasil, sobretudo a japonesa, com foco em suas representações midiáticas do mundo contemporâneo, incluindo o corpo como mídia primária da cultura. Entre os objetos de estudo mais pesquisados estão cinema, televisão e artes do corpo.
MidiÁsia+ (Grupo de Pesquisa em Mídia e Cultura Asiática Contemporânea)	UFF	O MidiÁsia+ é uma iniciativa que objetiva explorar questões relativas ao desenvolvimento da mídia e da cultura midiática em um mundo crescentemente diverso e multipolar. Originalmente focado nos países asiáticos, o projeto busca agora contemplar uma abordagem que valorize a pluralidade de perspectivas e panoramas midiáticos do mundo majoritário.
GEEA (Grupo de Estudos Arte Ásia)	USP e UNIFESP	Temos como objetivo produzir e discutir pesquisas relativas à arte asiática, especialmente a japonesa, indagando sobre os contextos de produção, de recepção e de circulação de tais objetos artísticos, bem como de seus trânsitos socioculturais em diferentes localidades, suportes e linguagens.

⁶ As descrições foram extraídas de seus sites.



5. Discussão e considerações finais

Nosso objetivo foi traçar um panorama, em nível de mestrado e doutorado, das pesquisas realizadas sobre o Leste Asiático no campo da Comunicação no Brasil. Para isso, o artigo utilizou o Catálogo de Teses e Dissertações fornecido pela CAPES a fim de fazer um levantamento dos trabalhos e os dados fornecidos pelos autores no currículo Lattes para traçar um perfil dos pesquisadores que desenvolvem continuamente pesquisas sobre o assunto.

O contato do Brasil com a China possui em torno de 200 anos. Em termos comerciais, a China se configura como a nossa principal parceira comercial. No entanto, o que os nossos dados indicaram é que a quantidade de teses e dissertações que tenham interesse em explorar questões relativas à China ainda é bastante limitada. O foco principal recai sobre o cinema, com metade das pesquisas concentradas em cineastas taiwaneses ou com base em Taiwan, priorizando perspectivas autorais em detrimento de questões culturais ou midiáticas mais amplas relacionadas ao país. No caso da Coreia do Sul, apesar do contato mais recente em termos de imigração, observa-se um crescente interesse de pesquisadores brasileiros na cultura pop sul-coreana, influenciado pela Onda Coreana. Como consequência, as pesquisas enfatizam objetos como K-pop, K-dramas e práticas de fãs associadas a esse consumo. Em ambos os casos, não há nenhum tipo de “tradição” quanto às investigações sobre China e Coreia do Sul em termos institucionais e nenhum pesquisador analisado participa de grupos de pesquisa que tenham como prioridade a construção de conhecimento sobre esses dois países. Do ponto de vista étnico, não existe correlação entre a

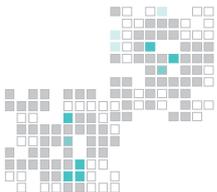
continuidade das pesquisas e a ascendência cultural. Não foram encontradas teses ou dissertações abordando a Coreia do Norte, tornando-a um objeto marginal que ainda carece de investigação.

As pesquisas sobre o Japão apresentam nuances distintas. Ao contrário de casos anteriores, a PUC de São Paulo e a USP estabelecem uma tradição de estudos sobre o Japão, com grupos de pesquisa dedicados à “Ásia” e, mais especificamente, ao Japão. Isso pode ser explicado por conta da forte presença das colônias de japoneses existentes no estado de São Paulo. Em 2008, o estado já contava com mais de um milhão de descendentes⁷. Sendo assim, embora não seja um fator determinante, a imigração japonesa se configura como um ponto de partida para a consolidação do interesse de pesquisadores brasileiros e *nikkeis*. O que os nossos resultados revelam é que o contato com a cultura japonesa, a cultura pop (animês, mangás), suas práticas associadas (*fansubbing*, *cosplay*, convenções de animê) e com o cinema de animação (Studio Ghibli) é onde se concentra a maior parte das pesquisas na Comunicação.

Destacamos ainda que apenas três grupos de estudos e pesquisa figuram os nossos dados. Chama a atenção o fato de que dois deles (GEEA e o Centro de Estudos Orientais), embora se apresentem como representantes da/o “Ásia/Oriente”, até o momento, concluíram apenas trabalhos relativos ao interesse sobre o Japão. O MidiÁsia+, sediado na UFF, por outro lado, têm entregado trabalhos e formado pesquisadores com especialidades diversas dentro dos estudos sobre o Leste Asiático.

Acreditamos que a tendência de se

⁷ Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/estado-tem-cerca-de-1-milhao-de-japoneses-e-descendentes/>>.

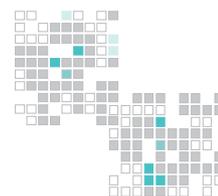


investigar os países do Leste Asiático se encontra em ascensão, tendo em vista as correntes transformações no panorama midiático e cultural global, além dos incentivos dos governos de países leste-asiáticos em promover intercâmbios culturais e acadêmicos, como ilustram os casos dos Instituto Confúcio (Oliveira; Araujo, 2021),

da Fundação Japão e da Academia de Estudos Coreanos (AKS). Trata-se de medidas que visam expandir seus *soft power* (Nye, 2004). Por fim, reconhecemos que dentre as limitações do artigo está a ausência de verificação dos dados bibliométricos dessas teses e dissertações. Essa questão será averiguada em trabalhos futuros.

Referências

- ALATAS, Syed. An introduction to the idea of alternative discourses. *Southeast Asian Journal of Social Science*, v. 28, n. 1, p. 1-12, 2000.
- AOURAGH, Miriyam; CHAKRAVARTTY, Paula. Infrastructures of empire: Towards a critical geopolitics of media and information studies. *Media, Culture & Society*, v. 38, n. 4, 559–575, 2016.
- ARAUJO, Mayara. *Orientalismo Algorítmico: a China sob os olhos da Netflix*. 2022. Tese. (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2022.
- ARAUJO, Mayara. *Outra face do pop japonês: o circuito dos dramas de TV*. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.
- CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. *Catálogo de Teses e Dissertações Brasil (2021 a 2024)*. Disponível em: <https://dadosabertos.capes.gov.br/dataset/2021-a-2024-catalogo-de-teses-e-dissertacoes-brasil>. Acesso em: 14 de novembro de 2023..
- CHERUIYOT, David; FERRER-CONILL, Raul. Pathway outta pigeonhole? De-contextualizing Majority World. *Media, Culture & Society*, v. 43, n. 1, p. 189-197, 2021.
- CUNHA, Guilherme. *As relações Brasil-China: Ciência, tecnologia e inovação noséculo XXI*. 2017. Tese (Doutorado em Economia Política Internacional) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.
- CURRAN, James; PARK, Myung-Jin. *De-Westernizing Media Studies*. London & New York: Routledge, 2000.
- CZEPULA, Kamila. *Os indesejáveis “chins”: um debate sobre a imigração chinesa no Brasil Império (1878-1879)*. Dissertação (Mestrado em História). Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2017.
- DEZEM, Rogério. *Matizes do ‘Amarelo’. A gênese dos discursos sobre os orientais no Brasil (1878-1908)*. São Paulo: Humanitas – USP/ FAPESP, 2005.
- DUTTA, Mohan. Whiteness, internationalization, and erasure: decolonizing futures from the Global South. *Communication and Critical/Cultural Studies*, v. 17, n. 2, p. 228-235, 2020.
- IRELAND, Alleyne. *Commercial Aspect of the Yellow Peril*. *The North American Review*, v. 171, n. 526, 1900.
- JIN, Dal Yong; YOON, Tae-Jin. The Korean wave: Retrospect and prospect. *International journal of communication*, p. 2241+, 2017.
- KEANE, Michael; WU, Huan. Lofty ambitions, new territories and turf battles: China’s platforms “go out.” *Media Industries*, v. 5, p. 51–68, 2018.
- LOU, Shuo. *Mídia, chinesidade e a vida sociocultural dos sinos-cariocas: História e perspectivas*. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.
- MIGNOLO, Walter. *Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade*. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 32, n. 94, p. 1-18, 2017.
- NYE, Joseph. *Soft Power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs, 2004.
- OLIVEIRA, Alana; ARAUJO, Mayara. *Desocidentalizando a imagem sobre a China: um olhar sobre o contrafluxo midiático chinês no Brasil*. *Intus-Legere Historia*, v. 15, p. 186-204, 2021.
- SAID, Edward. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- SAKURAI, Célia. *Imigração tutelada: os japoneses no Brasil*. Tese (Doutorado em Antropologia). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.
- SALGADO, Tiago; MATTOS, Maria Ângela. *Indícios de colonialidade nas abordagens comunicacionais brasileiras: o primeiro quadriênio dos anais do Encontro Compós (2000-2003)*. *Revista Intercom*, v. 45, p. 1-16, 2022.



SIMPSON, Christopher. *Science of coercion: Communication research and psychological warfare*. Oxford University Press, 1996.

SEYFERTH, Giralda. Colonização, imigração e a questão racial no Brasil. *Revista USP*, n. 53, p. 117- 149, 2002.

SUZINA, Ana Cristina. English as língua franca. Or the sterilisation of scientific work. *Media, Culture and Society*, v. 43, n. 1, p. 171-179, 2020.

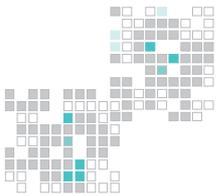
URBANO, Krystal. *Beyond Western pop lenses: o circuito das japonesidades e coreanidades pop e seus eventos culturais/musicais no Brasil*. Tese (Doutorado em Comunicação). Instituto de Comunicação e Artes, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

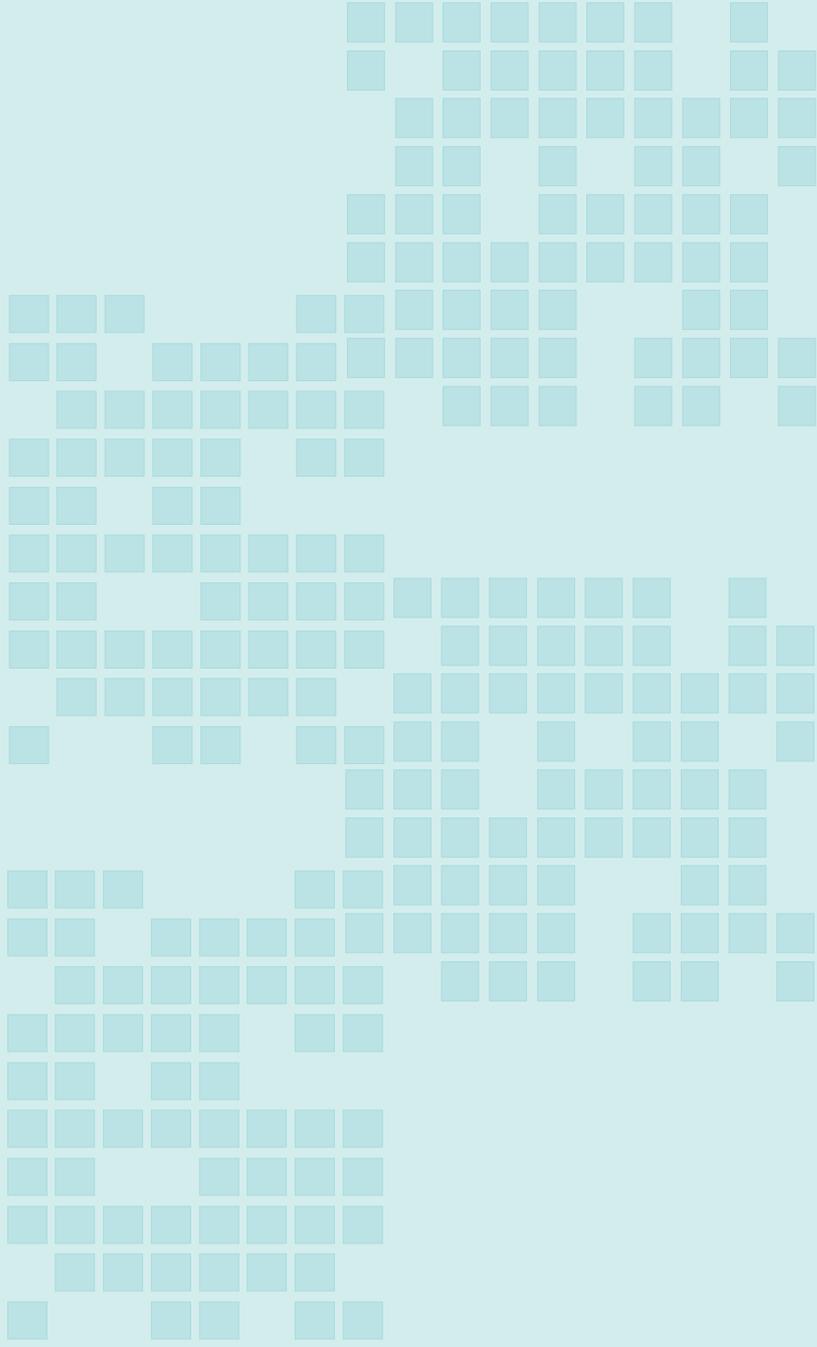
URBANO, Krystal; ARAUJO, Mayara. O fluxo midiático dos animês e seus modelos de distribuição e consumo no Brasil. *Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura*, v. 21, p. 82-101, 2021.

WAISBORD, Silvio; MELLADO, Claudia. De-westernizing communication studies: A reassessment. *Communication Theory*, v. 24, n. 4, p. 361-372, 2014.

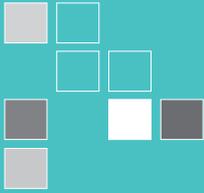
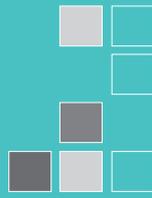
WALLERSTEIN, Immanuel. *O Universalismo europeu: a retórica do poder*. São Paulo:Editora Boitempo, 2013.

Artigo enviado em 04/03/2024 e aceito em 03/05/2024.





ENTREVISTA/ENTREVISTA

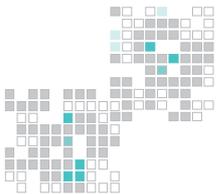


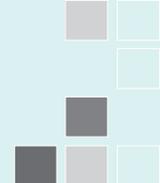
AMÉRICA LATINA DESDE ASIA Y ASIA DESDE AMÉRICA LATINA: EL SUR GLOBAL EN UNA CONVERSACIÓN CON EL DR. FERNANDO PEDROSA

Pasuree Luesakul

■ Es Doctora en literatura hispanoamericana y maestra en Estudios latinoamericanos por la Universidad de Salamanca, España. Actualmente, es profesora titular de la Sección de Español y directora del Centro de Estudios Latinoamericanos, Departamento de Lenguas Occidentales, Facultad de Letras, Universidad de Chulalongkorn. Su campo de investigación es cultura y literatura latinoamericanas, sobre todo desde la perspectiva comparatista con Tailandia.

■ E-mail: pasuree.l@chula.ac.th





Fernando Pedrosa

El Dr. *Fernando Pedrosa* es una figura destacada en el ámbito académico, reconocido por su enfoque multidisciplinario y su profundo compromiso con el estudio y la comprensión de las relaciones entre Asia y América Latina. Como Director del Grupo de Estudios de Asia y América Latina (GESAAL) en la Universidad de Buenos Aires (Argentina), ha impulsado una visión innovadora que busca trascender las fronteras tradicionales de la investigación académica.

Egresado de la Carrera de Historia en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires

entre 1991 y 1996, el Dr. Fernando Pedrosa obtuvo una base fundamental en la comprensión histórica y cultural de América Latina. Posteriormente, complementó su formación con un Curso de Formulación y Evaluación de proyectos de Cooperación Internacional, realizado en España en 1996, consolidando así su interés y conocimiento en temas de cooperación y desarrollo. Continuando con su trayectoria académica, obtuvo una Maestría en Estudios Latinoamericanos en la Universidad de Salamanca, España, entre los años 2002 y 2004, donde profundizó en el análisis de los procesos políticos y sociales en la región. Finalmente, culminó su formación académica con un doctorado en "Procesos Políticos Contemporáneos" en la misma institución, entre 2005 y 2009, lo que le proporcionó las herramientas teóricas y metodológicas necesarias para abordar de manera rigurosa y crítica las dinámicas políticas tanto en América Latina como en otras regiones del mundo.

En su labor al frente de GESAAL, el Dr. Fernando Pedrosa ha marcado una clara diferencia al retomar los estudios asiáticos desde una perspectiva latinoamericana, fomentando el análisis comparativo y la exploración de temáticas afines a la agenda latinoamericanista. Su enfoque no se limita a las regiones más conocidas de Asia, sino que también incorpora de manera sistemática el estudio del sur y el sudeste asiático, regiones cuya importancia ha sido subestimada en el ámbito académico hasta ahora. Además, el investigador defiende una aproximación multidisciplinaria que va más allá del mero conocimiento utilitario, promoviendo la producción de saberes que contribuyan al entendimiento profundo y la cooperación entre Asia y América Latina en diversos ámbitos, como la sociología, la literatura, la educación, la ciencia política, los estudios de género y culturales, la historia, la comunicación, la antropología y las relaciones internacionales.

Bajo su dirección, la revista *Asia América Latina*, editada por la Editorial de la Universidad de Buenos Aires (EUDEBA), se ha convertido en un referente clave para académicos y profesionales interesados en profundizar su conocimiento sobre estas regiones y en fomentar la cooperación académica entre ellas. De esta manera, en una interesante entrevista, el Dr. Fernando Pedrosa discute las relaciones académicas y su perspectiva sobre las contribuciones a los estudios comparativos entre Asia y América Latina. Su labor como coordinador de la Universidad de Buenos Aires es un testimonio de su dedicación y su visión de una mayor integración y comprensión entre Asia y América Latina en el contexto actual de globalización y cambio.

Entrevista

P. ¿Tiene una trayectoria académica a lo largo de 3 décadas de los procesos políticos de América Latina y en estos últimos años, en paralelo con sus continuos trabajos de esta región, se ha arrancado también varios proyectos sobre el análisis de las situaciones políticas en Asia? ¿Cómo se podría explicar su nuevo interés por el otro lado del mundo?

F. Como tú dices, me dediqué muchos años a investigar en el campo de los estudios latinoamericanos, pero eso cambió en la última década. Si bien continuó haciendo pequeñas cosas sobre Latinoamérica básicamente en lo vinculado a la democratización, desde 2013 comencé a dedicarme cada vez más a temas de Asia, particularmente del sudeste asiático y de la zona de Asia Pacífico también. Este cambio tiene algunas explicaciones.

En primer lugar, porque nunca me gustó la imagen del académico dedicado a una sola cosa, durante toda su carrera. Por ejemplo, en América Latina, especialmente en Argentina, cuando leo a los que se dedican a lo que se llama la Historia reciente, y que hace 25 años escriben sobre lo mismo, con las mismas preguntas y métodos. ¿Cuánto más podés decir del Operativo Cóndor de las dictaduras de la región? Eso pasa en general por otro fenómeno muy extendido que es la confusión entre activismo y mundo académico cosa que no voy a profundizar pero que da para mucho.

En segundo lugar, el cambio de América Latina por Asia se debió a que me han resultado muy atractivo como se produjeron algunos fenómenos políticos y sociales asiáticos. Estudiar Asia nos permite volver a Latinoamérica con los ojos renovados, mirando cómo allí se dan otras respuestas a problemas similares, cómo aparecen nuevas variables explicativas, otros fenómenos sociales. Cruzar a otro continente ayuda también a mejorar o a renovar los propios puntos de vista y no estancarse.

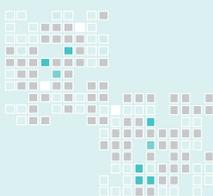
En tercer lugar, obviamente Asia es muy importante para el mundo y para América Latina en particular, y creo que es parte de nuestra tarea poder hablarles a los políticos, a los periodistas, a la gente de la cultura y a la gente del mundo académico sobre Asia, tratando de explicar y de mostrar que es un lugar demasiado importante y que necesita mucha más atención desde América Latina.

En América Latina el mundo académico no se dedica a Asia en la misma magnitud que la importancia que tiene. Los académicos siguen atrás del mundo europeo, de los problemas de América Latina vistos desde Estados Unidos, y me refiero a lo que se observa sobre todo en las grandes organizaciones académicas, como LASA, donde predominan agendas de moda, paternalistas, una moralidad progresista que no tiene que ver con el conocimiento científico, con lo disruptivo. Por eso deje de ser socio de LASA después de tantos años.

Finalmente, es preciso aceptar que los que estamos trabajando en temas asiáticos tenemos una especie de responsabilidad de llevar esta región y todas sus problemáticas hacia América Latina para empezar a reflexionar sobre ello con mucho más conocimiento.

P. ¿Cuáles son los temas de la política asiática que más le interesan? Varios de sus proyectos se tratan de diferentes asuntos de Asia desde la perspectiva latinoamericana. Para ud., ¿qué se pueden aprender entre estos dos lados tan lejanos geográficamente?

F. No podría decir que, a lo largo de los años mi interés por la historia y la ciencia política haya ido la mano de estudios de área. Si bien trabajaba sobre América Latina y ahora me dedico más al sudeste asiático, creo que fui persiguiendo problemas académicos y cómo esos problemas se fueron desarrollando,



investigando y debatiendo en diferentes lugares.

Entonces, los problemas que hoy me interesan en el mundo asiático son problemas muy parecidos a los que me interesaban en América Latina. La democracia, la democratización, los retrocesos democráticos, las relaciones entre el Estado y la sociedad, la forma en que se distribuye el poder, los liderazgos políticos entre otros.

Y que en el caso de Asia y con referencia a América Latina, porque creo que lo comparativo también es algo que me interesa mucho, hay una cuestión que es muy muy trascendente y es que en América Latina la cuestión de la colonización, la independencia, la inclusión en el capitalismo internacional, la construcción de Estados e identidades nacionales y luego del régimen político trascurrieron a lo largo de 200 años o más, en algún caso son procesos inacabados. Y todo esto ocurrió luego de guerras civiles, en procesos muy complejos que empiezan a principios del siglo XIX, y que se extendieron por el siglo XX y que fueron tan violentos como las guerras civiles que los precedieron.

En cambio, en Asia, sobre todo en el sudeste asiático, vemos que esos procesos están concentrados, se producen en 50 años, en algunos casos más, en algunos casos menos, pero eso es una variable tan diferente a América Latina, y con tanto impacto en las sociedades asiáticas, que es muy importante tenerlos en cuenta, darle cierta centralidad que en Latinoamérica ya no tienen.

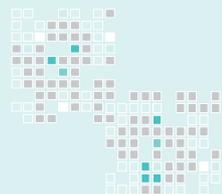
Y de hecho sirve también para alejar esta fantasía de los enfoques rígidos poscoloniales o decoloniales, que igualan esos procesos en América Latina y en Asia y sin ahondar en que, más allá del impacto que tuvieron en cada región, lo que es claro es que es fueron muy diferentes.

Hay algo ahí que vale la pena pensar desde la heterogeneidad y no como una unidad política, y me refiero a este famoso “sur global”, unido hoy por el relato *catch all* predominante y basado en la frustración por el dominio y la ambición de las potencias occidentales. Y por esa mirada se pierde la vitalidad de historias sociales que se infantilizan para ser utilizadas desde lugares muy poco sugerentes y en general que toman rumbos políticos e ideológicos. Incluso ignorando toda una serie de procesos de desarrollo que representan China e India y los países de la ASEAN a los que se prefiere reducir a una historia de “humillaciones nacionales”.

P. Típicamente se analizan más los asuntos en relación con China, Japón y Corea, por qué razón sus proyectos se enfocan principalmente en el área del Sudeste Asiático? Para ud., ¿cómo se puede explicar la expansión de Asia en América en los últimos años?

F. Es cierto lo que decís, efectivamente esas academias latinoamericanas, la presencia de los estudios sinológicos y también de Japón y Corea han sido predominantes. Y los estudios sobre el sureste asiático son bastante escasos, y esto continúa siendo así. Esto ocurre en primer lugar porque China, Japón y Corea son países con agencias de cooperación internacional que han hecho importantes tareas de estimular la formación de investigadores, de centros de estudios nacionales, de becarios, y eso no se observa de parte de los países del sureste asiático.

Por otra parte, en el caso de China también hay una sobrerrepresentación a partir, primero, de que China es un país que cada vez aporta más dinero para las tareas académicas, por ejemplo, los institutos Confucio, pero también a partir de subsidiar grupos e investigadores e investigaciones y cooperación entre universidades de ambas regiones. Y en este punto hay una sinología también que surge tratando de aprovechar esta oportunidad de financiamiento, y por otro lado una sinología que surge a partir de coincidencias ideológicas con el discurso chino, con la idea del socialismo con características chinas, con



una renovación en los discursos anticapitalistas, antiliberales y que desde la caída de la Unión Soviética no habían tenido una escenificación en una potencia ascendente geopolíticamente.

Entonces, hay varios motivos por los cuales esto ocurre, pero efectivamente hoy encontramos muchos estudios sobre China, menos pero todavía muy importantes sobre Corea del sur y Japón, y el sureste asiático está relegado a pesar de la creciente presencia política y comercial que tienen estos países en la región.

P. Cómo fundador y director de la revista Asia América Latina, publicada con la editorial EUDEBA de la Universidad de Buenos Aires, podría hablarnos un poco sobre la dirección y los objetivos de esta revista? ¿Cuáles son las recepciones en el mundo académico latinoamericano?

F. La experiencia del Grupo de estudios sobre Asia y América Latina de la Universidad de Buenos Aires fue muy exitosa, dado que había empezado yo solo en 2013 y hoy somos 15 o 20 investigadores desde seniors a becarios, con especializaciones en diferentes países y problemas. En este punto creo que la experiencia de los últimos 10 años ha sido muy fructífera, porque hemos logrado poner el mapa de la universidad al sureste asiático, tenemos proyectos financiados por la UBA y por Ministerio de Educación también, para estudiar la democratización en Camboya, Malasia, Tailandia, Myanmar, tenemos becarios tesis en temas de Indonesia, de Camboya, hemos tenido tesis de maestría y doctorado sobre ASEAN, sobre cooperación entre Indonesia y Taiwán, sobre China.

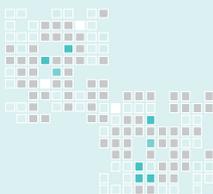
La revista en particular también, porque obviamente al carecer de recursos y de apoyos, todo ha sido un trabajo muy arduo, conseguir los artículos, los evaluadores, después la edición de los artículos, la maquetación, el diseño y la difusión de la revista, el sostenimiento de la página web, el pago del DOI, todo eso realmente lleva mucho trabajo y creo que ha sido también un resultado muy productivo y hemos avanzado en la indización.

Te recuerdo que la revista tiene una característica muy especial, no es una revista sobre estudios de Asia, es una revista que publica artículos de investigadores asiáticos sobre América Latina y de investigadores latinoamericanos sobre Asia. Es una revista que se piensa como una red de contacto entre investigadores de ambas regiones y también acepta artículos de africanos o de europeos o norteamericanos que hagan estudios comparativos entre Asia y América Latina. O sea, lo que se busca estimular es esa comparación, esa reunión en preguntas académicas en investigaciones sobre Asia y América Latina.

P. ¿Cuál es su opinión sobre la cobertura de noticias relacionadas con Asia en los medios de comunicación latinoamericanos, especialmente en lo que respecta a la representación y el enfoque utilizado al informar sobre países asiáticos? ¿Cree que hay suficiente intercambio cultural, artístico y mediático entre Asia y Latinoamérica? ¿Este intercambio podría contribuir a una mejor comprensión intercultural entre las sociedades de ambas regiones en el Sur Global?

F. La cuestión de cómo representan los medios de comunicación a Asia va cambiando según cada país de América Latina. No es igual en todos lados. Hay mucha influencia de China, por ejemplo, en países como en México y en Chile. Corea está haciendo un esfuerzo increíble con la música y las series que repercuten mucho en medios y redes. Japón está volviendo a ocuparse de la región lentamente. Las redes sociales han cambiado el panorama radicalmente.

En otros lugares por ejemplo hablando del caso Argentina que es el más conozco, todavía el exotismo



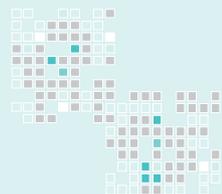
es una fuente de ingreso a Asia en los medios. Se podría relacionar con el viejo orientalismo literario, esa forma de ver desde el sensacionalismo, ver a Asia como un lugar vinculado a cosas extrañas, a fenómenos ajenos a toda razón y vinculación cotidiana desde occidente.

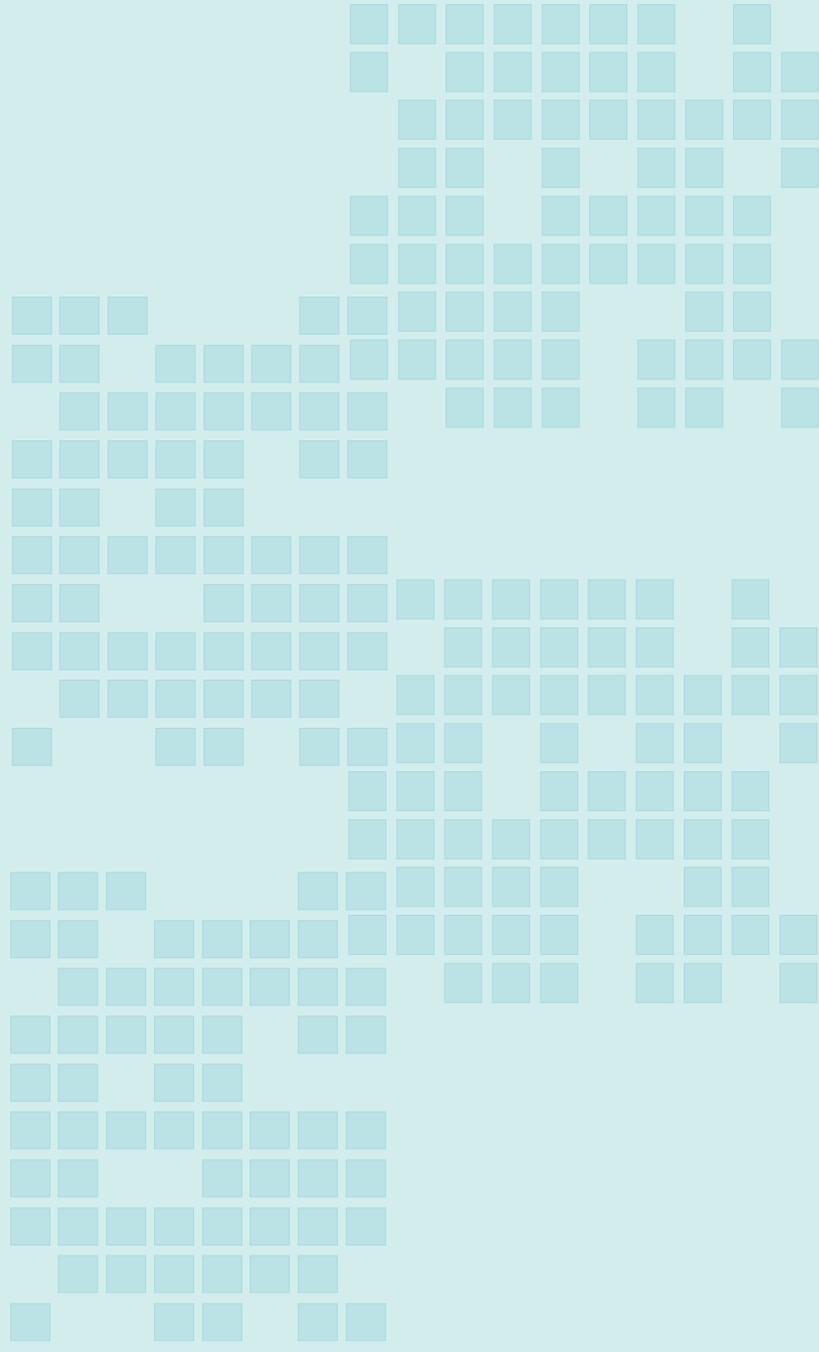
También desde el punto de vista político muy vinculado con China y con las cosas que pasan en el continente China y Taiwán, China con Estados Unidos, los BRICS, o siguiendo a los principales líderes políticos, pero también muy vinculada a la violencia.

Tanto en los medios de comunicación como en la política, en el mundo económico, como en el mundo académico falta información, falta conocimiento mutuo y esto no es solo una responsabilidad de América Latina, hay una responsabilidad también de China, sobre todo, pero de Asia de hacerse conocer. No es un proceso unidireccional que deba comenzar y sostenerse desde el occidente porque tenemos la obligación por este famoso discurso decolonial y la responsabilidad histórica bla bla bla. Es un proceso que corresponde a ambas partes. Esa es una manera adulta de considerar al otro, que también tiene además de beneficios tiene responsabilidades en la construcción del vínculo común.

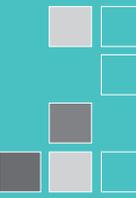
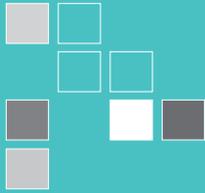
Con respecto a intercambio cultural es un poco parecido a lo que venía diciendo para los otros temas, creo que la gastronomía ha dado pasos muy importantes, sobre todo desde algunos países como Vietnam, China y Tailandia, el cine también, pero en general creo que eso está muy subvalorado que tiene todavía muchos caminos de recorrer y dentro de esto el sudeste asiático mucho más. La excepción hoy es Corea y su política tan exitosa de *soft power* que permite conocer mucho de la sociedad coreana, tendiendo puentes y mostrando que, al final del día, latinoamericanos y asiáticos, somos personas con, sueños, ambiciones, decisiones y vidas que siguen caminos muy similares.

Artigo enviado em 10/05/2024 e aceito em 07/06/2024.





ARTIGOS LIVRES/ARTÍCULOS LIBRES



A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO ENSINO DO JORNALISMO: CAMINHOS PERCORRIDOS POR CIENTISTAS BRASILEIROS

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM EDUCATION: PATHS TAKEN BY BRAZILIAN SCIENTISTS

INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ENSEÑANZA DEL PERIODISMO: CAMINOS RECORRIDOS POR CIENTÍFICOS BRASILEÑOS

Fabia Cristiane Ioscote

■ É estudante de doutorado em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR), com bolsa da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). Tem mestrado em Comunicação (UFPR). Graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

■ *Es estudiante de Doctorado en Comunicación del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Paraná (UFPR), con una beca de la CAPES (Coordinación de Perfeccionamiento del Personal de Educación Superior). Tiene una maestría en Comunicación (UFPR). Licenciada en Comunicación Social, especialidad Periodismo por la Universidad Tuiuti do Paraná (UTP).*

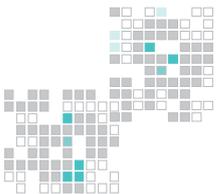
■ E-mail: ioscote.fabia@gmail.com

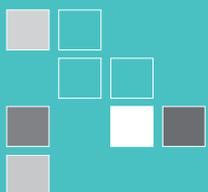
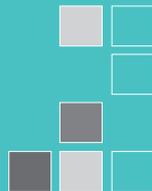
Claudia Irene de Quadros

■ é professora permanente do PPGCOM-UFPR. Doutora em Comunicação pela Universidade de La Laguna (ULL), possui pós-doutorado em Comunicação Digital pela Universidade Pompeu Fabra (UPF) e em Comunicação da Ciência pela Universidade da Beira Interior (UBI). É líder do grupo de pesquisa COM21 e faz parte da RedeJortec. É professora do núcleo de pesquisa da Agência Escola UFPR

■ *Es profesora permanente del PPGCOM-UFPR. Doctora en Comunicación por la Universidad de La Laguna (ULL), tiene un posdoctorado en Comunicación Digital por la Universidad Pompeu Fabra (UPF) y en Comunicación de la Ciencia por la Universidad da Beira Interior (UBI). Es líder del grupo de investigación COM21 y forma parte de RedeJortec. Es profesora orientadora de la Agência Escola UFPR.*

■ E-mail: clauquadros@gmail.com





Manoella Fortes Fiebig

■ É doutora e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). Graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). É gestora e consultora de redes sociais digitais.

■ *Es doctora y máster en Comunicación del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Paraná (UFPR). Licenciada en Comunicación Social, especialidad Periodismo por la Universidad Federal de Santa Maria (UFSM). Es gestora y consultora de redes sociales digitales.*

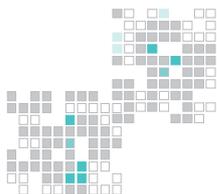
■ E-mail: manoellaff@gmail.com

Cleide Luciane Antoniutti

■ É professora permanente da UFCA. Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). É líder do grupo de Pesquisa CPJor e professora de telejornalismo e radiojornalismo do curso de Jornalismo.

■ *Es profesora permanente en la UFCA. Doctorado en Ciencias de la Información por la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ), posdoctorado en Comunicación por la Universidad Federal de Paraná (UFPR). Es líder del grupo de Investigación CPJor y profesora de periodismo televisivo y periodismo radiofónico en la carrera de Periodismo.*

■ E-mail: luciane.antoniutti@ufca.edu.br



RESUMO

Este artigo evidencia a produção científica brasileira sobre o jornalismo no contexto da Inteligência Artificial (IA) e na automatização de dados, com a intenção de observar movimentos na pesquisa e no ensino. Para tanto, seguimos caminhos percorridos por três pesquisadores brasileiros com maior número de artigos publicados sobre o tema em três anais de congressos (SBPJor, Compós e Intercom) e revistas científicas no período de 2010 a 2020. Chegamos a esses cientistas após uma busca realizada nos sites dos congressos e nas bases da Scopus, Web of Science e Scielo com uma série de palavras-chave, tais como inteligência artificial, algoritmo, automação, robô e base de dados. Entrevistas semiestruturadas complementam este estudo que demonstra a necessidade de repensar o ensino do jornalismo diante das inovações teóricas, sociais, econômicas, tecnológicas e constantes mutações do mercado.

PALAVRAS-CHAVE: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL; JORNALISMO DE AUTOMAÇÃO; BASE DE DADOS; ALGORITMOS.

ABSTRACT

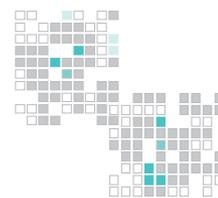
This article highlights the Brazilian scientific production on journalism in the artificial intelligence (AI) and data automation context with the intention of observing movements in research and teaching. We followed the paths taken by three Brazilian scientists with the highest number of articles published on the subject in three annals (SBPJor, Compós, and Intercom) and scientific journals from 2010 to 2020. We reached these scientists after searching congress websites and the databases Scopus, Web of Science, and Scielo with a series of keywords such as artificial intelligence, algorithm, automation, robot, and database. Semi-structured interviews complement this study, which demonstrates the need to rethink journalism education in the face of theoretical, social, economic, technological, and constantly changing market innovations.

KEY WORDS: ARTIFICIAL INTELLIGENCE; AUTOMATION JOURNALISM; DATABASE; ALGORITHMS.

RESUMEN

Este artículo destaca la producción científica brasileña sobre periodismo en el contexto de la inteligencia artificial (IA) y la automatización de datos, con la intención de observar movimientos en la investigación y en la enseñanza. Por lo tanto, seguimos los caminos seguidos por tres investigadores brasileños con más artículos publicados sobre el tema en tres actas de congresos (SBPJor, Compós e Intercom) y revistas científicas de 2010 a 2020. Llegamos a estos científicos en una búsqueda realizada en los sitios web de conferencias y en las bases de datos Scopus, Web of Science y Scielo con una serie de palabras clave, como inteligencia artificial, robot, robot y base de datos. Las entrevistas semiestructuradas complementan este estudio, que demuestra la necesidad de repensar la enseñanza del periodismo frente a las innovaciones teóricas, sociales, económicas, tecnológicas y los constantes cambios del mercado.

PALABRAS CLAVE: INTELIGENCIA ARTIFICIAL; PERIODISMO DE AUTOMATIZACIÓN; BASE DE DATOS; ALGORITMOS.



Introdução

O ensino do jornalismo sempre foi uma preocupação presente nas reflexões de pesquisadores de todo o mundo (Meditsch, 2007, Meditsch et al., 2020; Tejedor Calvo et al., 2020), sobretudo quando mudanças significativas de mercado colocam em evidência a necessidade de repensar as práticas jornalísticas nas instituições de ensino superior. Para Tárzia e Marinho (2008, p. 31), é necessário que o processo educativo considere “as novas exigências profissionais geradas pela convergência das mídias”, que impactam sobre o trabalho do jornalista em diferentes etapas do processo de construção de uma notícia: coleta, produção e distribuição. Os autores defendem que mesmo que os currículos não consigam acompanhar as constantes transformações do mercado, as escolas de jornalismo precisam encontrar alternativas para formar melhor o futuro jornalista, sem deixar de cumprir de forma ética com suas responsabilidades sociais.

Neste artigo buscamos observar movimentos na pesquisa e no ensino para compreender como as transformações têm sido discutidas por cientistas brasileiros, que também são docentes e, por isso mesmo, buscam caminhos para ensinar a articulação entre jornalismo e Inteligência Artificial (IA). Dessa articulação, surgem desdobramentos como a interdisciplinaridade, marcada pela parceria com outras áreas, ações pioneiras de ensino, surgimento de novas linguagens e formatos, práticas pedagógicas realizadas conjuntamente com o mercado de trabalho etc.

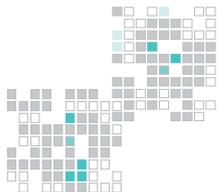
Os pesquisadores brasileiros que participaram do estudo foram selecionados a partir da quantidade de artigos publicados em revistas científicas e anais de congresso no período de 2010 a 2020. Vale ressaltar que a quantidade de livros publicados neste período não foi

incluída, porém isso não invalida a pesquisa. Ao contrário, conseguimos encontrar três gerações de investigadores da área da comunicação de instituições diferentes (duas públicas e uma privada) e regiões distintas (Nordeste, Sudeste e Sul). São dois homens e uma mulher preocupados com os avanços da comunicação digital e, conseqüentemente, com a forma de ensinar. Embora não tenha sido um critério de seleção, destacamos que esses cientistas selecionados fazem parte da JorTec¹, o que demonstra a importância desta rede de pesquisa vinculada à SBPJor para a construção do pensamento científico da área.

Neste movimento de pesquisa, procuramos registrar a história deste período (2010 a 2020) para revelar as preocupações de ensino, críticas e principalmente tendências do jornalismo contemporâneo. Com tantas transformações teóricas, sociais, econômicas, tecnológicas e de mercado, nosso propósito é colocar em evidência pautas importantes para a reflexão sobre o ensino do jornalismo diante desse cenário. Em artigo futuro, apresentaremos a análise dos próximos quatro anos (2021 a 2024). Compreendemos que a popularização da IA despertou o interesse de mais investigadores brasileiros e, conseqüentemente, novas discussões entraram na agenda da pesquisa sobre a IA no jornalismo. Isso, no entanto, não invalida o presente estudo. Muito pelo contrário, evidencia pesquisadores pioneiros nesta discussão do jornalismo contemporâneo.

O artigo foi dividido em quatro partes. Na introdução apresentamos o objetivo e justificamos esse movimento de pesquisa. Nos procedimentos metodológicos, detalhamos todas

¹ A Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais, a JORTEC, foi criada em 2008. Vinculada à Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, teve como primeiro coordenador Walter Teixeira Lima Junior.



as etapas percorridas. Resgatamos, com uma breve história do jornalismo digital, cientistas pioneiros e as suas preocupações sobre o ensino. Além disso, discutimos tendências, descrevemos um panorama das matrizes curriculares de cursos de jornalismo no Brasil e apontamos como o jornalismo de automação, fruto da Inteligência Artificial aplicada ao jornalismo, tem sido inserido nas práticas jornalísticas do mercado. Por fim, apresentamos os resultados sobre a trilha percorrida pelos três cientistas selecionados para este artigo e as considerações finais.

1 Procedimentos metodológicos

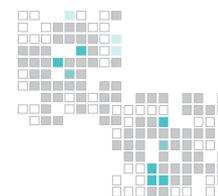
A primeira etapa da pesquisa contou com a revisão da literatura e a ampliação de uma investigação previamente realizada por Ioscote (2020). O referido estudo levantou os artigos relacionados à temática entre Jornalismo e Inteligência Artificial publicados nos anais dos congressos da Associação Brasileira de

Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom Nacional). O período investigado foi de 2010 a 2019. Aqui, ampliamos o recorte para o ano de 2020 e incluímos artigos publicados em periódicos. Nesta etapa de coleta, as ferramentas utilizadas foram Google Forms, Excel e Mendeley. Para o levantamento (Quadro 1), foram consideradas as palavras-chave elencadas por Ioscote (2020) observando os termos presentes na literatura acerca do tema (Lima Junior, 2011; Anderson, 2012; Napoli, 2014; Santos, 2016; Lindén, 2018; Latar, 2018; Diakopoulos, 2019; Marconi, 2020) e outras expressões como Jornalismo de Dados; Jornalismo Guiado por Dados e Jornalismo Digital em Base de Dados (Quadros, 2005; Barbosa, 2007; Träsel, 2014) que caracterizam estudos relevantes nacionalmente relacionados ao Jornalismo nas últimas décadas.

Quadro 1. Palavras-chave investigadas no estudo

Palavra	Abreviação	Relacionada	Tradução	Plural
Inteligência Artificial	IA	-	<i>Artificial Intelligence; AI</i>	-
Aprendizado de máquina	-	-	<i>Machine Learning</i>	-
Algoritmo	-	Algorítmico	<i>Algorithm; Algorithmic</i>	Algoritmos
Robô	-	-	<i>Robot</i>	Robôs
Automação	-	Automatizado	<i>Automation; Automated</i>	-
Dados estruturados	-	-	<i>Structured data</i>	-
Dados não-estruturados	-	-	<i>Unstructured Data</i>	-
Base de Dados	-	-	<i>Database</i>	Bases de Dados
Jornalismo de Dados	JD, JGD	Jornalismo Guiado por Dados	<i>Data Driven Journalism; DDJ</i>	-

Fonte: adaptado de Ioscote (2020, p. 7).



As palavras-chave foram utilizadas tanto para a busca nos anais disponíveis nos sites dos congressos, como nas bases da *Scopus*, *Web Of Science* e *Scielo*. Na busca foram utilizados

operadores booleanos AND, OR e NOT para combinação das palavras-chave em inglês junto ao termo *Journalism*. Os resultados estão na Tabela (1).

Tabela 1. Artigos publicados entre 2010 e 2020

Local de Busca/Número de publicações		
	Congressos	Periódicos
Total	86	4.100
Coincidências ou falsas recuperações	31	3.715
Total após retiradas das coincidências ou falsas recuperações	55	385

Fonte: Próprio(s) autor(es) (2021).

Na base de periódicos (N=385), a partir de operações estatísticas simples, foram identificadas as três publicações brasileiras com maior número de artigos deste período. São elas: Brazilian Journalism Research (SBPJor), Revista Famecos (PPGCOM/PUC-RS) e Revista Observatório (OPAJE/UFT e GEDGS/UNESP), que juntas, somam 20 artigos publicados sobre o tema no referido período, (N=20). Destes

corpora, (N=55) e (N=20), foram identificados os pesquisadores brasileiros que assinam a maior quantidade de artigos sobre o tema no período compreendido de 2010 a 2020. Esse mapeamento permite destacar pesquisadores interessados no tema Inteligência Artificial no jornalismo antes mesmo do tema entrar na agenda da UNESCO (Zuazo, 2023). São três pesquisadores com cinco publicações cada (Tabela 2).

Tabela 2. Quantitativo entre 2010 e 2020

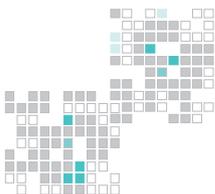
Local	Número de publicações	
	Artigos	Autores e coautores
Congressos	55	56
Periódicos brasileiros	20	33
Total	75	89
Autores que mais publicaram	3	

Fonte: Próprio(s) autor(es) (2021).

Os dados disponíveis no currículo Lattes destes pesquisadores também foram consultados e organizados em uma planilha no Excel. Dessa forma, foi possível dispor informações sobre grupos de pesquisas e IES em que atuam, dados sobre ano de doutoramento, título da tese e orientador, além de orientações em nível de graduação e pós-graduação acerca da temática investigada. Esses pesquisadores estão identificados neste estudo como E1, E2, e E3 por

questões éticas.

A segunda etapa da pesquisa foi realizada a partir de tópicos ou questões referentes aos objetivos deste trabalho, caracterizando as entrevistas não diretivas que são utilizadas para explorar “uma questão ou um tópico em profundidade e as perguntas não costumam ser pré-planejadas” (Gray, 2012, p. 302). Assim, foram examinadas questões relacionadas a tendências e inovação no mercado de trabalho, perspectivas



relacionadas ao ensino e os principais desafios tanto em sala de aula, quanto na produção de conhecimento científico. As entrevistas foram realizadas nos dias 04, 05 e 09 de agosto de 2021, pela plataforma Google Meet. Depois, os materiais foram transcritos e organizados para destaque dos principais pontos.

2 O ensino do jornalismo em contexto de convergência

Antes de apresentar os resultados da pesquisa, resgatamos de forma breve a história do jornalismo digital, com ênfase no seu ensino e nos desafios encontrados nas últimas duas décadas. Também destacamos tendências do mercado para demonstrar a necessidade em formar um jornalista preparado para compreender a IA e suas aplicações no jornalismo.

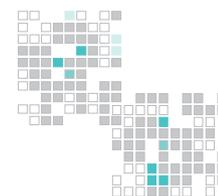
2.1 Uma breve história do jornalismo digital

O ensino de inovações do jornalismo digital tem sido uma preocupação constante em várias partes do mundo (Steensen; Westlund, 2021), inclusive no Brasil. Desde os anos 90, pesquisadores brasileiros têm alertado sobre o impacto das transformações tecnológicas sobre o trabalho do jornalista. Quadros (1999) já apontava a necessidade de repensar o ensino com novas exigências profissionais para explorar as potencialidades do jornalismo em ambiente digital. Entre essas potencialidades, estavam a instantaneidade, a interatividade, a hipermídia e a base de dados. Na primeira fase do jornalismo digital, como apontava Pavlik et al. (1997), os diários eram apenas a transposição das suas versões impressas. Na academia ou nas redações jornalísticas, pesquisadores e jornalistas interessados no desenvolvimento do webjornalismo e nas potencialidades da comunicação digital tentavam superar esse modelo transpositivo. Ao seguir a trajetória de jornalistas pioneiros no Brasil e na Espanha

que inovaram nessa área, Quadros (2006) revela que esses profissionais também mostraram a necessidade de interagir com o público, construir novas linguagens e explorar bases de dados dinâmicas. Muitas inovações desses profissionais pioneiros estão registradas em diversos estudos sobre o jornalismo digital, que mostram a necessidade de rever as matrizes curriculares do jornalismo. Machado (2006), por exemplo, destacava a necessidade de um olhar mais atento para as bases de dados, sugerindo repensar a articulação entre os cursos de graduação e pós-graduação para a reorganização das atividades de pesquisa e ensino nos cursos de Jornalismo e Comunicação. Para o autor, essa articulação seria salutar para renovar práticas de ensino.

Antes do surgimento do jornalismo digital, outros pesquisadores brasileiros já tinham despertado a atenção para o uso da tecnologia no jornalismo. Em Lima Junior (2020), Juarez Bahia é lembrado por trazer à tona o pensamento dos estudos cibernéticos no ensino do jornalismo na década de 70.

Marcos Palacios, professor da Universidade Federal da Bahia, também coordenou uma pesquisa financiada pela Capes (2008-2012) sobre “O ensino do jornalismo na Era da Convergência Tecnológica: metodologias, planos de estudos e demandas profissionais”. Neste estudo, contou com a participação de diversos pesquisadores de várias regiões do país, como Elias Machado, Elizabeth Saad, Claudia Quadros, Kati Caetano, Adriana Amaral, Tattiana Teixeira, Graciela Natansohn e Álvaro Larangeira. Na época, os currículos dos cursos de jornalismo, de modo geral, se mostravam ultrapassados para as transformações tecno-sociais e do mercado jornalístico. Destacava-se, no entanto, a performance de cientistas que inovaram em suas pesquisas e, conseqüentemente, nas práticas de ensino. Outros projetos de Marcos Palacios, bem como o conjunto de suas publicações e



orientações, revelam a preocupação com o ensino do jornalismo digital e entre as teses orientadas por ele, evidenciamos a de Suzana Barbosa (2007) por ser uma das mais citadas sobre base de dados no jornalismo.

Neste breve histórico não esgotamos a contribuição de pesquisadores brasileiros no ensino do jornalismo digital, no entanto, procuramos contemplar o pensamento científico no Brasil sobre um tema que continua preocupando pesquisadores da área: o ensino do jornalismo.

2.2 Tendência de ensino no século XXI

Na pesquisa desenvolvida para o pós-doutorado em Comunicação na UFPR, Antoniutti (2021) investigou as matrizes curriculares dos cursos de jornalismo do país. A explosão de dados digitais e o avanço do campo da Inteligência Artificial no jornalismo permitiram o surgimento de sistemas capazes de redigir e distribuir automaticamente notícias jornalísticas com rapidez e de forma customizada. E com as transformações no mundo do trabalho jornalístico, que exigem cada vez mais profissionais familiarizados com as tecnologias da informação, as escolas de jornalismo mais uma vez precisam repensar seus currículos. As propostas curriculares atuais não atendem as demandas atuais de mercado, como aponta Antoniutti (2021), mas há esforços em diversas partes do país para pensar num jornalismo muito mais abrangente em contexto de convergência. Nem todas as IES, no entanto, dão visibilidade aos projetos pedagógicos, o que impede uma visão mais ampla e clara sobre o ensino do jornalismo no país. Das instituições do Nordeste e do Sul analisadas na pesquisa de Antoniutti (2021), o jornalismo de dados aparece em poucas ementas de jornalismo digital e nos conteúdos programáticos de planos de ensino. O desenvolvimento dessa unidade específica do ensino está muito atrelada às habilidades e ao

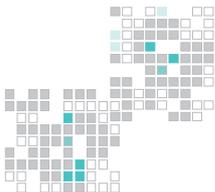
perfil de docentes, normalmente, com pesquisas voltadas para essa área do jornalismo.

2.3 A automatização como fruto da IA aplicada ao jornalismo

Compreendemos, aqui, o jornalismo de automação como um novo olhar sobre a prática jornalística, que agrega conhecimentos tanto da área do jornalismo, quanto da tecnologia da informação. Conceitos como *natural language generation* (NLG), *machine learning* (ML) e *structured data* começam a fazer parte do cotidiano das empresas jornalísticas, uma vez que o jornalismo de automação, antes entendido como uma previsão distante, já é uma realidade em grandes empresas como a Bloomberg News, The New York Times, Yahoo News, BBC News e a Associated Press (A.P.).

Todas estas empresas utilizam sistemas que têm como objetivo criar narrativas jornalísticas totalmente automatizadas com o auxílio da IA. Sistemas como o Wordsmith (aplicação desenvolvida pela gigante empresa focada em NLG, Automated Insights) e o Arria Studio (da empresa britânica ARRIA NLG) utilizam o processamento de linguagem natural (NLP), um subcampo da Inteligência Artificial, para gerar textos jornalísticos com base em dados disponíveis na internet (Milosavljevic; Vobic, 2019; Sirén-Heikel et al., 2020).

A prática do jornalismo de automação só é possível, atualmente, graças aos avanços na pesquisa e desenvolvimento do processamento de linguagem natural, tecnologia que pretende produzir narrativas escritas ou faladas a partir de um conjunto de dados (*dataset*). A NLG está relacionada à interação homem-máquina e máquina-homem, uma vez que pesquisas já apontam que esses sistemas são capazes de gerar textos tão fidedignos à realidade, que fica imperceptível a diferenciação entre um texto escrito por um agente humano ou por uma



máquina (Mendonça, 2016). O autor pontua que as máquinas são capazes de realizar ações automatizadas que parecem ter sido executadas por humanos.

Mendonça (2016) descreve que a grande maioria dos dados armazenados em formato digital são esquecidos, uma vez que nenhum ser humano tem a capacidade de resgatá-los (mineração e raspagem) e sintetizá-los com tanta rapidez e frequência. Além disso, no grande oceano de dados digitais há uma porcentagem significativa de dados irrelevantes que demandaria um trabalho permanente de limpeza e sistematização para extrair apenas as informações relevantes. O que um jornalista levaria dias para efetuar, um sistema leva apenas alguns milésimos de segundo. Assim, a partir de uma impossibilidade humana é que nasce o incentivo à exploração de estratégias para tornar esses dados disponíveis na internet em informações acessíveis tanto para as máquinas quanto para humanos.

O uso de NLG no jornalismo é uma possibilidade para que os sistemas façam o trabalho de coleta e organização de dados, transformando-os em narrativas legíveis para que os jornalistas possam debruçar-se em cima do trabalho de investigação, interpretação e contextualização dos fatos. Além disso, vale ressaltar que, com o uso cada vez mais comum destes sistemas em redações, abrem-se também novos postos de trabalho para os jornalistas. Profissionais que dominam as práticas jornalísticas e que também tenham domínio sobre linguagens de programação, conceitos de tecnologia da informação e prática com desenvolvimento de sistemas, podem agregar ao seu currículo habilidades que o farão um profissional mais completo e valioso para o mercado.

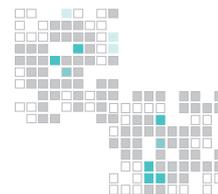
Assim, jornalistas interdisciplinares que agreguem os conceitos e práticas provenientes tanto do Jornalismo quanto da Tecnologia da Informação podem ser a chave para refletir o futuro da profissão. Fiebig e Quadros (2020)

destacam que o que emerge da discussão sobre a automação no jornalismo é a iminente “necessidade de jornalistas (e universidades) aprimorem seus conhecimentos em programação, linguagens e desenvolvimento de software, pois, ninguém mais capacitado para criar e gerenciar um “repórter-robô” dentro de uma redação do que um repórter-humano” (Fiebig; Quadros, 2020, p. 17).

Recentemente, a chegada da Inteligência Artificial Generativa (genAI), representada em programas como ChatGPT, Dall-E 2 e Midjourney, tem sido um marco significativo no campo do jornalismo. Esses sistemas oferecem novas perspectivas e desafios para os profissionais da área, dada a capacidade para gerar texto, imagens e até mesmo áudio de forma autônoma. No entanto, conforme destacado nos estudos de Ioscote (2023), apesar dos potenciais evidentes, os sistemas de genAI também apresentam limitações. Embora possam facilitar tarefas diárias, especialmente as repetitivas, esses programas não substituem completamente os jornalistas, mas atuam como assistentes nas redações. Ioscote (2023) ressalta que o conhecimento em programação pode aprimorar os resultados obtidos por esses sistemas, permitindo aos jornalistas ajustar e personalizar as saídas de acordo com as necessidades específicas de cada contexto editorial.

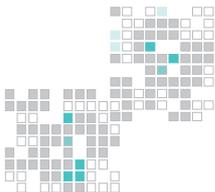
3 Resultados

De acordo com o levantamento, os pesquisadores com maior quantitativo de publicação entre 2010 e 2020 identificados nas bases (N=55) e (N=20) são Walter Teixeira Lima Junior (UNIFESP/UFPA), Márcio Carneiro dos Santos (UFMA) e Kérley Winkes (IELUSC), com cinco artigos cada. Um detalhamento dos artigos publicados por estes pesquisadores no recorte investigado é apresentado no Quadro (2), que também traz coautores.

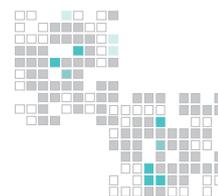


Quadro 2. Artigos publicados em congressos e periódicos

Autor(a)	Coautor(es)	Publicação	Ano	Título	Palavras-chave
LIMA JUNIOR, Walter Teixeira	ROCHA, Ana Paula da	Intercom Nacional	2010	Visualização de dados estruturada por banco de dados digitais sintoniza o Jornalismo com a complexidade informativa contemporânea	Jornalismo. Jornalismo visual. Visualização de dados. Hacking journalism.
LIMA JUNIOR, Walter Teixeira		Intercom Nacional	2011	Neofluxo: Jornalismo, base de dados e a construção da esfera pública interconectada	Jornalismo. Esfera pública. Base de dados.
LIMA JUNIOR, Walter Teixeira	COELHO, Aparecido A. dos Santos	Intercom Nacional	2015	Captação de Dados pela Comunidade para a Formação de Inteligência Social Hiperlocal	Comunicação. Tecnologia. Big Data. Dados. Jornalismo. Internet.
LIMA JUNIOR, Walter Teixeira		Revista Observatório	2017	Challenges of Journalism of in a symbiotic communicational environment structured by cognitive computing	Journalism. Cognitive Computation. Man-computer Symbiosis. Narratives.
LIMA JUNIOR, Walter Teixeira	DE OLIVEIRA, André Rosa	Revista Famecos	2017	Structured journalism: using metadata for enrichment of news databases on the web	Journalism. Metadata. Multidisciplinary.

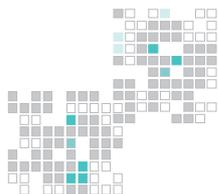


SANTOS, Márcio Carneiro dos		Intercom Nacional	2019	Extraindo Conteúdo de Sites Jornalísticos - Desenvolvimento da Ferramenta Lnews para Pesquisadores da Comunicação	Métodos Digitais. Design Science. Extração de dados.
SANTOS, Márcio Carneiro dos		Intercom Nacional	2020	Ferramentas de Coleta de Dados para Pesquisadores da Comunicação e Jornalistas - Desenvolvimento e Aplicação	Jornalismo Guiado por Dados. Python. Bases de Dados. Extração Automatizada. Jornalismo Computacional.
SANTOS, Márcio Carneiro dos		Brazilian Journalism Research	2016	Automated narratives and journalistic text generation: The lead organization structure Translated into code	Automated Narratives. Online journalism. Python. Artificial intelligence. NLTK.
SANTOS, Márcio Carneiro dos		Revista Observatório	2015	Digital methods and memory accessed by APIs: development of a tool for extracting data from journalistic portals from the WayBack Machine	Scraping. Python. Digital Journalism. HTML. Memory.
SANTOS, Márcio Carneiro dos		Brazilian Journalism Research	2020	Data-Driven Journalistic Operation: Reshaping the Idea of News Values with Algorithms, Artificial Intelligence and Increased Personalization	Algorithms. Artificial Intelligence. Machine Learning.



WINQUES, Kérley		Intercom Nacional	2018	Algoritmos, circulação e complexidade no jornalismo contemporâneo	Jornalismo. Algoritmos. Redes Sociais. Circulação. Complexidade.
WINQUES, Kérley		Intercom Nacional	2019	Opinião Pública nas Plataformas de Circulação Mediadas por Algoritmo	Algoritmos. Mídias digitais. Opinião pública. Jornalismo. Comunicação.
WINQUES, Kérley	LONGHI, Raquel Ritter	SBPJor	2020	Por que falar de mediações algorítmicas nos estudos de Jornalismo?	Mediações algorítmicas. Jornalismo. Plataformas digitais.
WINQUES, Kérley	LONGHI, Raquel Ritter	Compós	2020	Mediação, recepção e consumo frente à explosão dos algoritmos	Mediação. Recepção. Algoritmos.
WINQUES, Kérley		Intercom Nacional	2020	Reconfigurações da Espiral do Silêncio a partir da noção de Mediações Algorítmicas	Jornalismo. Comunicação. Algoritmos. Espiral do Silêncio.

Fonte: Próprio(s) autor(es) (2021).



Os entrevistados possuem formação em Jornalismo. Contudo, o doutorado destes pesquisadores transita entre a Ciência da Comunicação, Tecnologias da Inteligência e Design Digital e Jornalismo. As teses foram defendidas em diferentes períodos, nos anos de 2003, 2014 e 2020. Com relação à docência

(Quadro 3), os entrevistados atuam no nível de graduação e pós-graduação (mestrado profissional e *stricto sensu*), não apenas na Comunicação, mas em áreas da tecnologia evidenciando a interdisciplinaridade de sua atuação enquanto docentes.

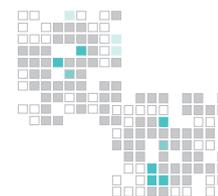
Quadro 3. Informações sobre os pesquisadores entrevistados

Pesquisador(a)	Grupo de Pesquisa	Atuação docente		
		IES	Nível	Curso
LIMA JUNIOR, Walter Teixeira	Teccog/UNIFESP	UNIFESP/UFPA	Graduação e Pós-Graduação	Tecnologia em Design Educacional e Mestrado Profissional Interdisciplinar em Inovação Tecnológica (PIT)/Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia
SANTOS, Márcio Carneiro dos	TECND/UFMA	UFMA	Graduação e Pós-Graduação	Jornalismo/Mestrado Profissional em Comunicação
WINQUES, Kérley	NEPHI-Jor/UFSC	IELUSC	Graduação	Jornalismo/Publicidade e Propaganda/Sistemas para Internet

Fonte: os autores, com base nas informações disponíveis no Lattes (2021).

Por meio das informações disponibilizadas no currículo Lattes foi possível identificar as orientações em andamento e concluídas em diferentes níveis de ensino entre 2019 e 2024. Márcio Carneiro dos Santos possui cinco orientações concluídas de mestrado profissional em Comunicação, da UFMA. Duas dessas dissertações estão relacionadas com jornalismo de dados. As orientações em andamento de mestrado tratam de processos e ferramentas para a comunicação institucional. Os estudos refletem as preocupações do pesquisador, como o desenvolvimento de metodologias digitais para o uso de práticas jornalísticas em diferentes segmentos da sociedade. Walter Teixeira Lima

Junior está vinculado a dois programas de pós-graduação: 1) mestrado e doutorado em Comunicação, Cultura e Amazônia, da UFPA; 2) Mestrado Profissional Interdisciplinar em Inovação Tecnológica, da UNIFESP. Embora oriente pesquisas de doutorado e mestrado, não há orientações em andamento de pesquisas relacionadas ao jornalismo. A IA está presente em suas orientações a partir do desenvolvimento de ferramentas. E, ainda, aspectos relacionados à programação com o uso de códigos abertos. Outro tema frequente são as mídias sociais digitais. No que se refere às orientações concluídas até o ano de 2024, os professores não trabalharam com temas relacionados à IA. Márcio Carneiro dos



Santos tem seis orientações concluídas em nível de graduação na UFMA. Walter Teixeira Lima Junior concluiu cinco orientações de mestrado na UFPA e duas na UNIFESP e Kérley Winqes orientou dez TCCs do curso de Jornalismo da IELUSC. Em 2023, a referida professora passou a fazer parte do quadro docente da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

3.1 Transformações aceleradas e os reflexos no mercado jornalístico

Por meio das entrevistas, pudemos identificar que para estes pesquisadores há um período de transformações aceleradas acontecendo na sociedade em virtude do ambiente digital. Mudanças que abrangem mais que tecnologia. Atingem a economia, a cultura e o comportamento humano. “Isso acaba, claro, também se refletindo no mercado de trabalho e também acaba se refletindo em necessidade de formação de pessoas, formação de mão de obra para esse mercado em transição” (E1, entrevistado em 04/08/2021). Nesse sentido, destaca-se a necessidade de um olhar minucioso, e por vezes, crítico em torno dessas transformações. “A gente precisa entender que todas essas discussões têm interesses econômicos também. Porque as tecnologias estão em profusão descontrolada, de certa maneira, não existe um controle social sobre essa tecnologia” (E2, entrevistado em 05/08/2021).

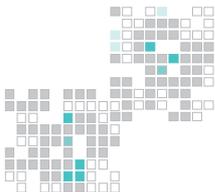
No que se refere ao jornalismo de automação como fruto da IA, os entrevistados comentam sobre mudanças na rotina de produção de notícias, com a automação de parte dos processos de produção, como verificação de pautas e contato com o público por meio de *chatbots*, textos que são redigidos de modo automatizado utilizando NLG, redução de profissionais nas redações e em modelos de negócios. “No ambiente analógico, eu tinha métricas muito simplistas, tinha circulação do impresso, tinha audiência no rádio na TV.” (E1, entrevistado em 04/08/2021). Em 2013,

Bertocchi já sinalizava mudanças nas redações jornalísticas diante da entrada dos *software* no cotidiano profissional, a exemplo do CMS (*Content Management System*) WordPress, que foi popularizado e largamente utilizado como o principal sistema de gestão de conteúdo para sites/portais jornalísticos nos últimos tempos. Estes sistemas ocasionaram alterações não apenas nos processos de produção de notícias, mas também no gerenciamento de informações. Por esse viés, os entrevistados compreendem que, na contemporaneidade, há inúmeras possibilidades e desafios no trato da informação jornalística aliada à tecnologia que vai além das métricas, do uso de dados e da visualização. “As pessoas se relacionam muito fácil com o ambiente digital, utilizam Inteligência Artificial, comandos de voz e essa é uma outra coisa, inclusive, [...] como nós vamos escrever para uma Inteligência Artificial que vai ler o nosso conteúdo para alguém?” (E3, entrevistado em 09/08/2021).

Para os entrevistados, numa perspectiva macro, essas inovações em tecnologia e o uso da IA, afetam não somente a produção de notícias, mas a indústria do Jornalismo. “Agora tenho os dados já num outro nível, como fator estratégico de performance. Como um fator até quase fundamental para que essa indústria do jornalismo consiga sobreviver. Eu preciso agora de modelos de negócio” (E1, entrevistado em 04/08/2021).

Outros termos evidenciados nas entrevistas são as ontologias nas redações e a chamada era cognitiva² com avanços tecnológicos

2 Para o entrevistado E1, não há uma necessidade de delimitar com nomenclaturas os períodos que marcam as inovações tecnológicas e o jornalismo. Todavia, o entrevistado compreende que existem, ao menos, três fases, as quais podem ser denominadas como era clássica ou natural, considerando que os dados sempre foram a essência do jornalismo; uma segunda era digital, em que há uma mudança de escala no trato com os dados em função do Big Data; e uma terceira era cognitiva, em que algoritmos preditivos, avanços em *deep learning* e estudos de outras áreas fornecem subsídios para que a IA alcance novo patamar.



utilizando dados, *deep learning* e neurociência que apresentam grandes desafios e quebras de paradigmas para a Comunicação. “Há um avanço enorme no entendimento de como nos comunicamos também na neurociência, na psicologia cognitiva. O novo paradigma é que eu posso construir máquinas que conversem com pessoas” (E2, entrevistado em 05/08/2021).

Considerando esse cenário de inovações e mudanças no mercado e nas práticas jornalísticas, os entrevistados também falaram a respeito de suas experiências em relação ao ensino do jornalismo, estratégias em sala de aula e os principais desafios.

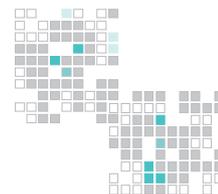
3.2 Um futuro-presente interdisciplinar

A interdisciplinaridade é uma característica marcante no perfil dos entrevistados. E, esse aspecto está presente na rotina em sala de aula. Os entrevistados E1 e E3 afirmam que em suas respectivas IES atuam de maneira interdisciplinar, seja por meio de projetos específicos nas disciplinas ou em laboratórios direcionados para o ensino do jornalismo contemporâneo que reúnem discentes de diferentes áreas da Comunicação, da TI e até mesmo da Matemática, das Letras e da Geografia. E3, além de atuar como docente no curso de Jornalismo, também é membro da coordenação no curso de Sistemas para Internet da IES que atua, o que demonstra a possibilidade de transitar entre as duas áreas. Outras formas indicadas pelos entrevistados para divulgar e ampliar o conhecimento são os cursos de extensão, oficinas, gravações disponibilizadas no YouTube, *newsletters* e textos em plataformas como o Medium que podem atender a públicos diversos, desde a graduação até a pós-graduação e aos profissionais que buscam atualização.

Um exemplo citado no âmbito da sala de aula em nível de graduação foi o desenvolvimento de um *chatbot* que interage fornecendo conteúdo para o leitor. O projeto foi construído pelos

estudantes de jornalismo em parceria com os estudantes de Sistemas de Informação da própria instituição. “Foi uma experiência incrível porque a gente fez aulas conjuntas” (E3, entrevistado em 09/08/2021). Além de estudar junto com a área de TI em projetos específicos, os discentes de jornalismo também aprendem a lidar com ferramentas necessárias no cotidiano da comunicação digital, como HTML, linguagem de programação em Javascript, métodos de customização da interface e visualização em CSS alinhando conhecimentos do Web Design e UX (*User Experience*). O domínio dessas ferramentas auxilia os futuros jornalistas a atender necessidades do mercado e também a atuar de maneira independente. “Quando a gente fala de programação para esses estudantes que daqui a pouco vão fundar o seu próprio site, que vão criar o seu próprio nicho, que vão de alguma forma atuar socialmente [...] eu acho que isso é importantíssimo” (E3, entrevistado em 09/08/2021).

Os entrevistados também afirmam que os estudantes de Jornalismo vêm para a sala de aula preocupados com a aprendizagem de linguagens de programação. Em 2013, um dos entrevistados realizou uma pesquisa junto aos profissionais nas redações jornalísticas de sua cidade com a finalidade de identificar as demandas do setor. Os resultados evidenciaram interesses por atualização no uso de ferramentas e maior conhecimento acerca das inovações tecnológicas. “Os alunos da graduação já sentem essa necessidade [...] A redação demitiu muito ao longo desses anos, então, já existia aquela incerteza. Acho que se eu soubesse alguma coisa a mais eu consigo ficar mais tempo aqui [na redação]” (E1, entrevistado em 04/08/2021). Ademais, o entrevistado também afirma que lidar com dados, planilhas, extração e visualização que são etapas do Jornalismo Guiado por Dados são requisitos mínimos para a formação destes



profissionais. “Eu digo sempre pros meus alunos, se você acha que saber fazer lide vai te resolver alguma coisa, você vai ser o primeiro demitido na hora que o algoritmo de narrativa automatizada entrar” (E1, entrevistado em 04/08/2021).

Sobretudo, os entrevistados - que possuem conhecimento acerca das linguagens de programação - compreendem que é importante tal conhecimento em algum nível pela perspectiva da interdisciplinaridade, mas não se trata de uma obrigatoriedade. “O jornalista não precisa necessariamente aprender todas as linguagens, até porque a gente sabe que isso demandaria um curso específico para que tenha domínio de todas essas linguagens, mas eu acho que o futuro é mesmo um trabalho interdisciplinar” (E3, entrevistado em 09/08/2021).

Esse é um ponto de vista que leva em consideração a composição das redações jornalísticas que necessitam de programadores para auxiliar na produção de notícias. Por isso, um conhecimento básico sobre programação facilitaria o diálogo entre a equipe de Jornalismo e TI. Nesse sentido, pesquisadores que defendem o conhecimento das linguagens de programação (Marconi, 2020; Trielli; Diakopoulos, 2020), argumentam que os jornalistas que conhecem as linhas de códigos podem criticar os algoritmos. Dentre as possibilidades estão a inspeção de *bugs*, aferir a acurácia, questionar componentes de *inputs* e *outputs* e a validação dos resultados gerados pelo algoritmo utilizado na redação ou matéria.

4 Considerações finais

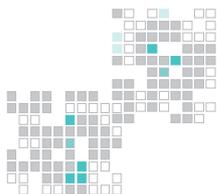
Neste artigo procuramos explorar o ensino do jornalismo no Brasil com o desenvolvimento da Inteligência Artificial, o fenômeno da dataficação e da automação. Embora a preocupação com as matrizes curriculares do jornalismo seja constante entre cientistas da área da Comunicação há muito tempo, os avanços das tecnologias e

configurações do mercado de trabalho exigem uma nova reforma para preparar um novo perfil de jornalista.

Na trilha percorrida nos deparamos com pesquisadores que valorizam a interdisciplinaridade para um jornalismo em contexto de convergência tecnológica, profissional, organizacional e cultural. Os três têm experiências em outras áreas do conhecimento, sendo como professor e/ou investigador de projetos conjuntos para desenvolver pesquisas aplicadas com impacto social.

Assim como os pioneiros dos estudos do jornalismo digital, dois dos pesquisadores entrevistados destacam que suas pesquisas não são muito bem recebidas na área da Comunicação. Um deles disse que já riscou o jornalismo de sua área de atuação, porque prefere trabalhar com pesquisadores que compreendem a sua forma de pensar. Outro disse que optou em trabalhar de forma mais abrangente. Por isso, considera seus estudos como da comunicação digital para poder acompanhar as transformações no jornalismo. Apesar dessas percepções e da necessidade de dialogar com investigadores de outras áreas do conhecimento para avançar em suas pesquisas, dois dos cientistas selecionados neste artigo já receberam prêmios de associações de pesquisa em Comunicação e em Jornalismo.

Como esses pesquisadores abordam a IA e o jornalismo reforçam a necessidade de adquirir novos conhecimentos não apenas para atuar no mercado jornalístico, mas também para construir novas possibilidades dentro das universidades. Com um cenário complexo de mudanças, é necessário refletir sobre aspectos econômicos, éticos e educacionais. A variedade e a disponibilidade de programas gratuitos de genAI ressaltam a importância de considerar as questões éticas envolvidas no uso da Inteligência Artificial no jornalismo, incluindo preocupações com imparcialidade, transparência



e responsabilidade na produção de informações.

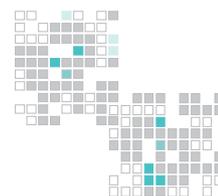
Sobre o ensino, as matrizes curriculares devem ser organizadas para acompanhar as constantes transformações destacadas ao longo do artigo. Isso implica numa grade curricular mais flexível, talvez orientada por projetos. Os cursos também precisam pensar na formação contínua, oferecendo cursos desta temática para egressos,

docentes e profissionais da área.

Por fim, destacamos que essa pesquisa com cientistas brasileiros também é um registro histórico que procura valorizar o trabalho de quem se esforça para compreender fenômenos da comunicação e do jornalismo para além do campo, com a intenção de formar um jornalista preparado para os mais diversos desafios tecnológicos.

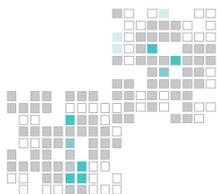
Referências

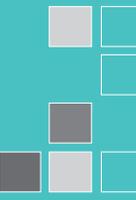
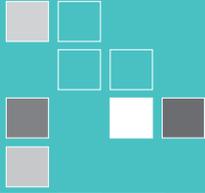
- ANDERSON, Christopher W. Notes Towards an Analysis of Computational Journalism. *SSRN Electronic Journal*, Rochester, n. 1, p. 1-22, 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2009292>. Acesso em: 20 mar. 2021.
- ANTONIUTTI, Cleide Luciane. *O ensino de telejornalismo no contexto convergente*: mapeamento das IES da região Nordeste e Sul do Brasil. Relatório de Pós-doutorado. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2021.
- BARBOSA, Suzana. *Jornalismo digital em base de dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos*. 329 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.
- BERTOCCHI, Daniela. *Dos dados aos formatos – Um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital*. 245 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.
- DIAKOPOULOS, Nicholas. *Automating the news: how algorithms are rewriting the media*. Cambridge: Harvard University Press, 2019.
- FIEBIG, Manoella Fortes; QUADROS, Claudia Irene. Natural language generation e o jornalismo de automação: conceitos e aplicações In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 18 ed., 2020, online. Anais do 18º SBPJor. Online: SBPJor, 2020, v. 18, p. 1-19.
- GRAY, David E. *Pesquisa no mundo real*. Trad. Roberto Cataldo Costa. 2ª ed. Porto Alegre: Penso Editora, 2012.
- IOSCOTE, Fabia Cristiane. Produção de notícia ou de texto? Um estudo exploratório sobre potenciais e limitações do ChatGPT, Bard AI e MariTalk para o Jornalismo. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 21 ed., 2023, Brasília. Anais do 21º SBPJor. Campinas: Galoá, 2023, v. 21, p. 1-20.
- IOSCOTE, Fabia Cristiane. Jornalismo e Inteligência Artificial: o estado da arte nos congressos brasileiros de Comunicação entre 2010 e 2019. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 18 ed., 2020, online. Anais do 18º SBPJor. Online: SBPJor, 2020, v. 18, p. 1-18.
- LATAR, Noam Lemelshtrich. *Robot journalism: can human journalism survive?* New Jersey: World Scientific, 2018.
- LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. O ensino do Jornalismo cibernético nas bases conceituais de Juarez Bahia. *Estudos de Jornalismo*, Braga, v. 1, n. 12, p. 23-37, dez., 2020. Disponível em: http://www.revistaef.sopcom.pt/ficheiros/20210121-ej12_2020.pdf. Acesso em: 15 jun. 2021.
- LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. Jornalismo computacional em função da “Era do Big Data”. *Libero*, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 45-52, dez., 2011. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/download/329/303/>. Acesso em: 18 jun. 2021.
- LINDÉN, Carl-Gustav. Algoritmos para jornalismo: o futuro da produção de notícias. *Libero*, São Paulo, v. 21, n. 41, p. 5-27, 2018. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/973/>. Acesso em: 11 jun. 2021.
- MARCONI, Francesco. *Newsmakers: artificial intelligence and the future of journalism*. New York: Columbia University Press, 2020.
- MEDITSCH, Eduardo. Novas e velhas tendências: os dilemas do ensino de jornalismo na sociedade da informação. *Rebej*, Brasília, v. 1, p. 41-62, 2007. Disponível em: <http://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/12/>. Acesso em: 12 jun. 2021.
- MEDITSCH, Eduardo; KRONBAUER, Janaíne; BEZERRA, Juliana. (Orgs.). *Pedagogia do Jornalismo: desafios, experiências e inovações*. Florianópolis: Insular, 2020. Disponível em: <https://insular.com.br/produto/pedagogia-do-jornalismo-desafios-experiencias-e-inovacoes/>. Acesso em: 12 jun. 2021.



- MENDONÇA, Vinicius de Sousa. *Notícias geradas por software: o jornalismo sem repórter*. 39 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2016.
- MILOSAVLJEVIC, Marko; VOBIC, Igor. Our task is to desmitify fears: analysing newsroom management of automation in journalism. *Journalism*, Los Angeles, v. 22, n. 9, p. 1-19, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884919861598>. Acesso em: 11 jun. 2021.
- NAPOLI, Philip M. Automated media: An institutional theory perspective on algorithmic media production and consumption. *Communication Theory*, Oxford, v. 24, n.3, p. 340-360, jul., 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/comt.12039>. Acesso em: 04 jun. 2021.
- PAVLIK, John et al. The future of Journalism Online: bonanza or black hole? *Columbia Journalism Review*, New York, v. 36, n. 2, p. 30-38, jul-aug., 1997.
- QUADROS, Claudia Irene. Dez anos depois do boom dos diários digitais. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 13, n. 31, p. 65-69, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2006.31.3395>. Acesso em: 11 jun. 2021.
- QUADROS, Claudia Irene. Base de dados: a memória extensiva do jornalismo. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 409-423, jul./dez., 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/127>. Acesso em: 15 jun. 2021.
- QUADROS, Claudia Irene. *Periodistas y diarios electrónicos: las exigencias profesionales en la Red*. 394 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação Jornalismo). Universidade de La Laguna, San Cristóbal de La Laguna, 1999.
- SANTOS, Márcio Carneiro dos. Narrativas automatizadas e a geração de textos jornalísticos: a estrutura de organização do lead traduzida em código. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, v. 12, n. 1, p. 160-185, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v12n1.2016.757>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- SIRÉN-HEIKEL, Stefanie.; LEPPANEN, Leo.; LINDÉN, Carl-Gustav; BACK, Asta. Unboxing news automation: Exploring the imagined affordances of automation in news journalism. *Nordic Journal of Media Studies*, Gothenburg, v. 1, n. 1, p. 47-66, jun., 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.2478/njms-2019-0004>. Acesso em 05 jun. 2021.
- STEENSEN, Steen; WESTLUND, Oscar. *What is Digital Journalism Studies?* London: Routledge, 2021.
- TÁRCIA, Lorena; MARINHO, Simão Pedro P. Desafios e novas formas de ensino do jornalismo em tempos de convergência das mídias. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, v. 1, n. 1, p. 31-56, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v4n2.2008.163>. Acesso em 09 jun. 2021.
- TEJEDOR CALVO, Santiago; VÁZQUEZ-MEDEL, Manuel Ángel; ROMERO-RODRÍGUEZ, Luis Miguel. Retos de la enseñanza del periodismo en la era digital. *Análisi: Quaderns de comunicació i cultura*, Bella Terra, UAB, 62, p. 1-5, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3325>. Acesso em: 11 jun. 2021.
- TRÄSEL, Marcelo. Jornalismo guiado por dados: aproximações entre a identidade jornalística e a cultura hacker. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 291-304, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n1p291>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- TRIELLI, Daniel; DIAKOPOULOS, Nicholas. How Journalists Can Systematically Critique Algorithms. In: *Computation + Journalism Symposium*, 9, 2020. *Proceedings of C+J '20*. New York: ACM, 2020, v. 9, p. 1-5.
- ZUAZO, Natalia. *Periodismo e inteligencia artificial en América Latina*. Montevideo: Unesco, 2023. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388124>. Acesso em: 04 abr. 2024.

Artigo enviado em 22/09/2023 e aceito em 10/04/2024.





CÓMO INFORMARON LOS MEDIOS COLOMBIANOS SOBRE LA COVID-19: UNA MIRADA DESDE LAS AUDIENCIAS

HOW COLOMBIAN MEDIA REPORTED ON COVID-19: A VIEW FROM THE AUDIENCES

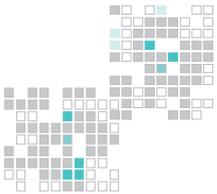
COMO OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO COLOMBIANOS INFORMARAM SOBRE A COVID-19: UMA PERSPECTIVA DAS AUDIÊNCIAS

Tania Lucía Cobos

■ PhD en Comunicación y Periodismo. Profesora investigadora del programa de Comunicación Social de la Universidad Tecnológica de Bolívar (Cartagena de Indias, Colombia).

■ *PhD em Comunicação e Jornalismo. Professora pesquisadora do programa de Comunicação Social da Universidad Tecnológica de Bolívar (Cartagena de Indias, Colômbia).*

■ E-mail: tcobos@utb.edu.co



RESUMEN

La declaración del estado de pandemia de covid-19 en Colombia en marzo de 2020 disparó la producción y consumo de noticias relacionadas con el tema. Este estudio, mediante una encuesta en línea, analizó las percepciones de las audiencias colombianas sobre el desempeño de los medios durante los primeros meses de cuarentena, abril y mayo de 2020. Se evaluaron aspectos como el volumen de producción de noticias, la línea editorial y el tratamiento periodístico. Entre los 2.084 participantes, predominó la percepción de una sobreproducción y sobreexposición de noticias sobre la pandemia. Además, que la línea editorial de los medios noticiosos condicionó la información, que el tema no fue cubierto adecuadamente y que se trató de forma sensacionalista, generando así una alarma social innecesaria.

PALABRAS CLAVE: COVID-19; NOTICIAS; AUDIENCIAS; COLOMBIA.

ABSTRACT

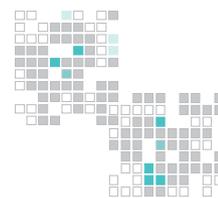
The declaration of the COVID-19 pandemic in Colombia in March 2020 triggered an increase in the production and consumption of related news. This study, through an online survey, analyzed the perceptions of Colombian audiences regarding media performance during the first months of quarantine, April and May 2020. Aspects such as news production volume, editorial line, and journalistic treatment were evaluated. Among the 2,084 participants, the perception of overproduction and overexposure of news about the pandemic predominated. Furthermore, it was noted that the editorial line of the news media conditioned the information, that the topic was not adequately covered, and that it was handled in a sensationalist manner, thus generating unnecessary social alarm.

KEY WORDS: COVID-19; NEWS; AUDIENCES; COLOMBIA.

RESUMO

A declaração do estado de pandemia de covid-19 na Colômbia em março de 2020 disparou a produção e consumo de notícias relacionadas ao tema. Este estudo, por meio de uma pesquisa online, analisou as percepções das audiências colombianas sobre o desempenho dos meios de comunicação durante os primeiros meses de quarentena, abril e maio de 2020. Foram avaliados aspectos como o volume de produção de notícias, a linha editorial e o tratamento jornalístico. Entre os 2.084 participantes, predominou a percepção de uma superprodução e sobreexposição de notícias sobre a pandemia. Além disso, a linha editorial dos meios noticiosos condicionou a informação, o tema não foi coberto adequadamente e foi tratado de forma sensacionalista, gerando assim um alarme social desnecessário.

PALAVRAS-CHAVE: COVID-19; NOTÍCIAS; PÚBLICOS; COLÔMBIA.



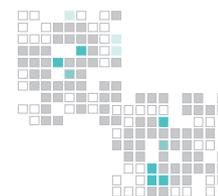
1. Introducción

A finales de diciembre de 2019, los medios noticiosos mundiales informaban que las autoridades sanitarias chinas estaban investigando una extraña neumonía viral en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei, después de haber identificado 27 casos que se relacionaban con el virus que causó el SARS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo), que en 2002 y 2003 provocó la muerte de más de 700 personas (Reuters, 2019; AP, 2019). Un mes después, en enero de 2020, con más de 9.700 casos confirmados y otros 106 en 19 países, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró una emergencia de salud pública de interés internacional por un nuevo coronavirus inicialmente conocido como 2019-nCoV y que había sido identificado como el causante de los casos reportados en China (PAHO, 2020, p. 1; WHO, 2020a). En febrero de 2020, la OMS nombró a la enfermedad causada por este patógeno como covid-19, *coronavirus disease 2019*, y el Comité Internacional de Taxonomía de Virus lo bautizó como SARS-CoV-2 (PAHO, 2020, p. 1).

A medida que pasaban las semanas, los medios noticiosos reportaban la sintomatología y comportamiento de esta enfermedad. Un virus altamente contagioso, pero con una baja tasa de letalidad (CCDC, 2020), por tanto, con capacidad de congestionar hospitales. Puede afectar a hombres y mujeres de cualquier edad y ser severo en caso de personas con enfermedades previas, así como los mayores de 60 años tienen más probabilidad de fallecer (CCDC, 2020). No todos los que enferman muestran síntomas, los llamados asintomáticos (Kinneer, 2020) y considerados impulsores de la transmisión (ConSalud, 2020), pudiendo algunos de ellos fallecer súbitamente. Algunos supervivientes pueden experimentar una recuperación lenta o quedar con secuelas por tiempo indeterminado

(Belluck, 2020). Inicialmente el SARS-CoV-2 fue considerado como un virus respiratorio, por ser su manifestación más usual, pero con el paso de las semanas la conceptualización se reorientó y se le considera como multisistémico, puede atacar también riñones, intestinos, vasos sanguíneos, cerebro, entre otros órganos, produciendo, por ende, una variada sintomatología (Puelles et al, 2020; BBC, 2020).

Inicialmente, la Organización Mundial de la Salud – OMS se resistió a declarar el estado de pandemia ya que no lo consideraba incontrolable, además de que podía asustar aún más al mundo, afectar más los viajes, el comercio y estigmatizar a quienes la padecían (La Tercera, 2020), a pesar de que para febrero de 2020 la presencia del virus se había incrementado exponencialmente en otros países como Italia, Irán y Corea del Sur, situación que evidenciaba que este circulaba libremente en todos los continentes y se propagaba rápidamente. El 11 de marzo de ese año, la OMS anunció que se habían detectado 118.000 casos en 114 países y 4.291 personas habían fallecido a causa de esta enfermedad, y que ante los alarmantes niveles de propagación, gravedad e inacción se declaraba el estado de pandemia (WHO, 2020b). Este manejo inicial de la situación generó cuestionamientos al papel de la OMS por falta de monitoreo, inacciones ante la advertencia, encubrimiento y tratos preferenciales a China (Cobos, 2020, p. 37-38). Meses más tarde, tanto la OMS como la comunidad científica internacional reconocían la posibilidad de que la covid-19 se convirtiera en una enfermedad endémica debido a las características de los coronavirus, las reinfecciones, la inmunidad adquirida, los programas de vacunación y la eficacia de las vacunas (Reuters, 2020a; Shaman y Galanti, 2020). Para principios de 2023, la OMS seguía manteniendo el estado máximo de alerta por la pandemia de covid-19, que, si bien la situación había mejorado, en los últimos meses, había



causado 170.000 fallecimientos y en lo que llevaba superaba con creces la cifra oficial de 6.804.491 fallecidos (Deutsche Welle, 2023).

1.1 Covid-19 en Colombia

En Colombia, el Ministerio de Salud y Protección Social (2020a) reportó el primer caso de covid-19 en el país el 6 de marzo de 2020, en una mujer de 19 años que había llegado a Bogotá desde Italia. Sin embargo, un estudio posterior de la Universidad del Rosario et al. (2020) sugiere que probablemente el primer caso llegó a Colombia desde Francia el 17 de febrero de ese año. La primera muerte por covid-19 se registró el 16 de marzo de 2020 en Cartagena de Indias y fue de un hombre de 58 años con antecedentes de hipertensión y diabetes no tratadas, que había sido contagiado por dos turistas italianos a los que había transportado en su taxi días antes (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020b).

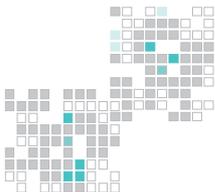
El gobierno de Colombia, siguiendo medidas similares implementadas en otros países, a través del Decreto 457 de 2020, ordenó cuarentena obligatoria en todo el país a partir del 25 de marzo de 2020 (Presidencia de la República, 2020a). Aunque, semanas antes, alcaldes de ciudades como Cartagena de Indias y Bogotá ya habían implementado toques de queda y medidas de aislamiento social y confinamiento debido a los casos detectados en éstas (Alcaldía Distrital de Cartagena de Indias, 2020; La República, 2020). Este estado de emergencia fue renovado sucesivamente a lo largo del 2020, 2021 e inicios de 2022, flexibilizando en cada prórroga, en unas regiones más que en otras, las restrictivas medidas de aislamiento social y movilidad para ir reactivando paulatinamente los servicios, la industria y el comercio. La última extensión la hizo el Decreto 655 de 2022 que la prorrogó hasta el 30 de junio de 2022 (Función Pública, 2022), pero días antes de su vencimiento, la Presidencia de la República manifestó que no había motivos

sanitarios ni epidemiológicos para renovar una vez más, dando así por finalizado este periodo (La República, 2022).

1.2 Medios de comunicación y crisis de salud pública

Indica López (1986, p. 93) que los medios de comunicación recolectan y distribuyen “información referente a los sucesos del ambiente de la sociedad en particular y de los más sobresalientes a nivel universal. Esta función permite a los integrantes de un grupo social orientar su propia acción de acuerdo con la manera como se vayan presentando los acontecimientos que ocurren en la sociedad [...] y este constante flujo de información [...] tiene consecuencias positivas: por ejemplo, el hecho de poner sobre aviso a la población en cuanto a amenazas y peligros inminentes (huracanes, ataques militares, epidemias, etc.)”. Las noticias, son, por tanto, el producto periodístico que permite llevar a cabo este monitoreo o supervisión del entorno. Las noticias son información de interés general para una audiencia objetivo y, por tanto, los criterios de oportunidad, impacto, proximidad, controversia, prominencia, actualidad y extrañeza (Potter, 2006, p. 2-6), a los que se les puede agregar novedad, desconocimiento y percepción de riesgo (Gómez, 2013, p. 41), determinan que acontecimientos o sucesos se divulgarán en los medios de comunicación como tales.

La covid-19, que significó una crisis de salud pública, cumplió a cabalidad cada uno de estos criterios, en consecuencia, llevó a los medios de comunicación “a realizar un exhaustivo cubrimiento en lo sanitario, lo político, lo social, lo económico y lo cultural, generando así una agitación mediática de honda repercusión en la opinión pública dada la incertidumbre que representa” (Cobos, 2021, p. 116), o como lo expresa Gómez (2013, p. 40) “si la sociedad siente miedo ante una hipotética amenaza, los medios



de comunicación se volcarán en esa noticia y las repercusiones económicas, sanitarias, sociales y políticas serán notables”. Los primeros cables fueron divulgados por las agencias AP y Reuters el 31 de diciembre de 2019 que mencionaban la situación de Wuhan y su conexión con el SARS. Dados los antecedentes de esta enfermedad, los medios de comunicación, incluidos desde luego los de Colombia, replicaron los mismos e iniciaron un amplísimo cubrimiento cuando empezaron a detectarse casos de esa neumonía viral en otros países (Reuters, 2020b). En los primeros meses de la pandemia, la covid-19 pasó a ubicarse en el top de la agenda mediática con una variedad de enfoques o *framings*, más aún cuando se detectó la llegada del virus al país, el primer fallecido en Cartagena Indias y las restrictivas medidas de cuarentena anunciadas por el entonces presidente de la República Iván Duque.

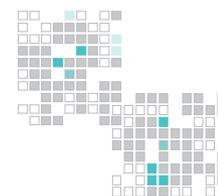
1.3 Audiencias, consumos noticiosos y pandemia

Una crisis de salud pública a escala mundial, como lo es una pandemia, es, desde luego, un tema que acapara la atención de la audiencia y que incrementa, por tanto, la demanda de noticias sobre los diferentes aspectos referidos a esta: síntomas, expansión, estadísticas, medidas, afectaciones, impactos, etc., particularmente en los primeros momentos. “El cubrimiento constante de acontecimientos percibidos como negativos, como lo es una pandemia, dispara el consumo de noticias -instado por la necesidad de estar informado-, pero que también ocasiona en las audiencias angustia, ansiedad, pánico y apatía, lo que puede redundar en una disminución o incluso suspensión de este consumo por razones de salud mental” (Cobos, 2021, p. 116).

Antes de la pandemia, ya se había detectado como las audiencias estaban consumiendo noticias (tanto de medios tradicionales como

de nativos digitales) ante todo a través de las redes sociales digitales, servicios de mensajería instantánea y apps noticiosas, y que lo estaban haciendo principalmente a través de sus teléfonos móviles (ComScore, 2019, p. 7-8), relegando a un segundo las formas tradicionales (ver o escuchar noticieros, leer el periódico impreso...). En el caso de Colombia, en marzo de 2020, el gobierno nacional informó sobre el primer caso de covid-19, la orden de cuarentena y confinamiento, estadísticas de infectados y fallecidos, y otros actos relacionados, que llevó a un importante incremento del consumo de medios noticiosos. Según ComScore (2020) “Durante el mes de marzo 2020, los sitios de noticias e información registraron incremento de páginas vistas en promedio de un 37% donde los usuarios observaron aproximadamente 6 millones de páginas diarias más a comparación del mes anterior. Por el contrario, en 2019, el porcentaje de cambio entre febrero y marzo 2019 fue sólo del 2%” y que, además, el “85 % del consumo de páginas vistas fue través de un dispositivo móvil”. En paralelo, de acuerdo con Kantar Media Ibope (en Eje21, 2020), el consumo de televisión en 2020 fue más alto que en 2019, para abril de 2020 los colombianos alcanzaron a ver una hora y tres minutos más de televisión comparado con el mismo mes de 2019, siendo los telenoticieros uno de los géneros televisivos más vistos, y los programas gubernamentales y de contenido sobre covid-19 aumentaron durante los primeros meses de la pandemia en un 300%.

Lo anterior lo evidencia Cobos (2021, p. 124), quien afirma que el confinamiento durante estos primeros meses de pandemia -abril a mayo de 2020- que implicó estar más tiempo en casa y la necesidad de estar informados, llevó a que el consumo de televisión tradicional (noticieros, programas de opinión...) tuviera un fuerte repunte en índices de audiencia, y que ésta, junto con la prensa digital, fueran los



dos medios noticiosos más consumidos por las audiencias colombianas en este periodo. En ese sentido, Lozano et al. (2024, p. 93) detectaron que el comportamiento de las audiencias colombianas se vio notablemente afectado por la necesidad de obtener información actualizada sobre dicha enfermedad, evidenciándose en este periodo de la cuarentena restrictiva, una necesidad constante de estar informado sobre la evolución de la pandemia, incrementando su frecuencia de consumo luego de que se declarara esta emergencia.

Estos consumos implican un proceso de valoración que hace la audiencia de la frecuencia con que consumen noticias, de cómo les impactan (emociones, decisiones, comportamientos...), así como la conformación de un juicio de valor u opinión, de quienes los emiten, los medios de comunicación. Este aspecto fue abordado Masip et al. (2020) en “Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo”, donde, entre otros aspectos, la percepción de la cobertura informativa de las audiencias españolas era que los medios estaban ofreciendo demasiada información, que las líneas ideológicas de estos estaban condicionando lo que se informaba sobre esto y que había tendencia a la espectacularización en la cobertura que conllevaba a generar alarma social.

En el marco de lo expuesto hasta aquí, esta investigación se propuso explorar cuáles eran las percepciones de las audiencias colombianas en cuarentena durante los primeros meses de la pandemia con respecto a cómo estaban informando los medios de comunicación con relación al volumen de producción, línea editorial y tratamiento periodístico.

2. Método

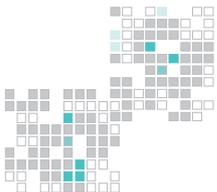
Este estudio hace parte de la investigación matriz “Consumo de medios de comunicación durante la pandemia de covid-19 en Colombia” del semillero de investigación Medios Masivos y Productos Culturales de la Universidad Tecnológica de Bolívar. El enfoque de ésta fue cuantitativo y de alcance exploratorio y descriptivo dada la novedad del tema y la

contingencia generada, así como la urgencia y premura por ejecutar los primeros diagnósticos de cómo estaba impactando la covid-19 en el ecosistema noticioso colombiano desde diversas perspectivas, entre ellas, las percepciones de las audiencias con respecto a cómo lo estaban haciendo los medios de comunicación.

Para tal fin se aplicó un cuestionario de 34 preguntas que recogió información sobre datos sociodemográficos, necesidad informativa, hábitos de consumo noticioso, credibilidad y confianza en medios, suscripciones, manejo de la desinformación, y memes. El cuestionario original fue diseñado por el Digilab: Media, Strategy and Regulation¹ de la Universitat Ramon Llull (España), el cual se adaptó al contexto colombiano, se cambiaron expresiones españolas por expresiones colombianas, verificando no alterar el sentido, para facilitar la comprensión del cuestionario, así como la modificación de algunas opciones de respuesta de acuerdo con la realidad colombiana.

El formulario se alojó en Microsoft Forms y estuvo abierto a respuestas desde el 4 de abril al 14 de mayo de 2020, es decir, entre una semana después de iniciar el aislamiento social obligatorio o cuarentena en el país y pocos días después de su tercera extensión, siendo así, por tanto, una conformación a conveniencia de la muestra. Para su divulgación, se recurrió a distribuirlo, de forma orgánica y de pago, a través de Facebook, Twitter, WhatsApp y correo electrónico con la intención de lograr la participación de las cinco regiones geográficas del país, incluyendo las que tienen muy baja conectividad. De acuerdo BBVA Research (2019) en Colombia se calculan 29 millones de usuarios de internet; los servicios más usados son Facebook y Whatsapp con más de 18 millones de usuarios, seguidos por YouTube con 9.9 millones, Instagram con 7 millones y Twitter con 4.1 millones, y existe una alta desigualdad en el acceso a internet según el nivel de ingreso y zona de ubicación.

¹ La autora agradece a Pere Masip, PhD quien, como director de este centro, permitió el acceso al mencionado cuestionario. Paz en su tumba.



El cuestionario barajó diversas opciones de respuestas: selección única, elección múltiple, escala de Likert, y en algunos casos la opción “otros”. Al final de este había una respuesta abierta donde el encuestado o encuestada podía suministrar información adicional si lo deseaba. Todas las preguntas eran de respuesta obligatoria a excepción de la última, que era una de respuesta abierta opcional. Los datos de las 2.084 respuestas obtenidas fueron exportados a Microsoft Excel para su análisis. Como limitaciones, la muestra estuvo conformada sólo por personas que tenían acceso a internet y que fueron contactadas por alguna de las plataformas mencionadas,

quedando por fuera, por tanto, aquellos que no cumplieran tales condiciones. Asimismo, aunque se hizo un gran esfuerzo por obtener respuestas de personas residentes en departamentos del país con muy baja conectividad, la cantidad de respuestas recogidas fue muy baja, sin embargo, queda la satisfacción de que ninguno se quedó sin representación.

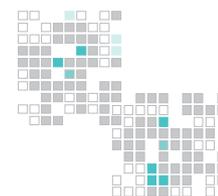
3. Hallazgos

Como se indicó, participaron en total 2.084 personas con acceso a internet y residentes en alguna de las cinco regiones geográficas de Colombia, distribuidos así:

Tabla 1. Composición de la muestra

Edad	Número	Porcentaje	Sexo	Número	Porcentaje
De 17 o menos	13	0.6%	Femenino	1.065	51.1%
De 18 a 24	206	9.8%	Masculino	1.019	48.8%
De 25 a 34	328	15.7%	Total	2.084	100%
De 35 a 44	500	23.9%			
De 45 a 54	575	27.5%			
De 55 a 64	371	17.8%			
De 65 en adelante	91	4.3%			
TOTAL	2.084	100%			
Región geográfica			Número	Porcentaje	
Región Andina			925	44.3%	
Departamentos: Antioquia (217), Boyacá (45), Caldas (53), Cundinamarca (291), Huila (39), Norte de Santander (61), Quindío (38), Risaralda (44), Santander (93) y Tolima (44)					
Costa Atlántica o Caribe			658	31.5%	
Departamentos: Atlántico (229), Bolívar (251), Cesar (28), Córdoba (42), Guajira (14), Magdalena (34), San Andrés y Providencia (3) y Sucre (57)					
Costa Pacífica			359	17.2%	
Departamentos: Chocó (5), Valle del Cauca (245), Cauca (59) y Nariño (50)					
Orinoquia o Llanos Orientales			80	3.8%	
Departamentos: Arauca (14), Casanare (15), Meta (45) y Vichada (6)					
Amazonía			62	2.9%	
Departamentos: Amazonas (2), Caquetá (17), Guainía (3), Guaviare (10), Putumayo (28) y Vaupés (2)					
TOTAL			2.084	100%	

Fuente: Autora



La Tabla 1 muestra que el 51.1% de los participantes son féminas y el 48.8% varones, una muestra casi equilibrada, con una edad predominante entre 45 a 54 años (27.5%) y 35 a 44 años (23.9%). La mayoría de las y los participantes se encuentran en la región Andina (44.3%) y en la Costa Atlántica (31.5%). Los departamentos con la participación más baja (entre 2 a 17 personas) son aquellos con una baja conectividad a internet, mientras que departamentos con una alta participación (en particular los de tres dígitos) son los que tienen una alta conectividad

y en donde se encuentran las principales ciudades del país: Bogotá (Cundinamarca), Medellín (Antioquia), Cali (Valle del Cauca), Barranquilla (Atlántico) y Cartagena de Indias (Bolívar). Estos datos coinciden con los resultados del censo del DANE (2018) sobre el acceso a internet en el país.

A estos participantes se le preguntó su percepción u opinión acerca de cómo los medios de comunicación estaban realizando su labor informativa con respecto a la cantidad de información proporcionada o volumen de producción:

Tabla 2. Percepción sobre volumen de producción

Considero en general que los medios de comunicación están proporcionando demasiada información sobre la pandemia de covid-19:						
Respuesta	Féminas	%	Varones	%	Total	%
Totalmente en desacuerdo	83	7.7%	112	10.9%	195	9.3%
En desacuerdo	181	16.9%	159	15.6%	340	16.3%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	256	24%	186	18.2%	442	21.2%
De acuerdo	360	33.8%	386	37.8%	746	35.7%
Totalmente de acuerdo	185	17.3%	176	17.2%	361	17.3%
Total	1.065	100%	1.019	100%	2.084	100%

Fuente: Autora

Como se observa en la Tabla 2, el 35.7% de la audiencia encuestada, con más énfasis en los varones, estuvo de acuerdo en que los medios sí estaban proporcionando demasiada información sobre la pandemia de covid-19, en contrapeso, un 21% manifestó una posición neutral y un 16.3% estar en desacuerdo. En los comentarios adicionales, algunos encuestados volvieron a manifestar que había mucha, demasiada, excesiva, repetida, exagerada sobreexposición o sobresaturación de información acerca del tema, aun así, otros aludían a que se estaba ocultando información y que había cosas que no se estaban contando o se hacía incompleto. Incluso, algunos percibieron que este exceso podía estar usándose

como cortina de humo, o desvío de atención, ya que había temas que habían dejado de figurar en la agenda mediática como la corrupción política (Ej: *ñeñepolítica*, la excongresista Aida Merlano, compra de votos...). Asimismo, ante este exceso, algunos manifestaron haber experimentado cansancio, estrés, agobio, miedo, nervios, pánico, ansiedad, angustia, temor, zozobra e incertidumbre, y habían optado por no consumir más noticias sobre el tema en ningún medio.

En la siguiente pregunta se le pidió a los encuestados su valoración con respecto a si consideraban que los medios de comunicación estaban condicionados por su ideología a la hora de informar sobre la pandemia de covid-19:

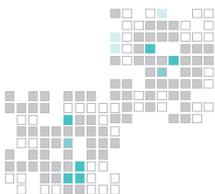


Tabla 3. Percepción sobre condicionamiento ideológico

Considero en general que los medios de comunicación están condicionados por su línea editorial (ideología) a la hora de informar sobre la pandemia de covid-19:						
Respuesta	Féminas	%	Varones	%	Total	%
Totalmente en desacuerdo	41	1.9%	80	7.8%	121	5.8%
En desacuerdo	98	9.2%	69	6.7%	167	8%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	212	19.9%	125	12.2%	337	16.1%
De acuerdo	449	42.1%	357	35%	806	38.6%
Totalmente de acuerdo	265	24.8%	388	38%	653	31.3%
Total	1.065	100%	1.019	100%	2.084	100%

Fuente: Autora

En la Tabla 3 se aprecia que un 38.6% de la muestra encuestada manifiesta estar de acuerdo y un 31.3% estarlo totalmente. En una vista por sexos, el 42.1% de las féminas expresaron su acuerdo y el 38% de los varones en total de acuerdo. En ese sentido, en los comentarios adicionales algunos manifestaron percibir un cubrimiento muy sesgado, manipulado, tergiversado o amañado de acuerdo con los intereses del medio, con alta recurrencia a fuentes

oficiales (del Estado) o al servicio del gobierno (“parecen informativos de la presidencia” o “informan lo que el gobierno quiere”).

Finalmente, se le preguntó a los encuestados su percepción sobre del tratamiento periodístico, es decir, si consideraban que los medios de comunicación estaban informando correctamente o si estaban tratando de forma sensacionalista la información sobre la pandemia de covid-19:

Tabla 4. Percepción sobre correcto cubrimiento

Considero en general que los medios de comunicación están informando correctamente sobre la pandemia de covid-19:						
Respuesta	Féminas	%	Varones	%	Total	%
Totalmente en desacuerdo	133	12.4%	202	19.8%	335	16%
En desacuerdo	336	31.5%	309	30.3%	645	30.9%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	365	34.2%	283	27.7%	648	31%
De acuerdo	209	19.6%	196	19.2%	405	19.4%
Totalmente de acuerdo	22	2%	29	2.8%	51	2.4%
Total	1.065	100%	1.019	100%	2.084	100%

Fuente: Autora

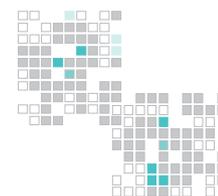


Tabla 5. Percepción sobre sensacionalismo y alarmismo en cubrimiento

Considero en general que los medios de comunicación están tratando el tema de la pandemia de covid-19 de forma sensacionalista y generan alarma social innecesariamente:						
Respuesta	Féminas	%	Varones	%	Total	%
Totalmente en desacuerdo	69	6.4%	64	6.2%	133	6.3%
En desacuerdo	252	23.6%	160	15.7%	412	19.7%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	295	27.6%	232	22.7%	527	25.2%
De acuerdo	299	28%	322	31.5%	621	29.7%
Totalmente de acuerdo	150	14%	241	23.6%	391	18.7%
Total	1.065	100%	1.019	100%	2.084	100%

Fuente: Autora

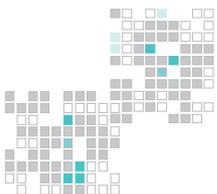
Tal como se aprecia en la Tabla 4, un 30.9% de los encuestados manifestaron estar en desacuerdo sobre si los medios de comunicación estaban informando correctamente sobre la pandemia de covid-19, sin embargo, ligeramente más alto marcó la opción de neutral con un 31%, por lo que entre una posición de no y no estar seguro o no saberlo osciló esta percepción. Estas posiciones fueron las mismas en ambos sexos. Posteriormente, se les preguntó si consideraban que los medios estaban tratando el tema de forma sensacionalista y generaban alarma social innecesaria, tal como se muestra en la Tabla 5, un 29.7% de los encuestados, más los varones que las féminas, manifestó estar de acuerdo y un 25.2%, más las féminas que los varones, no saberlo o no estar seguro. En otras palabras, existía la percepción, sin ser dominante, de que los medios no estaban cubriendo el tema correctamente y estaban siendo sensacionalistas. En esta dirección, algunos de los comentarios adicionales, particularmente refiriéndose a la televisión, mencionaban, por ejemplo, énfasis en estadísticas de infectados y fallecidos y no tanto en recuperados, escasez de información científica (Ej: avances sobre las investigaciones en vacunas, entrevistas a científicos...), pocas noticias positivas y amables, incremento del tiempo de duración de la emisión de los telenoticieros para hablar sólo del virus, información inexacta o

imprecisa, morbo y amarillismo, información insuficiente sobre el autocuidado (Ej: uso de gel alcoholado, guantes, tapabocas), repetición una y otra vez de información, y desinformación, que provocaba caos.

4. Conclusiones

Tal como se pudo apreciar, en este estudio se evidenció que las audiencias colombianas encuestadas durante los primeros periodos de la cuarentena -o aislamiento preventivo obligatorio- en el país, tuvieron la percepción de que hubo una sobreproducción de noticias sobre el tema de la pandemia covid-19 (53.1% de acuerdo y totalmente de acuerdo), lo que llevó a una sobreexposición al tema que, a su vez, ocasionó afectaciones a la salud mental y que, por tanto, llevó a algunos a disminuir o cancelar el consumo noticioso, principalmente el televisivo como se pudo apreciar en los comentarios adicionales. Lo anterior corrobora lo planteado por Wright (1960 en De Moragas, 1986, p. 77) con respecto a las disfunciones de la comunicación de masas, el exceso de noticias negativas puede generar pánico en la audiencia.

Asimismo, hubo la percepción de que los cubrimientos que hacían los medios de comunicación estaban condicionados por su línea editorial (70% de acuerdo y totalmente de acuerdo) y que, como se apreció en los



comentarios adicionales, incluía ejercer como voceros del gobierno: “Parecen informativos de la presidencia”. Igualmente, primó la percepción de que los medios de comunicación no estaban haciendo un correcto cubrimiento sobre el tema (47%). Por último, las audiencias encuestadas percibían que el tema de la pandemia de covid-19 estaba siendo tratado de forma sensacionalista por los medios y generando alarma social innecesariamente (48.5% de acuerdo y totalmente de acuerdo). Estos dos últimos aspectos se matizan en los comentarios adicionales, algunos encuestados diferenciaban entre los medios de comunicación nacional y medios extranjeros, mencionando que preferían estos últimos para informarse o sólo hacerlo a partir de específicos medios nacionales, mientras cuestionaban muy fuerte a otros de esto, lo que a su vez redundaba en el grado de confianza y credibilidad que

depositaron en estos (Cobos, 2021).

En las respuestas dadas se puede apreciar en algunos momentos como una opción resultaba tener mayor predominio en un sexo que en el otro, por ejemplo, el 42.1% de las féminas sobre el 35% de los varones estaba de acuerdo de que los medios estaban condicionados por su línea ideológica a la hora de informar, o, el 37.8% de los varones sobre el 33.8% de las féminas estaban de acuerdo que en general los medios estaban proporcionando demasiada información sobre la pandemia de covid-19.

Finalmente, estos hallazgos invitan a reflexionar sobre la responsabilidad social de los medios de comunicación, más aún en situaciones de crisis mundial de salud pública, ya que, en este caso, a juicio de las audiencias colombianas encuestadas, no están cumpliendo con la misma.

Referencias

ALCALDÍA DISTRITAL DE CARTAGENA DE INDIAS. Decreto 0495 por el cual se adoptan medidas y acciones sanitarias en el Distrito de Cartagena con ocasión de la declaración de emergencia sanitaria por causa del Coronavirus (covid-19). Disponible en: <https://coronavirus.cartagena.gov.co/noticias/decreto-0495-por-el-cual-se-adoptan-medidas-y-acciones-sanitarias-en-el-distrito-de>. Acceso en: 13 mar. 2020.

AP. China investigates respiratory illness outbreak sickening 27. Disponible en: <https://apnews.com/00c78d1974410d96fe031f67edb86ec>. Acceso en: 31 dic. 2019.

BBC. Coronavirus | De enfermedad respiratoria a multisistémica: cómo en pocas semanas cambió radicalmente lo que sabemos sobre la covid-19. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52793269>. Acceso en: 25 may. 2020.

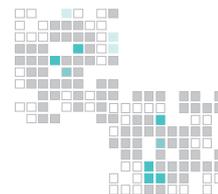
BBVA RESEARCH, Uso de la tecnología en el día a día de la economía colombiana. Disponible en: <https://www.bbva.com/publicaciones/uso-de-la-tecnologia-en-el-dia-a-dia-de-la-economiacolombiana/>, 2019.

BELLUCK, Pam. Así es la recuperación para muchos de los sobrevivientes de la covid-19. *The New York Times*. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2020/07/02/espanol/ciencia-y-tecnologia/sobrevivientes-coronavirus-recuperacion.html>. Acceso en: 2 jul. 2020.

CCDC. Vital surveillances: the epidemiological characteristics of an outbreak of 2019 novel coronavirus diseases (Covid-19) - China, 2020. *China CDC Weekly*, 2 (8), 113-122, 2020. DOI: 10.46234/ccdcw2020.032.

COBOS, Tania Lucía., Audiencias vs desinformación. Una exploración durante la pandemia de covid-19 en Colombia. *Estudos em Comunicação*, 31, 35-51, 2020. DOI: 10.25768/20.04.03.31.02.

COBOS, Tania Lucía, Medios noticiosos y audiencias: una exploración al consumo y a la credibilidad y confianza en estos durante la cuarentena por covid-19 en Colombia. *Revista de Comunicación*, 20(2), 113-129, 2021. DOI: 10.26441/RC20.2-2021-A6.



COMSCORE, Global state of mobile 2019, 2019. Disponible en: <https://www.comscore.com/es/layout/set/popup/Request/Presentations/2019/Global-State-of-Mobile-2019>.

COMSCORE. El consumo de medios en tiempos de cuarentena en Colombia. Disponible en: <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Blog/El-consumo-de-medios-en-tiempos-de-cuarentena-en-Colombia>. Acceso en: 30 abr. 2020.

CONSALUD. Asintomáticos y segunda ola: ¿hasta qué punto son “impulsores silenciosos” de la pandemia? Disponible en: https://www.consalud.es/pacientes/especial-coronavirus/asintomaticos-ola-hasta-punto-impulsores-silenciosos-pandemia_88938_102.html. Acceso en: 6 dic. 2020.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA – DANE, Censo Nacional de Población y Vivienda: servicios públicos: internet, 2018. Disponible en: <https://dane.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=2749922ca5f8469db9990986c02b1>.

DEUTSCHE WELLE. OMS mantiene el nivel máximo de alerta para la pandemia de covid-19. Disponible en: <https://www.dw.com/es/oms-mantiene-el-nivel-m%C3%A1ximo-de-alerta-para-la-pandemia-de-covid-19/a-64555791>. Acceso en: 30 ene. 2023.

DE MORAGAS, Miquel. (ed), . *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*. Editorial Gustavo Gili, 1986.

EJE21. El consumo de televisión en 2020 sigue siendo más alto que en 2019. Disponible en: <https://www.eje21.com.co/2020/09/el-consumo-de-television-en-2020-sigue-siendo-masalto-que-en-2019/>. Acceso en: 30. sep. 2020.

FUNCIÓN PÚBLICA, Decreto 655 de 2022. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=186066>.

GÓMEZ, Paz, ¿Crisis sanitarias o crisis mediáticas? *Cuadernos de la Fundación Dr. Antonio Esteve*, 25, 39-46, 2013. Disponible en: <https://www.raco.cat/index.php/QuadernsFDAE/article/download/278649/366395>.

KINNEAR, John. Coronavirus: asymptomatic people can still develop lung damage. *The Conversation*. Disponible en: <https://theconversation.com/coronavirus-asymptomatic-people-can-still-develop-lung-damage-141154>. Acceso en: 25 jun. 2020.

LA TERCERA. ¿Por qué la OMS se niega a declarar pandemia por coronavirus? Disponible en:

<https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/por-que-la-oms-se-niega-a-declarar-pandemia-porcoronavirus/S2QFX22ONJGAXMTQI4X5XFLUE/>. Acceso en: 7 mar. 2020.

LA REPÚBLICA. Claudia López declaró calamidad pública en Bogotá por

aumento de casos de covid-19. Disponible en: <https://www.larepublica.co/economia/claudia-lopez-aseguro-que-la-primera-paciente-confirmada-con-covid-19-en-el-pais-ya-lo-supero-2978458>. Acceso en: 16 mar. 2020.

LA REPÚBLICA. Gobierno anunció que la emergencia sanitaria por el covid-19 terminará el 30 de junio. Disponible en: <https://www.larepublica.co/economia/gobierno-anuncio-que-la-emergencia-sanitaria-por-el-covid-terminara-el-30-de-junio-3388683>. Acceso en: 21 jun. 2022.

LÓPEZ, Luis, *Introducción a los medios de comunicación*. Universidad Santo Tomás, 1986.

LOZANO, Claudia, PÉREZ, Hillary & COBOS, Tania Lucía, Comportamiento de las audiencias colombianas durante la pandemia por covid-19 en el 2020: su necesidad de información y frecuencia de consumo de medios noticiosos. *Comunicación*, 50, 2024. Disponible en: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/8583/7270>.

MASIP, Pere, ARAN-RAMSPOTT, Sue, RUIZ-CABALLERO, Carlos, SUAU, Jaume, ALMENAR, Ester & PUERTAS-GRAELL, David, Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo. *El Profesional de la Información*, 29(3), 2020. DOI: 10.3145/epi.2020.may.12.

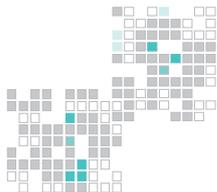
MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL, Colombia confirma su primer caso de covid-19, 2020a. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Colombia-confirma-su-primero-caso-de-COVID-19.aspx>.

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL, Colombia confirma primera muerte por coronavirus, 2020b. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Colombia-confirma-primera-muerte-por-coronavirus.aspx>.

PAN AMERICAN HEALTH ORGNIZATION - PAHO. Epidemiological Update Novel coronavirus (Covid-19). Disponible en: https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=coronavirus-epidemiological-alerts-andupdates&alias=51812-28-february-2020-novel-coronavirus-covid-19-epidemiological-update-1&Itemid=270&lang=en.

PAN AMERICAN HEALTH ORGNIZATION - PAHO. Epidemiological Update Novel coronavirus (Covid-19). Disponible en: https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=coronavirus-epidemiological-alerts-andupdates&alias=51812-28-february-2020-novel-coronavirus-covid-19-epidemiological-update-1&Itemid=270&lang=en. Acceso en: 28 feb. 2020.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Gobierno Nacional expide el Decreto 457, mediante el cual se imparten instrucciones para el cumplimiento del Aislamiento Preventivo



Obligatorio de 19 días en todo el territorio colombiano. Disponible en: <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/GOBIERNO-NACIONAL-EXPIDE-DECRETO-457-MEDIANTE-EL-CUAL-IMPARTENINSTRUCCIONES-PARA-CUMPLIMIENTO-AISLAMIENTO-PREVENTIV-200323.ASPX>. ACCESO EN: 23 MAR. 2020.

POTTER, DEBORAH. MANUAL DE PERIODISMO INDEPENDIENTE. PROGRAMAS DE INFORMACIÓN INTERNACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, 2006. DISPONIBLE EN [HTTPS://PHOTOS.STATE.GOV/LIBRARIES/AMGOV/30145/PUBLICATIONS-SPANISH/HANDBOOK_JOURNALISM-SP.PDF](https://PHOTOS.STATE.GOV/LIBRARIES/AMGOV/30145/PUBLICATIONS-SPANISH/HANDBOOK_JOURNALISM-SP.PDF).

PUELLES, V. ET AL., MULTIORGAN AND RENAL TROPISM OF SARS-CoV-2. *THE NEW ENGLAND JOURNAL OF MEDICINE*, 383, 590-592, 2020. DOI: /10.1056/NEJMC2011400.

REUTERS. CHINESE OFFICIALS INVESTIGATE CAUSE OF PNEUMONIA OUTBREAK IN

WUHAN. DISPONIBLE EN: <HTTPS://WWW.REUTERS.COM/ARTICLE/US-CHINA-HEALTH-PNEUMONIA/CHINESEOFFICIALS-INVESTIGATECAUSE-OF-PNEUMONIA-OUTBREAK-IN-WUHAN-IDUSKBN1YZoGP>. ACCESO EN: 31 DIC. 2019.

REUTERS. 'THIS VIRUS MAY NEVER GO AWAY,' WHO SAYS. DISPONIBLE EN: <HTTPS://WWW.REUTERS.COM/ARTICLE/US-HEALTH-CORONAVIRUS-WHO-BRIEFING-IDUSKBN22P2IJ>. ACCESO EN: 13 MAY. 2020.

REUTERS. THAILAND FINDS SECOND CASE OF NEW CHINESE VIRUS, SAYS NO OUTBREAK. DISPONIBLE EN: <HTTPS://WWW.REUTERS.COM/ARTICLE/CHINA-HEALTH-PNEUMONIA-THAILAND-IDUSL4N29M1BL>. ACCESO EN: 17 ENE. 2020.

SHAMAN, JEFFREY. & GALANTI, MARTA, WILL SARS-CoV-2 BECOME ENDEMIC? *SCIENCE*, 370(6516), 527-529, 2020. DOI: 10.1126/SCIENCE.ABE5960.

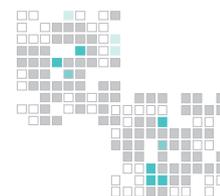
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. CORONAVIRUS COVID-19 HABRÍA LLEGADO AL PAÍS

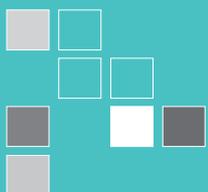
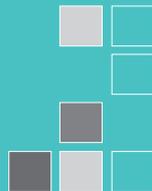
EN FEBRERO, UN MES ANTES QUE EL PRIMER CASO REGISTRADO. *NOVAETVETERA*. DISPONIBLE EN: <HTTPS://UROSARIO.EDU.CO/PERIODICO-NOVAETVETERA/SALUD/CORONAVIRUS-COVID-19-HABRIA-LLEGADO-AL-PAIS-EN-FEB/>. ACCESO EN: 1 JUN. 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. 2019-nCoV OUTBREAK IS AN EMERGENCY OF INTERNATIONAL CONCERN. DISPONIBLE EN: <HTTPS://WWW.EURO.WHO.INT/EN/HEALTH-TOPICS/HEALTH-EMERGENCIES/INTERNATIONAL-HEALTH-REGULATIONS/NEWS/NEWS/2020/2/2019-NCOV-OUTBREAK-IS-AN-EMERGENCY-OFINTERNATIONAL-CONCERN>. ACCESO EN: 31 ENE. 2020A.

WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. ALOCUCIÓN DE APERTURA DEL DIRECTOR GENERAL DE LA OMS EN LA RUEDA DE PRENSA SOBRE LA COVID-19 CELEBRADA EL 11 DE MARZO DE 2020. DISPONIBLE EN: <HTTPS://WWW.WHO.INT/ES/DIRECTOR-GENERAL/SPEECHES/DETAIL/WHO-DIRECTOR-GENERAL-S-OPENING-REMARKSAT-THE-MEDIA-BRIEFING-ON-COVID-19---11-MARCH-2020>. ACCESO EN: 11 MAR. 2020.

ARTIGO ENVIADO EM 05/05/2023 E ACEITO EM 10/09/2023.





RELIGIÃO E POLÍTICA NO CONTEXTO LATINO-AMERICANO: A IMAGEM DO CANDIDATO EVANGÉLICO A PARTIR DA SÉRIE *EL REINO* (2021)

RELIGION AND POLITICS IN THE LATIN AMERICAN CONTEXT: THE IMAGE OF THE EVANGELICAL CANDIDATE ACCORDING TO THE SERIES *EL REINO* (2021)

RELIGIÓN Y POLÍTICA EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO: LA IMAGEN DEL CANDIDATO EVANGÉLICO SEGÚN LA SERIE *EL REINO* (2021)

Marcela Barba

■ Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). Membro do Centro de Referência para o Ensino de Combate à Desinformação (CODES) e do Grupo de Pesquisa TELAS: cinema, televisão, streaming, experiência estética.

■ *Estudiante de doctorado del Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidad Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). Miembro del Centro de Referencia en Enseñanza y Lucha contra la Desinformación (CODES) y del Grupo de Investigación "TELAS: cinema, televisión, streaming, experiencia estética" (PPGCom/UTP/CNPq).*

■ E-mail: marcelabarba@id.uff.br

Pedro Borges

■ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF). Membro do Centro de Referência para o Ensino de Combate à Desinformação (CODES).

■ *Estudiante de Maestría del Programa de Postgrado en Comunicación Social de la Universidad Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). Miembro del Centro de Referencia para la Enseñanza de Lucha contra la Desinformación (CODES).*

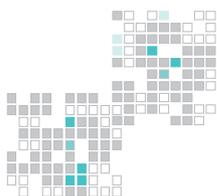
■ E-mail: pedroborges@id.uff.br

Aline Vaz

■ Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Doutora e mestra com estágio pós-doutoral pelo PPGCom/UTP. Líder do Grupo de Pesquisa TELAS: cinema, televisão, streaming, experiência estética (PPGCom/UTP/CNPq).

■ *Profesor del Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens de la Universidad Tuiuti do Paraná. Doctorado, maestría y postdoctoral en PPGCom/UTP. Líder del Grupo de Investigación "TELAS: cinema, televisión, streaming, experiencia estética" (PPGCom/UTP/CNPq).*

■ E-mail: alinevaz900@gmail.com



RESUMO

Ao considerar o crescente envolvimento do segmento evangélico na arena política, vivenciado em distintos países latino-americanos, este artigo tem como objetivo verificar de que forma o político evangélico é apresentado no audiovisual. Para tanto, o objeto de análise é a série argentina *El Reino* (2021). Como resultado, verifica-se um político que no púlpito e na campanha prega uma agenda moral, indo ao encontro do padrão evangélico na política usualmente destacado na literatura. Porém, desta forma, há a reiteração do estereótipo de um candidato falso moralista, ao invisibilizar contrapontos políticos evangélicos progressistas.

PALAVRAS-CHAVE: SÉRIE; RELIGIÃO E POLÍTICA; EVANGÉLICO; AMÉRICA LATINA.

ABSTRACT

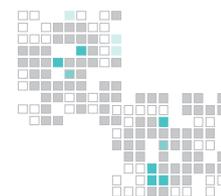
Considering the growing involvement of the evangelical segment in the political arena, experienced in different Latin American countries, this article aims to verify how the evangelical politician is presented in the audiovisual. Therefore, the object of analysis is the Argentine series *El Reino* (2021). As a result, there is a politician who in the pulpit and in the campaign preaches a moral agenda, meeting the evangelical standard in politics usually highlighted in the literature. However, in this way, there is a reiteration of the stereotype of a false moralist candidate, by making progressive evangelical political counterpoints invisible.

KEY WORDS: SERIES; RELIGION AND POLITICS; EVANGELICAL; LATIN AMERICA.

RESUMEN

Considerando la creciente participación del evangélico en la arena política, vivida en diferentes países latinoamericanos, este artículo tiene como objetivo verificar cómo se presenta al político evangélico en el audiovisual. Para ello, el objeto de análisis es la serie argentina *El Reino* (2021). Como resultado, hay a un político que en el púlpito y en la campaña electoral predica una agenda moral, cumpliendo con el estándar evangélico en política generalmente resaltado en la literatura. Sin embargo, de esta manera se reitera el estereotipo de un falso candidato moralista, al invisibilizar los contrapuntos políticos evangélicos progresistas.

PALABRAS CLAVE: SERIE; RELIGIÓN Y POLÍTICA; EVANGÉLICO; AMÉRICA LATINA.



1. Introdução

O debate em torno do tema religião e política tem ganhado cada vez mais atenção, especialmente no que tange à vertente evangélica, segmento religioso que ostenta amplo crescimento no número de fiéis em toda a América Latina (PEW RESEARCH CENTER, 2014)¹. As décadas de 1980 e 1990 marcam o período em que os evangélicos começaram a alavancar o quadro de seguidores (GUADALUPE, 2019), da mesma forma que se inseriram na mídia e na política institucional de alguns países latino-americanos, lançando candidaturas e integrando os governos. Nesse sentido, Cunha (2019) discorre sobre a visibilidade que as religiões alcançaram no espaço público com o tempo, tornando-as inclusive objeto da indústria cultural, com produções diversas que envolvem o tema no audiovisual.

A Argentina figura como um dos países da América Latina que teve considerável aumento no número de evangélicos (IHU, 2019). Ressalta-se que a participação mais efetiva desse grupo religioso na política usualmente pauta debates em torno dos direitos civis, como corpo, gênero, sexualidade, reprodução ou liberdade de crença (CUNHA, 2019), além do combate à legalização do aborto, tema que une os segmentos conservadores das igrejas evangélicas e católicas (VATICAN NEWS, 2020).

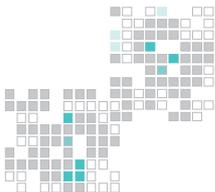
Ao pensar nas formas de visualização destes imbricamentos político-religiosos, temos no audiovisual uma linguagem que nos possibilita observar tais interseccionamentos no tempo presente. Entre os formatos de conteúdo

disponíveis, sublinha-se o crescimento dos serviços de streaming, plataformas de vídeos sob demanda, como Amazon Prime Video e Netflix, as quais têm o seu conteúdo modificado rotineiramente, já que a grande maioria das produções disponíveis nessas plataformas são licenciadas, entrando em vigor ou expirando constantemente (LOBATO 2017). Adiciona-se ao catálogo também produções próprias, as quais podem ser acessadas por públicos de diferentes países. Neste caso está a série *El Reino* (PIÑEYRO, 2021), uma produção original Netflix que se torna ainda mais relevante por representar a nova postura da empresa, investir em produções de conteúdos originais (LOBATO 2017), assim como o fato de ser produzida na Argentina, um país da América do Sul, e abordar a temática política e religião, fenômeno cada vez mais relevante no contexto latino-americano.

Com base neste cenário, o presente artigo tem como objetivo analisar a construção da imagem do evangélico na política a partir do contexto audiovisual, tendo como objeto a série *El Reino* (PIÑEYRO, 2021). Dado que seu protagonista é um pastor candidato a presidente da Argentina, a série permite a visualização dos imbricamentos políticos e religiosos ao longo dos oito episódios que compreendem sua primeira temporada, lançada em 2021 no catálogo da Netflix e atualmente também disponível na plataforma Mubi.

A fim de concretizar esta análise, este artigo é dividido nas seguintes seções: reflexão sobre o audiovisual como forma de apresentação de um universo de sentido social; contexto sobre o evangélico na política latino-americana e seu destaque em períodos eleitorais; análise da série, focalizando na imagem do candidato evangélico, a partir do contexto político, financeiro e moral; por fim, as considerações finais.

¹ Apesar da falta de dados agregados mais recentes abrangendo diversos países, a escolha de utilizar os dados do Pew Research Center de 2014 sobre o número de fiéis religiosos na América Latina é justificada, uma vez que continuam sendo relevantes para identificar as mudanças religiosas em curso na região.



2. O audiovisual como universo de sentido social

O audiovisual é uma mídia que tem a possibilidade de abranger diversos aspectos de representação social, como a questão racial (GREENE, 2022), de etnia (IWABUCHI, 1999) ou gênero (CUKLANZ; EROL, 2021), mas o que nos interessa nesta pesquisa é focalizar na questão político-religiosa, especificamente no que tange ao segmento evangélico. Para tanto, a série argentina *El Reino* (PIÑEYRO, 2021), também produzida por argentinos, foi escolhida por interseccionar a pauta religiosa e política no contexto eleitoral.

A série, dirigida por Marcelo Piñeyro e roteiro de Claudia Piñeyro, é um exemplo da postura que o serviço de streaming vem adotando desde 2010, ao investir mais em suas próprias produções e não se restringir apenas ao mercado estadunidense, mas incluir outros territórios estratégicos, como a América Latina (LOBATO, 2017). Destaca-se, à vista disso, o tamanho dos catálogos latino-americanos, com mais de 4 mil títulos cada, o que reflete a atenção que a Netflix tem dado a esse mercado (LOBATO, 2017).

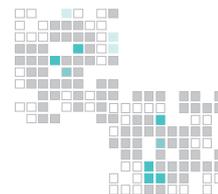
Esse olhar transnacional e multicultural sobre representatividade não é algo que se restringiu ao streaming, dado que produções tradicionais estadunidenses, como a “soap opera”, atentando-se ao mercado internacional, acabam sendo influenciadas por programas de fora dos Estados Unidos. Note-se, porém, que esse mesmo gênero, ao abrir espaço para personagens latinos, asiáticos e indianos, o faz, por vezes, de modo estereotipado (BIELBY; HARRINGTON, 2005).

Ao refletir sobre a inclusão de outras nacionalidades, por um viés racial, Molina-Guzmán e Valdivia (2010) discutem a celebração da indústria e mídia tradicional por conta do “escurecimento da América”, o que traria uma maior visibilidade para atores espanhóis, latino-americanos e latinos dos Estados Unidos. Isso

se daria por conta do potencial desses atores em atrair públicos globais mais diversos. Ao seguir essa lógica mercadológica de buscar outros públicos, a indústria acaba por homogeneizar, em grande medida, racialmente os atores, tratando-os como culturalmente exóticos, num processo definido como colonização simbólica (MOLINA-GUZMÁN, 2013). Exemplo disso, por conta de mudanças sociais nos Estados Unidos, os indianos passaram a ganhar mais espaço na política, nos movimentos sociais e nas produções estadunidenses, mas também de forma estereotipada, fruto de cruéis percepções coloniais (GUPTA, 2016).

Nesse contexto de representação social de um povo, ou raça, bem como estereótipos envolvidos, ao centrar na representação dos evangélicos, que é o segmento religioso de interesse nesta pesquisa, salienta-se que há dificuldade em encontrar na literatura estudos que abordem estes entrecruzamentos a partir do âmbito do audiovisual, especialmente no que diz respeito a sua representação na conjuntura política de países latino-americanos. Porém, é possível encontrar reflexões sobre outras denominações, como católicos e religiões de matriz africana, ainda que sem destaque na política. Exemplo disso é o estudo de Valdés (2019) sobre Cuba, no qual encontram-se sinais do sincretismo religioso e da cultura afro-cubana em grande parte das produções cinematográficas locais, o que seria reflexo histórico de construção e institucionalização do imaginário do país. No caso brasileiro, observamos também destaque a religiões que estão entre as minorias no Brasil, sendo as de matriz africana (NASCIMENTO, 2016a, 2016b, 2017) e espírita (ROCHA; MEIGRE, 2017; SILVA, 2018), intersecções encontradas especialmente em telenovelas.

Ressalta-se que a religião, incluindo produções midiáticas, desperta também interesse para além de um contexto local, a exemplo do estudo



de Frank (2009) sobre mídia e audiovisual, fé e igreja na América Latina, África, Ásia e Europa. No caso latino-americano, a pesquisadora se debruçou precisamente sobre um canal católico de El Salvador, país no qual estão em funcionamento dois canais desse segmento.

O audiovisual, como observado nos estudos acima apresentados, provoca uma ampla gama de interesses de análise. O presente artigo, como previamente mencionado, tem como foco a intersecção entre política e religião na América Latina, especificamente a apresentação do político-religioso em campanha eleitoral, a partir da série *El Reino* (2021). Como forma de contextualizar esta escolha, o próximo tópico apresenta estudos que contextualizam a relevância e crescimento da atuação síncrona destes sujeitos – política e evangélicos – na história do tempo presente latino-americana.

3. Imbricamentos político-religiosos na América Latina

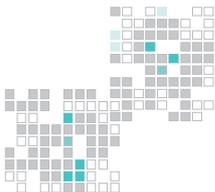
A América Latina, ainda com maioria de católicos, presencia a escalada evangélica em diversos países, a exemplo da Argentina, Brasil, Panamá, México, Guatemala e Costa Rica, entre outros (DE NEGRI; MACHADO; CAVALCANTE, 2023; PEW RESEARCH CENTER, 2014). Este segmento religioso, por vezes socialmente marginalizado, avança também em seu protagonismo político desde a década de 1980 (GUADALUPE, 2019). Se antes eles se afastavam da arena política, com o lema “crente não se mete em política”, o mesmo é atualizado no presente para “irmão vota em irmão” (GUADALUPE, 2019; MARIANO, 2011).

A Argentina, em 2008 tinha 9% da sua população declarada como evangélica, número este que salta para 15% em 2019, crescimento de aproximadamente 67% dentro de 10 anos (MALLIMACI et al., 2019; PEW RESEARCH CENTER, 2014). A presença evangélica tem

chamado a atenção no país para além do aumento de religiosos, uma vez que a agenda moral, que inclui pautas pró-vida e pró-família, aproximou as alas conservadoras de igrejas evangélicas e católicas, as quais lutam em sintonia contra questões nevrálgicas para a política contemporânea, como o aborto e a chamada “ideologia de gênero” (GUADALUPE, 2019). No contexto eleitoral, em 2019, conforme esclarece Goldstein (2020), o voto evangélico foi antiperonista, motivados pela pauta antiaborto. Porém, ainda assim, Alberto Fernández, então presidente da Argentina, mantém uma aproximação com grupos evangélicos, atento ao seu crescimento. Note-se que as principais forças políticas do país têm passado a reconhecer o papel que as igrejas exercem na vida das pessoas. Deste modo, “este reconocimiento brinda a los pastores importantes oportunidades para el ‘salto a la política’ y las negociaciones para aumentar desde la presencia en las direcciones estatales los beneficios para sus propias congregaciones”² (GOLDSTEIN, 2020, p. 63).

Relativo aos benefícios às igrejas, no caso brasileiro, a justificativa apresentada pelos pentecostais sobre iniciarem sua participação na política incluía a defesa de seus interesses institucionais, demanda por recursos públicos para suas congregações e concessões de mídia. Para além deste quesito institucional, há também uma vasta motivação no campo da moralidade, dado que alegaram “combater, no Congresso Nacional, a descriminalização do aborto e do consumo de drogas, a união civil de homossexuais e a imoralidade, de defender a moral cristã, a família, os bons costumes, a liberdade religiosa e de culto” (MARIANO, 2011,

2 Tradução dos autores: “Este reconhecimento oferece aos pastores oportunidades importantes para o ‘salto na política’ e negociações para aumentar os benefícios para suas próprias congregações a partir da presença nos diretórios estaduais” (GOLDSTEIN, 2020, p. 63).



p. 250–251). Além desses fatores, acrescenta-se a “guerra espiritual” característica das igrejas pentecostais, que frequentemente atualizam seus discursos para a arena política, onde as batalhas entre o bem e o mal, por vezes, são enquadradas em um contexto ideológico, no qual a esquerda representa o mal e a direita o bem (SANTOS; VAZ; PRADO JUNIOR, 2020).

As igrejas pentecostais ao redor da América Latina, apesar de trazerem variedade em diversos aspectos, a exemplo de algumas serem mais atraentes a classes mais baixas e outras à classe média e elite, têm em comum a teologia da prosperidade, pós-milenarismo e autoridade pastoral (BOAS, 2020). Reitera-se que a “agenda moral” é a mais difundida no espaço público, transcendendo barreiras de denominações cristãs (GUADALUPE, 2019). Pontua-se, no entanto, que embora o destaque dado aos evangélicos se dê por meio de um viés conservador, há vertentes progressistas neste segmento religioso, a exemplo de estudo referente ao ativismo evangélico progressista no Facebook e Twitter feito por Cunha (2017). Enquanto percebe-se um predomínio “da corrente conservadora evangélica no Brasil, que se reflete no espaço político partidário e nos espaços midiáticos religiosos e não-religiosos tradicionais” (CUNHA, 2017, p. 241), promove-se a invisibilização da vertente evangélica progressista, uma vez que não conquistam o mesmo espaço e destaque que a frente conservadora.

A fim de compreender a relevância evangélica na América Latina, para além das manifestações contra a regulamentação do aborto na Argentina, é importante evidenciar a conjuntura eleitoral de 2018³. De acordo com Guadalupe (2019),

3 O contexto eleitoral de 2018 é relevante, uma vez que a série foi lançada em 2021, ainda refletindo a conjuntura dos presidentes eleitos naquele ano. No entanto, é importante observar que ocorreram mudanças significativas no cenário político da Argentina e do Brasil após as eleições de 2022 e 2023. No Brasil, Lula, representando a centro-esquerda, venceu Jair Bolsonaro, assumindo seu terceiro man-

esse ano marcou a consolidação das igrejas evangélicas como novos atores na América Latina, tendo como exemplo a vitória dos candidatos à presidência Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador, no Brasil e México, assim como a ida de Fabricio Alvarado para o segundo turno nas eleições da Costa Rica. Todos estes candidatos têm em comum o amplo apoio de lideranças evangélicas, assim como o uso da pauta moral em suas campanhas. Soma-se ainda os casos da Venezuela e Colômbia, países que também tiveram destacado envolvimento evangélico nas eleições presidenciais de 2018 (MARIANO; GERARDI, 2019).

Observamos, a partir deste cenário, como o envolvimento evangélico na política em países da América Latina é atual e crescente, apresentando-se de modo ainda mais destacado em períodos eleitorais. Esses momentos enfatizam pautas como defesa da moral e da família são proeminentes, seja no caso do candidato enquanto religioso que busca se eleger, como visto na Costa Rica com Fabricio Alvarado⁴, ou no Brasil, com Jair Bolsonaro⁵, que contou com profuso apoio do segmento evangélico. Com base neste cenário, que intersecciona política e religião no enquadramento latino-americano, o presente artigo prossegue com a análise da série *El Reino* e a construção da imagem social e simbólica do político evangélico em campanha eleitoral.

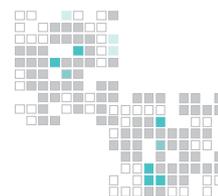
4. *El Reino* e a imagem do pastor na política

Ao considerarmos os imbricamentos político-religiosos, especialmente no que tange ao segmento evangélico, consideramos que a série

dato como Presidente da República. Enquanto na Argentina, Javier Milei, representando a ultradireita, venceu o peronista Sergio Massa.

4 Fabricio Alvarado Muñoz é pregador evangélico, cantor gospel e apresentador de televisão (GUADALUPE, 2019; MARIANO; GERARDI, 2019)

5 Popular no setor evangélico, Jair Bolsonaro foi batizado em 2016 pelo pastor assembleiano Everaldo, em Israel, porém não deixa claro ser evangélico ou católico.



El Reino (2021), dirigida por Marcelo Piñeyro, funciona como campo do sintoma⁶ de um universo de sentido associado ao político evangélico no contexto latino-americano. A produção argentina original Netflix apresenta, em sua primeira temporada, Emilio Vázquez (Diego Peretti) e Elena Vázquez (Mercedes Morán), fundadores da fictícia Igreja Reino da Luz. A congregação é liderada pelo pastor Emílio, candidato a vice-presidente da Argentina na chapa encabeçada por um político experiente, que é assassinado repentinamente durante uma cerimônia de encerramento da campanha política.

O então candidato – não religioso – é assassinado pelo fiel da igreja Remigio (Nico Garcia), o que leva a uma série de reviravoltas, resultando na candidatura do pastor à presidência no lugar do seu companheiro de chapa assassinado. As questões familiares também chamam atenção no enredo, como o fato de a família não ser o que aparenta, o intrincado casamento do pastor, o qual inclui um acordo pela manutenção da Igreja e a sua candidatura à presidência e o relacionamento oculto de sua filha com o assessor de campanha que culmina numa gravidez antes do casamento. Soma-se

ainda as manobras contábeis administradas pela pastora Elena, que esconde dinheiro pelas paredes da Igreja. O enredo perpassa, ainda, pela instituição social da igreja, que cuida de meninos em situação de vulnerabilidade social, o que leva à descoberta de crimes de pedofilia cometido pelo pastor, o qual é severamente encoberto pela manutenção da sua candidatura.

Considerando este quadro, a análise da trama se desenvolve a partir de três eixos que se interseccionam à religião: político, financeiro e moral. Tais assuntos foram selecionados por seu destaque na série, bem como sua relevância frente ao encontro da política e religião, que engloba interesses institucionais, no qual o dinheiro é relevante à campanha, assim como o uso das pautas morais como bandeiras eleitorais.

4.1 Religião e política

A relação entre política e religião é manifesta desde o primeiro episódio de *El Reino* (2021), a exemplo do manto com a mensagem “Cristo Salva” (Fig. 1), o qual manifesta a relevância da religião na campanha. Neste momento, embora o pastor Emílio ainda estivesse como candidato a vice-presidente, o destaque no vídeo é ele, junto ao manto expondo em letras maiúsculas “Cristo Salva”, suas mãos ao alto em frente a um público fervoroso, deixando claro como sua presença no pleito não é como a do político Emílio, um candidato secular, mas sim do político Pastor Emílio, um candidato religioso. Ele está junto a Cristo, quem salvaria a ele e a todos que o seguissem.

6 Fischer e Vaz abordam as narrativas do cinema e do audiovisual por esse viés, propondo “analisar e discutir em que medida a obra que se desenrola na tela dialoga com a vida em movimento que acontece fora da tela” (2021, p. 425), partindo de Braga (2011) ao considerar os produtos de comunicação audiovisual como fenômenos sócio-históricos, processos mediáticos que possibilitam à sociedade perceber-se dialogando consigo mesma. Assim, o cinema e o audiovisual podem funcionar “como campo do sintoma de um determinado presente, como uma urgência de colocar em reflexão as formas de convívio em sociedade” (FISCHER; VAZ, 2021b, p. 128).

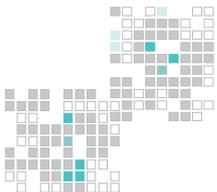


Fig.1 – frame do episódio 1 da série *El Reino*



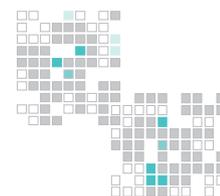
Fonte: print screen da série *El Reino* (Marcelo Piñeyro e Claudia Piñero; 2021).

Estas associações entre política e religião se dão a ver ao longo de toda a temporada, demarcando, inclusive, como a sua política tem bandeiras partidárias. No último episódio, “Por el bien de la república”, o pastor Emilio, ao ensaiar o discurso de lançamento de campanha como presidencial, testa algumas frases, ao dizer “Estimados compañeros”, seu mentor de campanha, o personagem Rubén Osorio (Joaquín Furriel) diz “Compañeros não. Peronista demais”. Esta cena reafirma a posição que os evangélicos tiveram na eleição de 2019 na Argentina, de voto antiperonista (GOLDSTEIN, 2020).

Cabe, porém, indicar que embora os evangélicos estejam usualmente associados ao espectro de direita na arena política, numa chamada “aliança de visão comum”, suas conexões também podem ocorrer por meio de “alianças pragmáticas” (GOLDSTEIN, 2020), como é o caso do México, em que Andrés Manuel López Obrador (AMLO) é considerado ideologicamente alinhado à esquerda. Entretanto, sua vitória foi conquistada com o apoio do Partido Encuentro Social (PES),

evangélico, e um discurso pautado em questões ético-morais, propondo, por exemplo, a criação de uma constituição moral, submetendo esta agenda para referendo nacional (GUADALUPE, 2019).

Note-se que embora a escritora Claudia Piñero, uma das responsáveis pela série, afirme que o roteiro não tem como base um caso real, mas sim um roteiro distópico no qual os evangélicos ganhavam força na Argentina, observando igrejas e realidades locais que estariam com tendência ao conservadorismo (EL PAÍS, 2021), há pontos que vão ao encontro da realidade já vivenciada em demais países latino-americanos. Recordar-se que a Argentina ainda é predominantemente católica (MALLIMACI et al., 2019) e os evangélicos não possuem um envolvimento político tão saliente como visto em países vizinhos, a exemplo do Brasil (GOLDSTEIN, 2020). Porém, podemos apontar que *El Reino* expressa um certo tom premonitório, como os primeiros sintomas de um contágio que pode vir a ser manifesto na própria Argentina, assim como em demais países, a partir desta conexão entre política e religião.



4.2 Religião e dinheiro

Outro ponto de destaque na série é a associação construída entre religião e dinheiro. O quarto episódio, chamado “El círculo de baba”, inicia com o grupo familiar do pastor rezando e contando altas quantias de dinheiro, presumidamente

advindo de dízimos de fiéis (Fig. 2). Aqui vemos como o aspecto religioso se entrelaça também a um contexto de corrupção, dado que embora abençoem tais somas, elas serão posteriormente escondidas nas paredes do templo.

Fig.2 – frame do episódio 4 da série *El Reino*

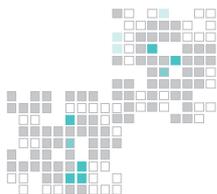


Fonte: *print screen* da série *El Reino* (Marcelo Piñeyro e Claudia Piñeyro; 2021).

Esta associação financeira remete a críticas que as igrejas evangélicas comumente recebem, por garantirem elevadas quantias financeiras e serem acusadas de lavagem de dinheiro, visto em casos investigados na Argentina, Brasil, Chile, México e Colômbia (CLIP, 2020). Soma-se, ainda, o fato apontado por Prandi, Santos e Bonato (2019), no contexto brasileiro, de como as instituições religiosas podem canalizar recursos para campanhas, uma vez que não há fiscalização ou controle de doações sobre elas, como ocorre em demais instituições, a exemplo de partidos e ONGs. Deste modo “os próprios dízimos, esmolas, ofertas e outras formas de donativos não tributáveis oriundos dos fiéis engrossam, assim, o poderio financeiro mobilizável pelos líderes religiosos” (PRANDI;

SANTOS; BONATO, 2019, p. 54), intensificando seu poder na disputa eleitoral.

Sublinha-se que o interesse dos religiosos da trama não se limita ao poder advindo do domínio financeiro, com a ocultação de altas somas em dinheiro, estendendo-se ao campo institucional. A personagem de Mercedes Morán, por exemplo, é contra a candidatura do Pastor Emílio à presidência. Ela afirma: “nossa única garantia para a igreja são os deputados e senadores que aprovam leis que nos agradam”. Logo o cargo de presidente não seria tão valioso aos seus interesses institucionais, aqueles já visados pelos grupos religiosos evangélicos desde sua aproximação da política (MARIANO, 2011). É válido destacar que no Brasil, país vizinho da Argentina, os evangélicos têm sua própria



bancada no Congresso Nacional, chamada de Frente Parlamentar Evangélica (FPE), cujos congressistas unem-se principalmente “em torno de pautas morais” (PRANDÍ; SANTOS, 2017, p. 210). Ressalta-se que a agenda financeira mostra-se também relevante a esse grupo, como evidenciado em sua reação à suspensão da imunidade tributária sobre os salários de ministros de confissão religiosa no Brasil, em janeiro de 2024⁷. Essa medida resultou em uma resposta por parte dos parlamentares da FPE, que acusaram o governo Lula de perseguir os evangélicos⁸. Assim, a isenção fiscal é um tema que tende a ser utilizado como moeda de troca entre o grupo religioso, organizado no legislativo, e suas possíveis contribuições às pautas do executivo.

4.3 Religião e moralidade

A pauta moral se dá a ver, da mesma forma, ao longo da série, em discursos que defendem a família e os valores cristãos, porém se contradizem em cenas que nos revelam uma família que

integra gravidez fruto de um relacionamento escondido, corrupção financeira, tentativa de assassinato, até o caso de pedofilia cometido pelo pastor. Este caso em especial é aproveitado por Emílio como forma de solidificar seu dito pensamento cristão, num jogo de mentiras e manipulações. Conforme observamos no oitavo e último capítulo da série (Fig. 3), o pastor faz um discurso sobre o caso, veiculado por meio de uma transmissão ao vivo com presença da mídia e pessoas do campo político. Com a mão elevada à testa, numa postura de tristeza, o pastor diz que é uma dor que atinge profundamente sua alma cristã confessar que o fiel Remigio cometia abuso de menores, sendo que o verdadeiro pedófilo era o próprio líder religioso. A transmissão numa tela faz com que a igreja se assemelhe a um cinema, em que realidade e ficção se interseccionam e tudo se torna parte de uma *mise-en-scène*. Sua mentira se entrelaça a mensagens de “Glória a Jesus” e súplicas para que a Argentina retorne a seus valores essenciais, ao valor da família, ao valor do amor e ao valor da ordem.

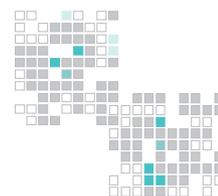
Fig.3 – frame do episódio 8 da série *El Reino*



Fonte: *print screen* da série *El Reino* (Marcelo Piñeyro e Claudia Piñeyro; 2021).

7 Ver em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/governo-federal-anula-isencao-fiscal-de-lideres-religiosos/>

8 Ver em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/apos-fim-a-isencao-fiscal-para-religiosos-bancada-evangelica-fala-em-perseguido-do-governo-lula/>



Esta trama ficcional, repleta de tensão e reviravoltas, inclui nuances que remetem a enredos verídicos, a exemplo do caso que envolveu a ex-deputada federal e missionária Flordelis, que foi acusada de assassinar o pastor e marido Anderson do Carmo (G1, 2021). A mesma ganhou notoriedade na rede brasileira ao adotar um grande número de crianças e criá-los como seus filhos. Sua história foi contada inclusive em filme⁹, contando com participações em programas de grande repercussão no Brasil, como o programa da Xuxa¹⁰. A pastora foi considerada culpada de assassinar o seu marido e teve uma série de conflitos familiares expostos, como o possível relacionamento dela com alguns dos filhos adotivos. Fatos que contrastam com a agenda moral propagada por evangélicos na política (CUNHA, 2019; GOLDSTEIN, 2020; GUADALUPE, 2019; MARIANO, 2011) e o falso moralismo vivenciado por alguns políticos religiosos, como ficcionalizado na série aqui analisada.

Nestas aproximações com a realidade, a personagem Elena Vásquez, no segundo episódio, chamado “Un hombre de Dios”, afirma que o pastor Emilio é o “pastor mais importante não só da Argentina, mas de toda a América Latina”. Frase que nos remete ao fato do pastor não representar apenas o evangélico local, mas acenar a uma realidade de dimensões continentais. Esta associação é ouvida/reforçada em diversas falas expressas durante a campanha; o pastor afirma estar ali visando “proteger nossos valores e proteger nossa família e a de todos”, combater a “ideologia de gênero, homossexualidade”,

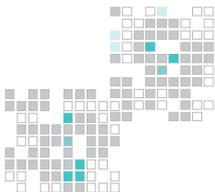
9 O filme “Flordelis – Basta uma palavra para mudar” foi lançado em 2009, incluindo no elenco atores como Reynaldo Gianecchini, Deborah Secco e Fernanda Lima. Foi dirigido por Marco Antonio Ferraz e Anderson Corrêa.

10 Ver em: <https://observatoriodosfamosos.uol.com.br/colunas/solange-gomes/voce-sabia-deputada-flordelis-ja-participou-do-programa-da-xuxa-assista/>

“assassinos do leito materno”¹¹, pautas que se assemelham às presentes no pleito de 2018 em diversos países da América Latina. Na Costa Rica, por exemplo, o candidato a presidente Fabricio Alvarado Muñoz, também pastor, conquistou notoriedade pela primeira vez na história do país ao ser veementemente contrário à recomendação da Corte Interamericana de Derechos Humanos sobre a aceitação do matrimônio igualitário entre pessoas do mesmo sexo, o que garantiu a ele uma surpresa ida ao segundo turno do pleito (GOLDSTEIN, 2020). Importante também pontuar que para além das eleições de 2018, a agenda moral é proeminente no segmento evangélico pentecostal desde meados da década de 1980, tanto na Argentina como em demais países vizinhos (GUADALUPE, 2019).

A partir dos três eixos acima observados – política, dinheiro e moralidade – verificamos que a representação exposta ao longo da série é a do político evangélico com características padrões a este segmento religioso na política, como o destaque à agenda moral. Deste modo, verifica-se uma invisibilização dos evangélicos progressistas. Tal qual ocorre na literatura e nas mídias (CUNHA, 2017), não os encontramos nem no núcleo secundário da trama. O evangélico em destaque é o falso moralista preocupado com dinheiro. A reiteração deste estereótipo vai ao encontro de outras produções *mainstream* que optam por generalizar povos e raças (BIELBY; HARRINGTON, 2005; GUPTA, 2016; MOLINA-GUZMÁN, 2013), aqui, no contexto político-religioso, há da mesma forma a homogeneização de um perfil de político religioso, sem a apresentação de adversários nesse âmbito, contrabalanceando a busca política por uma sociedade mais igualitária e não apenas por interesses particulares, sejam estes familiares

11 Frases presentes no terceiro episódio da série El Reino (2021), chamado Expiación.



ou para sua congregação.

A crítica a essa visão negativa do religioso exposta na série foi também ecoada por segmentos evangélicos da Argentina, a exemplo da Alianza Cristiana de Iglesias Evangélicas de la Argentina (ACIERA), que fez um extenso comunicado criticando a obra¹², afirmando que “crear prejuicios o estereotipar a quienes representan un pensamiento contrario, no sería una expresión artística genuina o pura, sino que estaría contaminada por aquellos condicionamientos ideológicos que no tienen otro fin que dinamitar la misma esencia del arte¹³. Frisa-se que a ACIERA é o principal pólo conservador pentecostal e bíblico do país (GUADALUPE, 2019); logo, sua crítica tende a ser contundente.

Ainda que a série seja passível de críticas pelo estereótipo do político evangélico, a produção de uma série argentina que aborda esta temática é relevante, uma vez que coloca à tona a questão política em intersecção com a religião, fenômeno cada dia mais presente na América Latina. Destaca-se também o fato de *El Reino* estar no catálogo da Netflix da Argentina e em mais 190 países espalhados pelo mundo (FOLHA DE S. PAULO, 2021), mostrando a relevância que a plataforma de streaming deu à atração, que faz parte da nova postura adotada pela empresa ao investir mais em produções próprias e não apenas no mercado estadunidense (LOBATO, 2017). Uma produção latino-americana que apresenta o contexto do crescimento do envolvimento evangélico na política a outros países, até mesmo continentes, aumenta a possibilidade de diálogos

e interesses de outros pesquisadores sobre a temática. Frank (2009) nos diz que a religião e produções midiáticas despertam interesse para além do contexto local, embora no seu caso voltado a católicos, aqui ampliamos este enquadramento ao segmento evangélico.

5. Considerações finais

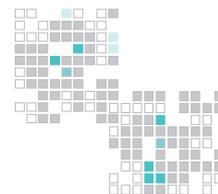
O segmento religioso evangélico tem conquistado ascendente espaço no âmbito político de países latino-americanos, realidade especialmente observada durante as eleições presidenciais de 2018 (GOLDSTEIN, 2020; GUADALUPE, 2019; MARIANO; GERARDI, 2019). Atentar a este envolvimento, a partir de uma produção audiovisual, aqui nos permitiu verificar como o político-evangélico é dado a ver numa produção *mainstream* e que alcança públicos para além do local.

El Reino, ao longo de seus oito episódios, apresenta um pastor que faz uso da agenda moral em sua campanha, realidade que dialoga com o padrão evangélico-pentecostal que se destaca na política, porém que acaba também homogeneizando este perfil de político, dado que não há um contraponto progressista, devidamente engajado na causa política para além de falso moralismo.

Logo, ao considerar que o debate em torno do tema religião e política vem se ampliando – principalmente em relação ao segmento religioso em que se constata amplo crescimento no número de fiéis em toda a América Latina, representado pelos evangélicos – o estudo buscou olhar para os modos de se dar a ver esse fenômeno nas expressões do audiovisual. A série *El Reino* tornou-se objeto de estudo ao passo em que identificamos a potência de uma produção original *Netflix* produzida na Argentina, território que figura como um dos países da América Latina com considerável aumento no número de evangélicos.

12 Ver em: <https://www.diversidadreligiosa.com.ar/blog/el-reino-el-comunicado-de-aciera/>

13 Tradução dos autores: “criar preconceitos ou estereotipar aqueles que representam o pensamento contrário não seria uma expressão artística genuína ou pura, mas estaria contaminado por esses condicionamentos ideológicos que não têm outro propósito senão destruir a própria essência da arte”.



Podemos constatar, portanto, que a série em análise funciona como campo do sintoma de seu contexto de produção – ou seja, estabelece interlocuções com a sociedade – colocando em tela a imagem do evangélico em diálogo com as confluências que se dão no espaço físico, religioso e político nos países latinos, em especial a Argentina. Ao direcionar as lentes analíticas para a imagem de um pastor candidato à presidência da Argentina, a análise se desenvolveu pela seleção de composições imagéticas que dentro do contexto narrativo produzem efeitos de sentido a partir dos três eixos que se interseccionam à religião: político, financeiro e moral.

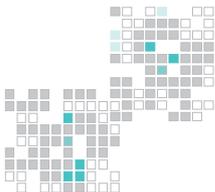
Em todo caso, embora existam possibilidades para críticas associadas ao estereótipo do político evangélico, é importante destacar a relevância de uma produção argentina estar num serviço de streaming, proporcionando que demais públicos possam consumir conteúdos

produzidos por latino-americanos e que retratam sua realidade, bem como discutam sobre até onde ela se aplica ou não. Além disso, é o latino-americano falando sobre a sua política e religião, não um estadunidense estereotipando o latino e sua política.

Por fim, indicamos para agenda de futuras pesquisas uma comparação entre as produções audiovisuais de demais países latino-americanos, a exemplo do filme *Divino Amor* (MASCARO, 2019), longa-metragem brasileiro que retrata um futuro distópico no qual o país é governado por evangélicos. Produções que dialogam sobre a realidade do evangélico na política e no audiovisual, interseccionando pontos de vista de diferentes países que presenciam, em velocidades próprias, a queda do catolicismo e a ascensão evangélica, tanto em número de fiéis como em seu envolvimento político.

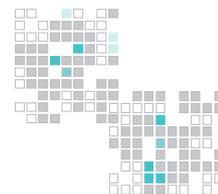
Referências

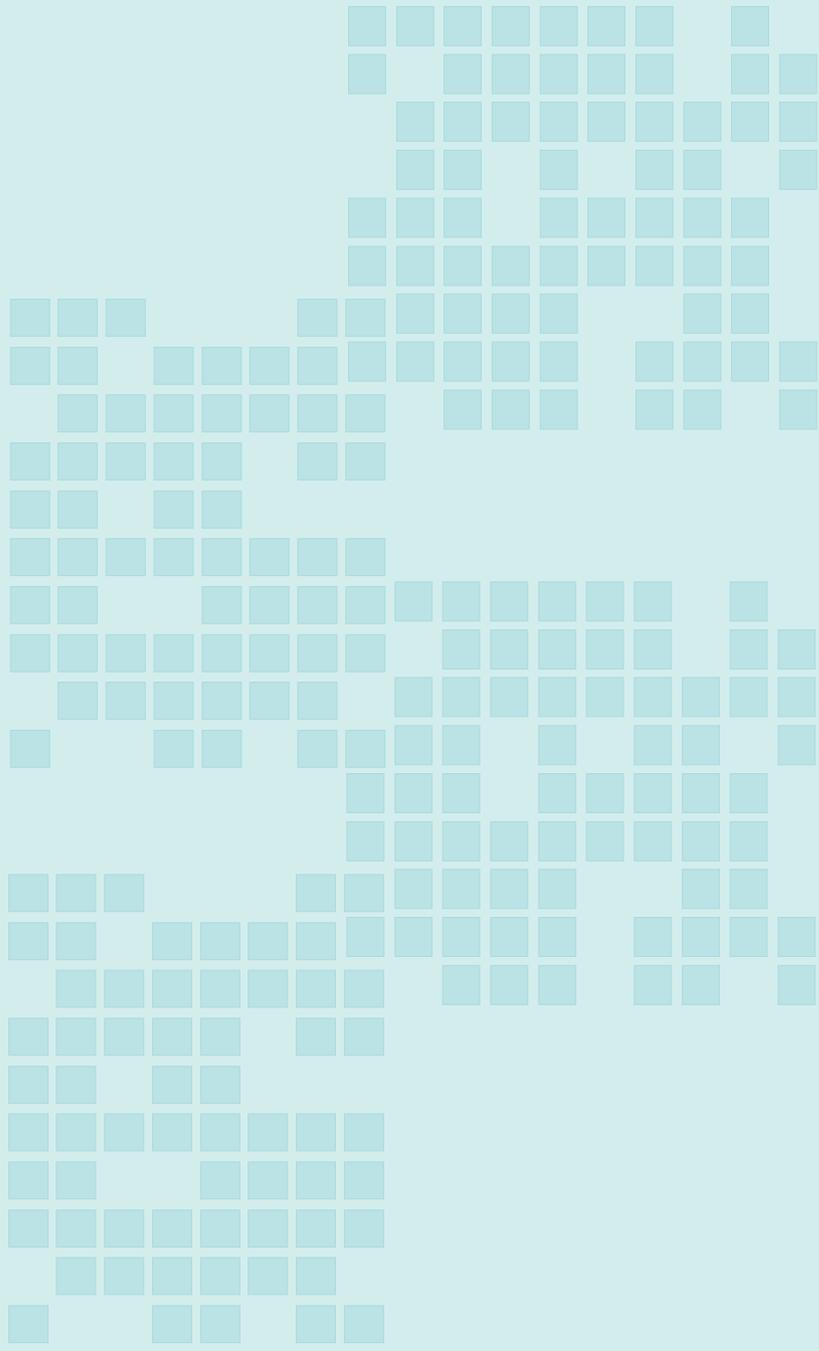
- BIELBY, D. D.; HARRINGTON, C. L. Opening America?: The Telenovela-ization of U.S. Soap Operas. *Television & New Media*, v. 6, n. 4, p. 383–399, 2005.
- BOAS, T. C. The Electoral Representation of Evangelicals in Latin America. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, n. February, p. 1–26, 2020.
- BRAGA, J. L. Constituição do Campo da Comunicação. *Verso e Reverso*, v. 25, n. 58, p. 62–77, 2011.
- CLIP. Líderes religiosos bajo sospecha de finanzas poco santas. Disponível em: <https://www.elclip.org/lideres-religiosos-bajo-sospecha-de-finanzas-poco-santas/>.
- CUKLANZ, L.; EROL, A. The Shifting Image of Hegemonic Masculinity in Contemporary U.S. Television Series. *International Journal of Communication*, v. 15, p. 545–562, 2021.
- CUNHA, M. D. N. Política, mídia e religião: o ativismo progressista entre evangélicos brasileiros por meio do Facebook e do Twitter. *Comunicação & Sociedade*, v. 39, n. 3, p. 217, 2017.
- CUNHA, M. D. N. Os processos de midiatisação das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico. *Revista FAMECOS*, v. 26, n. 1, p. 30691, 2019.
- DE NEGRI, F.; MACHADO, W.; CAVALCANTE, E. J. Crescimento dos estabelecimentos evangélicos no Brasil nas últimas décadas. Rio de Janeiro: [s.n.].
- EL PAÍS. Série ‘Vosso reino’, a religião e as intrigas do poder na Argentina, unidas para vencer. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2021-09-15/serie-o-reino-a-religiao-e-as-intrigas-do-poder-na-argentina-unidas-para-vencer.html>.
- FISCHER, S.; VAZ, A. Fruição estética, experiência vivida e sociedade: imagens de gildas. *Razón y Palabra*, v. 24, n. 110, p. 423–438, 2021a.
- FISCHER, S.; VAZ, A. Distopia , Utopia, Catarse: o cinema sintomático de Kleber Mendonça Filho. *Alceu*, v. 21, n. 43, p. 127–145, 2021b.



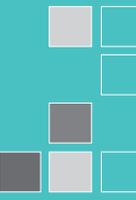
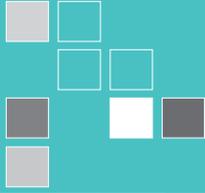
- FOLHA DE S. PAULO. Série “Vosso Reino” tem facada em presidenciável e debate sobre a fé e a política. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/09/serie-vosso-reino-tem-facada-em-presidenciavel-e-debate-sobre-a-fe-e-a-politica.shtml>.
- FRANK, D. Faith, Church and Audiovisual Media: Case Studies from Africa, Asia, Latin America and Europe. In: Faith and Media: Analysis of Faith and Media: Representation and Communication. Brussels: P.I.E. PETER LANG, 2009.
- G1. Flordelis é presa por morte do marido e volta a negar crime: “Algo que não fiz”. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/08/13/justica-decreta-a-prisao-de-flordelis.ghtml>.
- GOLDSTEIN, A. A. Poder evangélico: Cómo los grupos religiosos están copando la política en América. 1. ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Marea, 2020.
- GREENE, L. Spencer Bell, Nobody Knows My Name. Open Screens, v. 5, n. 1, 2022.
- GUADALUPE, J. L. P. Evangelicals and Political Power in Latin America. 1. ed. Lima: Konrad Adenaur Stiftung e Institute of Social Christian Studies of Peru, 2019.
- GUPTA, A. Indian is the new black? The rise of Indian-Americans on American television. The Round Table, v. 105, n. 1, p. 43–55, 2016.
- IHU. Argentina. Cai o número de católicos. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/594681-cai-o-numero-de-catolicos-na-argentina>.
- IWABUCHI, K. Return to Asia? Japan in Asian Audiovisual Markets. In: Consuming Ethnicity and Nationalism. London: Routledge, 1999.
- LOBATO, R. Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix. Television and New Media, 2017.
- MALLIMACI, F. et al. Segunda Encuesta Nacional sobre Creencias y Actitudes religiosas en la Argentina. Buenos Aires: [s.n.]. Disponível em: <http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2019/11/ii25-2encuestacreencias.pdf>.
- MARIANO, R. Laicidade à brasileira: católicos, pentecostais e laicos em disputa na esfera pública. Civitas - Revista de Ciências Sociais, v. 11, n. 2, p. 238–258, 2011.
- MARIANO, R.; GERARDI, D. A. Eleições presidenciais na América Latina em 2018 e ativismo político de evangélicos conservadores. Revista USP, n. 120, p. 61–76, 2019.
- MASCARO, G. Divino AmorBrasilGlobo Filmes e Desvia Filmes, , 2019.
- MOLINA-GUZMÁN, I. Commodifying Black Latinidad in US Film and Television. Popular Communication: The International Journal of Media and Culture, v. 11, n. 3, p. 211–226, 2013.
- NASCIMENTO, R. N. A. Simbologias da ficção: “Tenda dos Milagres” e as representações do candomblé. Conexão – Comunicação e Cultura, v. 15, n. 29, 2016a.
- NASCIMENTO, R. N. A. Representações do candomblé em Tenda dos Milagres: a ficção televisiva e suas simbologias. Fronteiras - estudos midiáticos, v. 18, n. 1, p. 22–32, 2016b.
- NASCIMENTO, R. N. A. A História na teleficção: Ecos do jornal A Voz da Raça na construção da memória social. Revista Contracampo, v. 35, n. 3, 2017.
- PEW RESEARCH CENTER. Religion in Latin America. Disponível em: <https://www.pewforum.org/2014/11/13/religion-in-latin-america/>. Acesso em: 23 fev. 2021.
- PIÑEYRO, M. El ReinoArgentina.Netflix, , 2021.
- PRANDI, R.; SANTOS, R. W. DOS. Quem tem medo da bancada evangélica? Posições sobre moralidade e política no eleitorado brasileiro, no congresso nacional e na frente parlamentar evangélica. Tempo Social, v. 29, n. 2, p. 187–214, 2017.
- PRANDI, R.; SANTOS, R. W. DOS; BONATO, M. Igrejas evangélicas como máquinas eleitorais no Brasil. Revista USP, n. 120, p. 43–60, 2019.
- ROCHA, S. M.; MEIGRE, M. A religião através do estilo: a figuração do espiritismo nas telenovelas brasileiras. E-Compós, v. 20, n. 3, 2017.
- SANTOS, M. B.; VAZ, A.; PRADO JUNIOR, T. Mídia, religião e política: o discurso combativo de pastores pentecostais nas eleições presidenciais de 2018. Tríade comunicação, cultura e mídia, v. 8, n. 18, p. 150–172, 2020.
- SILVA, M. V. M. Televisualidades da matriz religiosa espírita na telenovela brasileira. Extraprensa, v. 12, n. 1, 2018.
- VALDÉS, A. G. Un cine de creencias. La presencia de la religión yoruba en la filmografía cubana. Comunicación y medios, n. 39, p. 52–63, 2019.
- VATICAN NEWS. Argentina: Igrejas Católica e Evangélica rejeitam discussão sobre a lei do aborto. Disponível em: <https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2020-10/argentina-igrejas-catolica-evangelica-rejeitam-discussao-aborto.html>.

Artigo enviado em 17/10/2024 e aceito em 03/11/2024.





ESTUDIO/ESTUDIO



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INTEGRAÇÃO DA AMÉRICA LATINA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (PROLAM): HISTÓRICO, DESENVOLVIMENTO E PERSPECTIVAS

POSTGRADUATE PROGRAMME IN LATIN AMERICAN INTEGRATION AT THE UNIVERSITY OF SÃO PAULO (PROLAM): HISTORY, DEVELOPMENT AND PROSPECTS

PROGRAMA DE POSGRADO EN INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA DE LA UNIVERSIDAD DE SÃO PAULO (PROLAM): HISTORIA, DESARROLLO Y PERSPECTIVAS

Maria Cristina Cacciamali

■ É doutora em Economia pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) da Universidade de São Paulo (USP), pós-graduada pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT/EUA), University of New Mexico (UNM/EUA), Universidade do Porto (UP/Pr), Instituto Politécnico Nacional (IPN/Me) e Institute des Hautes Études de l'Amérique Latine (IHEAL/Fr) e pesquisador de primeiro nível do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico).

■ *Es Doctora en Economía por la Facultad de Economía, Administración y Contabilidad (FEA) de la Universidad de São Paulo (USP), postgraduada en el Massachusetts Institute of Technology (MIT/USA), University of New Mexico (UNM/USA), Universidade do Porto (UP/Pr), Instituto Politécnico Nacional (IPN/Me) e Institute des Hautes Études de l'Amérique Latine (IHEAL/Fr) e investigador de primer nivel del CNPq (Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Brasil).*

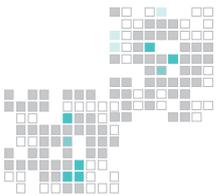
■ E-mail: cciamali@uol.com.br

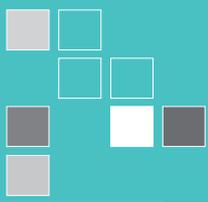
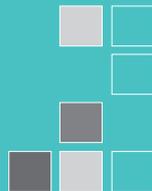
Lisbeth Ruth Rebollo Gonçalves

■ Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (1970), mestrado em Sociologia pela Universidade de São Paulo (1978) e doutorado em Sociologia pela Universidade de São Paulo (1985). É professora titular da Universidade de São Paulo.

■ *Es licenciada en Ciencias Sociales por la Universidad de São Paulo (1970), máster en Sociología por la Universidad de São Paulo (1978) y doctora en Sociología por la Universidad de São Paulo (1985). Es profesora titular de la Universidad de São Paulo.*

■ E-mail: lisbethrebollo@gmail.com





Júlio César Suzuki

■ Possui Licenciatura em Geografia pela Universidade Federal de Mato Grosso (1992), mestrado em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo (1997) e doutorado em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo (2002). Atualmente é professor doutor ii - Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin e professor associado da Universidade de São Paulo.

■ *Es licenciado en Geografía por la Universidad Federal de Mato Grosso (1992), máster en Geografía (Geografía Humana) por la Universidad de São Paulo (1997) y doctor en Geografía (Geografía Humana) por la Universidad de São Paulo (2002). Actualmente es profesor ii - Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin y profesor asociado de la Universidad de São Paulo.*

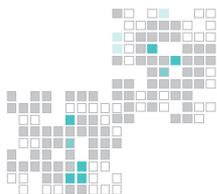
■ E-mail: jcsuzuki@usp.br

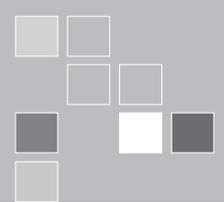
Marilene Proença Rebello de Souza

■ Professora Titular da Universidade de São Paulo (2015). Psicóloga pelo Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo (1978) e Licenciada em Psicologia pela Faculdade de Educação da USP (1977). Mestrado, Doutorado e Livre-Docência em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano pela Universidade de São Paulo (1991, 1996 e 2010, respectivamente).

■ *Profesora Titular de la Universidad de São Paulo (2015). Psicóloga por el Instituto de Psicología de la Universidad de São Paulo (1978) y Licenciada en Psicología por la Facultad de Educación de la USP (1977). Maestría, Doctorado y Posdoctorado en Psicología Escolar y del Desarrollo Humano por la Universidad de São Paulo (1991, 1996 y 2010, respectivamente).*

■ E-mail: mprdsouz@usp.br





RESUMO

O Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (PROLAM-USP) iniciou suas atividades em 1988 com foco na integração regional. As pesquisas desenvolvidas, a produção de conhecimento, as atividades de divulgação científica e de extensão são marcadas pela interdisciplinaridade e pela metodologia de pesquisa comparada. Em sua história, o Programa produziu mais de 500 teses e dissertações sobre a América Latina. Suas Linhas de Pesquisa são: Sociedade, Estado, Economia e Ambiente; Comunicação, Literatura e Cultura; e Práticas Políticas e Relações Internacionais.

PALAVRAS-CHAVE: AMÉRICA LATINA; INTEGRAÇÃO; PÓS-GRADUAÇÃO; INTERDISCIPLINARIDADE.

ABSTRACT

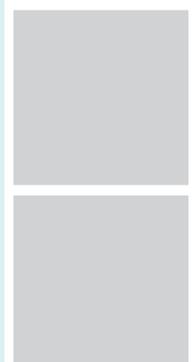
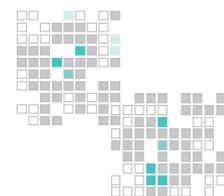
The Graduate Programme in Latin American Integration at the University of São Paulo (PROLAM-USP) began its activities in 1988 focusing on regional integration. Its research, knowledge production, scientific dissemination, and community outreach activities are characterized by interdisciplinarity and comparative research methodology. In its history, the Programme has produced more than 500 theses and dissertations on Latin America. Its Lines of Research are Society, State, Economy and Environment; Communication, Literature, and Culture; and Political Practices and International Relations.

KEY WORDS: LATIN AMERICA; INTEGRATION; POSTGRADUATE STUDIES; INTERDISCIPLINARITY.

RESUMEN

El Programa de Posgrado en Integración Latinoamericana de la Universidad de São Paulo (PROLAM-USP) inició sus actividades en 1988 centrándose en la integración regional. Sus actividades de investigación, producción de conocimiento, divulgación científica y extensión se caracterizan por la interdisciplinariedad y la metodología de investigación comparada. En su historia, el Programa ha producido más de 500 tesis y disertaciones sobre América Latina. Sus Líneas de Investigación son: Sociedad, Estado, Economía y Medio Ambiente; Comunicación, Literatura y Cultura; y Prácticas Políticas y Relaciones Internacionales.

PALABRAS CLAVE: AMÉRICA LATINA; INTEGRACIÓN; ESTUDIOS DE POSGRADO; INTERDISCIPLINARIEDAD.



Um pouco de história

O Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo (PROLAM-USP) foi criado em 1988, no contexto de um projeto político de integração para a América Latina, materializado na construção do Memorial da América Latina e de várias ações do estado de São Paulo no campo cultural, econômico e político. Considerava o Governador do Estado, André Franco Montoro, fundamental que a Universidade de São Paulo pudesse participar desse projeto, fortalecendo os estudos e a reflexão sobre a América Latina e sobre a integração regional. E coube ao então Reitor, Prof. Emérito da USP, José Goldemberg, realizar esta relevante tarefa institucional. Cumpre ressaltar que o PROLAM-USP nasceu em um período de redemocratização do Brasil, em meio à Assembleia Nacional Constituinte e ao início do processo de integração regional via MERCOSUL.

No começo dos anos 1990, o PROLAM-USP já se mostrava um polo relevante na produção de conhecimento sobre a dinâmica política e econômica da América Latina na época, ocupando-se de acompanhar a evolução do MERCOSUL, formalizado em 1991. São daquele momento as primeiras dissertações e teses defendidas no PROLAM sobre o bloco como instituição fundamental para a consolidação dos processos de integração regional como instrumentos para a retomada do crescimento econômico, a redução de assimetrias regionais e a garantia da justiça social nos Estados membros (inicialmente Brasil e Argentina e, posteriormente, Paraguai e Uruguai).

A criação do PROLAM-USP reuniu no projeto diversas áreas de conhecimento que sustentam sua proposta interdisciplinar de abordagem para a América Latina na Universidade de São Paulo, constituindo-se em um Programa de Pós-Graduação Interunidades da USP. As nove Unidades da USP que compõem o PROLAM, são: Faculdade de Direito; Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade; Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas; Faculdade de Arquitetura e Urbanismo; Escola de Comunicações e Artes; Faculdade de Educação; Faculdade de Economia e Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto; Escola de Artes, Ciências e Humanidade da Universidade de São Paulo; e o Instituto de Psicologia.

Em 1990, o Curso de Mestrado em Integração da América Latina foi recomendado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. A ampliação para o Curso de Doutorado foi aprovada em 1993, considerando-se que o Programa contava com corpo docente permanente e linhas de pesquisa definidas, número expressivo de publicações, quarenta dissertações defendidas de boa qualidade e egressos com inserção de destaque na comunidade acadêmica e em órgãos públicos e privados.

Nos primeiros vinte anos de existência, entre 1988 e os primeiros meses de 2009, o PROLAM-USP reportou-se diretamente à Pró-Reitoria de Pós-Graduação da Universidade de São Paulo. A partir de então, a mudança no Regimento da Pós-Graduação da Universidade implicou ingresso do Programa na estrutura organizacional da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP, especialmente para fins de tramitação administrativa e financeira, mantendo o Programa subordinado à Pró-Reitora de Pós-Graduação nas diretrizes gerais de ensino no campo de Pós-graduação. O PROLAM/USP continuou com sua autonomia

acadêmica e científica por meio das atribuições regimentais da Comissão de Pós-Graduação e recebeu uma secretaria melhor estruturada e modernizada, para atender aos alunos, docentes e os visitantes de outras Instituições de Ensino nacionais e internacionais com a qualidade necessária.

Ao longo da existência do Programa, diversos pesquisadores e professores estrangeiros contribuíram para fortalecer a compreensão da América Latina por meio da oferta de cursos, palestras e participação em eventos. A partir de 2002, o PROLAM criou um veículo de publicação de pesquisas, ensaios e resenhas totalmente voltado às temáticas latino-americanas intitulado *Cadernos PROLAM (Brazilian Journal of Latin American Studies)* – ISSN 1676-6288. Ao longo do tempo, o Programa recebe professores visitantes de diferentes países da América Latina, Caribe e Europa e realiza jornadas, seminários, congressos nacionais e internacionais voltados para a comunidade acadêmica e de alunos, público universitário em geral, público externo interessado nos debates, com destaque para o Seminário Internacional Pensar e Repensar a América Latina e o Congresso Internacional do Pensamento e Pesquisa sobre a América Latina.

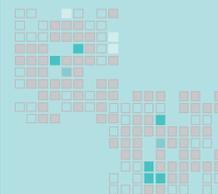
As Linhas de Pesquisa do PROLAM-USP

O Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo - PROLAM-USP tem como missão produzir conhecimento interdisciplinar sobre a realidade latino-americana moderna e contemporânea, sob as dimensões social, econômica, política, ambiental, educacional e cultural, por meio de metodologia comparada aplicada a, pelo menos, dois países da América Latina ou a uma temática comum aos países da região, contribuindo com a integração regional, o desenvolvimento econômico-sócio-cultural e o acesso aos direitos sociais e humanos.

As atividades de pesquisa, docência e extensão, desde a origem, são desenvolvidas sobre o tema “Integração da América Latina” por meio de enfoques teóricos plurais e multidimensionais sob a guarda de metodologia interdisciplinar e comparada aplicada a três linhas de pesquisa da área de Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas. São elas: 1) Sociedade, Estado, Economia e Ambiente; 2) Comunicação, Literatura e Cultura; 3) Práticas Políticas e Relações Internacionais.

A linha de pesquisa Sociedade, Estado, Economia e Ambiente tem como foco, de forma complementar, integrada e intrinsecamente comparada, a formação social e a integração da América Latina, tendo em vista o desenvolvimento do modo de produção capitalista; com análise de sua transformação em virtude do processo contemporâneo de internacionalização da economia, bem como as relações entre as dimensões e estruturas socioculturais, econômicas, políticas, educacionais, ambientais e históricas a fim de detectar a dinâmica de seus conflitos sociais e contradições contemporâneas, especialmente nas diferentes dimensões do trabalho rural e urbano; além do estudo da reestruturação do Estado nas fronteiras latino-americanas.

A linha de pesquisa Comunicação, Literatura e Cultura tem por objetivo proporcionar, sob a ótica da integração, o estudo das teorias, dos processos, dos sistemas e manifestações culturais, comunicacionais e de linguagem, envolvendo a região latino-americana e destacando-se os aspectos políticos, econômicos, sociais, artísticos, literários, tecnológicos, ambientais e outros. Vale-se da metodologia de estudos comparados com enfoque interdisciplinar, no contexto global da sociedade contemporânea, em que um ponto central dos estudos e das pesquisas é a questão da identidade cultural, considerando especialmente o pensamento crítico dos teóricos latino-



americanos para a transformação da sociedade.

A linha de pesquisa Práticas Políticas e Relações Internacionais destina-se ao estudo dos diversos processos de integração e das práticas políticas na América Latina, compreendendo as relações bilaterais e multilaterais, com ênfase nos processos contemporâneos de integração regional, de um lado, e os processos de construção de políticas públicas, a partir da atuação do Estado e da Sociedade Civil, de outro. Pesquisa os aspectos econômicos, políticos, sociais e culturais da integração do subcontinente, considerando as relações internacionais, a formulação de políticas públicas e análise dos processos político-ideológicos. Busca, também, analisar a investigação teórica e prática das experiências de integração e relações políticas dos países latino-americanos, análise de suas respectivas instituições e organizações regionais, bem como propõe examinar tópicos de desenvolvimento em integração e a inserção dos países latino-americanos no sistema internacional.

Cada Linha de Pesquisa desenvolve projetos voltados para a compreensão da América Latina, abordando temáticas que se articulam internamente como também com instituições internacionais e nacionais. Há um conjunto de projetos em andamento, com a participação de docentes de mais de uma Linha de Pesquisa, dando consistência à dimensão interdisciplinar e comparada dos estudos.

Apresentando o Corpo Docente do PROLAM-USP

O Programa é composto por 36 docentes do Quadro Permanente, contando com professores de grande experiência em docência e pesquisa das nove unidades da USP e colegas convidados de universidades brasileiras. Vale frisar que todos os docentes permanentes possuem dedicação mínima de 15 horas semanais ao Programa em atividades de ensino, pesquisa e orientação, em que pese informar que todos ministram disciplinas. Os docentes permanentes estão distribuídos nas três Linhas de Pesquisa do Programa, podendo o docente, compor mais de uma Linha de Pesquisa.

A riqueza do corpo docente do PROLAM se destaca em sua origem acadêmica diversa, tendo em vista a composição interunidades que o caracteriza, expressa na presença de Professores Doutores, Livre-docentes e Titulares, o maior nível de ascensão na carreira docente da US e professores Pesquisadores Produtividade do CNPq. A quase totalidade possui mais de duas décadas de prática, o que contribui decisivamente para a potência compreensiva das pesquisas no que concerne à integração da América Latina a partir de estudos comparados. No que concerne à pesquisa, redes locais, nacionais e internacionais se conformam a partir da participação ou liderança dos docentes do PROLAM-USP em grupos de pesquisa ou projetos.

O Curso conta com uma estrutura curricular alicerçada em três pilares: Integração da América Latina, Interdisciplinaridade e Metodologias Comparadas. A eles agregou-se a importância dos estudos das Epistemologias Latino-americanas que compõem o quadro de disciplinas obrigatórias do Programa e que permitem a compreensão geral da problemática latino-americana. Juntamente com esse conjunto de disciplinas, os estudantes de Mestrado e Doutorado têm a oportunidade de apresentar e discutir seus projetos na disciplina Seminários de Pesquisa, em diálogo com docentes e pesquisadores

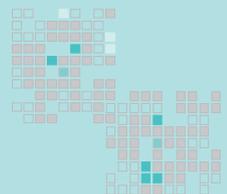
convidados. Complementando as disciplinas obrigatórias, é disponibilizado um conjunto de disciplinas optativas que poderão aprofundar as temáticas estudadas, subsidiando as pesquisas em andamento e a formação geral do estudante. É importante destacar que o Programa forma docentes para o nível superior e pesquisadores. Para a formação à docência, o Programa oferece, aos estudantes bolsistas CAPES e aos demais estudantes, a disciplina Preparação Pedagógica, com a possibilidade de realização de estágio em docência em nível superior.

Os Grupos de Pesquisa e de Estudo

Os Grupos de Pesquisa têm como foco o avanço do conhecimento pela sua composição interdisciplinar e diversidade das temáticas, visando a produção de conhecimento e sua divulgação. Estão vinculados a diversos Laboratórios de Ensino e Pesquisa em diferentes Unidades da USP e credenciados junto ao Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq. Subjacente a esta ação há a convicção de que a formação de investigadores e docentes e suas práticas são influenciadas por atividades continuadas e coletivas de investigação aprofundada e demanda por fomento sobre temas selecionados e importantes para o Programa, Comunidade Acadêmica e a Sociedade em geral.

Destacamos alguns dos Grupos de Pesquisa do PROLAM:

1. Epistemologias latino-americanas e diálogos: gênero e raça tem por objetivo apreender as abordagens teórico-empíricas e metodológicas das investigações sobre o tema gênero e raça de tal forma, sob o critério da diversidade, a construir uma agenda de autores reconhecidos pela comunidade acadêmica, a fim de formar um grupo de investigadores que maneje com propriedade esse tema. Este Núcleo apresentou pesquisas aprovadas junto às Nações Unidas e ao Clacso.
2. Curta Ciência! Jornalismo, Divulgação e Comunicação Científica no contexto contemporâneo dedica-se à investigação das práticas comunicacionais e midiáticas, especialmente, aquelas compreendidas como jornalísticas que se dedicam à cobertura da ciência, tecnologia e inovação (CT&I).
3. Recepção Estética e Crítica de Arte, voltado à produção artística e crítica; estuda e debate temas atuais no cenário das artes, preocupando-se com recepção por parte do público especializado.
4. Psicologia, Sociedade e Educação na América Latina, trata-se de grupo de pesquisa internacional e interdisciplinar cujo foco centra-se em políticas públicas de educação na América Latina e sua relação com o campo de conhecimento da Psicologia Escolar e Educacional Crítica, tendo como foco a educação básica e superior.
5. Agricultura e Urbanização na América Latina tem como preocupação compreender, a partir da relação entre campo e cidade e seus processos particulares, a transformação na produção do espaço, particularmente o latino-americano. Estabelece contatos com outros grupos de pesquisa em Instituições de Ensino Superior.
6. Geografia, Literatura e Arte pretende ser um espaço de interlocução entre professores-pesquisadores da área de Geografia e temas afins interessados no intercâmbio, troca de experiências, produções coletivas, processos colaborativos sobre temas ligados à Geografia, à Literatura e à Arte.



7. Território, desenvolvimento e agricultura tem o objetivo de contribuir com a formação de quadros de pesquisadores do país na compreensão das dinâmicas agrárias com foco na relação entre território e desenvolvimento.

O Programa também tem se dedicado a constituir formal e informalmente Grupos de Estudos com o objetivo de selecionar um tema ou autor e debruçar-se em profundidade sobre esse, adquirindo conhecimento de excelência e especialização. Alguns dos Grupos de Estudos em atividade são: GMARX - Grupo de Estudos de História e Economia Política; Grupo de Estudos “Ignacio Martín-Baró e a América Latina”; Grupo de Estudos e Extensão Pensamento do Brasil sobre a América Latina; e o Grupo de Estudos Comunicação Periférica. Os grupos de estudo contam com a participação de docentes, convidados, estudantes de graduação e pós-graduação e pesquisadores nacionais e internacionais, realizam publicações, eventos científicos e de divulgação científica.

Formas de atuação no contexto local, nacional e internacional no campo da Comunicação

A missão do PROLAM/USP, voltada ao diálogo internacional, nacional, regional e local, requer a perspectiva interdisciplinar, utilizando-se de metodologia de estudos comparados, contribuindo com a integração regional, o desenvolvimento econômico-sociocultural e o acesso aos direitos sociais e humanos, tendo como referência as dimensões social, econômica, política, ambiental, educacional e cultural. No que tange à internacionalização, o perfil do programa conferiu, desde sua origem, estabelecer a aproximação com intelectuais de diversas origens internacionais e nacionais, ministrando palestras, disciplinas e integrando projetos de pesquisa e bancas, o que também contribuiu para a atração de alunos oriundos de países da América Latina.

Contemporaneamente, o PROLAM-USP mantém a presença ininterrupta de pesquisadores internacionais, bem como de discentes estrangeiros, e tem intensificado ações no sentido inverso, isto é, permitindo que docentes e discentes do Programa realizem atividades no exterior, como participação em eventos, estágios, convênios de dupla titulação doutoral, além dos docentes integrando bancas em programas de pós-graduação. Em ações mútuas, são intensificadas atividades de colaboração acadêmica com instituições de diversos países, mas integradas também a organizações como o Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) e à Facultad Latino Americana de Ciencias Sociales (FLACSO). A estratégia para a internacionalização contou com distintas atividades, sendo, a maioria, desenvolvida em conjunto com docentes e pesquisadores seniores de universidades latino-americanas, caribenhas, americanas e européias, com algumas relações voltadas para a China e para a África. Também convidamos professores de programas de pós-graduação de instituições estrangeiras para atuar em bancas de defesa, apoiados nas tecnologias de educação e comunicação, virtualmente. Tivemos, também, a participação dos nossos professores em diversas atividades fora do país.

É importante destacar que anualmente o PROLAM recebe pesquisadores para estágios pós-doutorais de diversos países e estados brasileiros. Professores brasileiros e estrangeiros são convidados a realizar atividades no Programa, provenientes de diversas

Universidades latinoamericanas e européas, bem como estabelece um estreito contato com os consulados latinoamericanos em São Paulo, realizando eventos e intercâmbios. Destaque também ao PROLAM USP-DEBATE, estratégia de divulgação do pensamento latinoamericano que contou com 86 convidados estrangeiros dos seguintes países: Argentina; Bolívia; Chile; Colômbia; Costa Rica, Cuba; El Salvador; Ecuador; Guatemala; Honduras; México; Paraguai; Perú; Uruguai; Venezuela: A íntegra das mesas é de acesso público, no link https://www.youtube.com/watch?v=mTUBMwfHGR4&list=PLtWa_XjaFTMkS3Pdcl7sQOnWF775lW4Xm

Os discentes do PROLAM são estimulados a realizar atividades de intercâmbio para realização de trabalho de campo, necessário na pesquisa comparada. A maior parte é apoiada pelas verbas de fomento da CAPES e de Editais para obtenção de Bolsas-Sanduíche ou instituições de apoio internacional. Seguindo a missão do Programa, alunos estrangeiros se fazem presentes nos cursos de Mestrado e de Doutorado no PROLAM-USP. Desde sua fundação, o PROLAM-USP conta com os seguintes estudantes estrangeiros da Argentina (17), Colômbia (21), Chile (15), Peru (14), Uruguai (8), Cuba (5), Bolívia (4), México (5), Portugal (3), Equador (2), Estados Unidos (2), Bulgária (1), Espanha (1), Honduras (1), Japão (1), Panamá (1), Paraguai (1), Porto Rico (1) e Venezuela (1). A realização de convênios de dupla titulação passou a ser estimulada pela USP com repercussões aos docentes do PROLAM/USP.

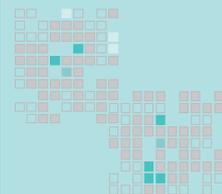
Docentes e discentes do PROLAM/USP participaram em eventos científicos nacionais e internacionais com apresentação de trabalhos, buscando apresentar pesquisas realizadas, seja pelos grupos de pesquisa, seja pelas dissertações e teses em andamento e finalizadas.

Como ação de interiorização, o PROLAM-USP destaca a participação no Programa Brasil Latino (Rádio USP). Trata-se de espaço de reflexão e debate que aproxima o Brasil da América Latina e a América Latina do Brasil. Política, economia, história e cultura da América Latina estão entre os principais temas das entrevistas com membros da comunidade acadêmica da USP e do PROLAM e personalidades da sociedade brasileira, ampliando o processo de divulgação da pesquisa científica.

Pesquisas individuais e coletivas resultantes das atividades do PROLAM- USP

Destacamos, a seguir, alguns dos principais projetos em andamento com essas características:

- a) “Ciudades Imaginadas en la era digital na latinoamerica” aborda a conjuntura da realidade digital nas cidades, ressaltando-se o momento anterior à pandemia, a presente situação pandêmica e a observação do período pós-pandemia; São Paulo é uma das cidades em que a pesquisa se desenvolve.
- b) “Investigating relations between social media, citizens and public places in a Covid 19 Context”, pesquisa exploratória relacionada a mudanças comportamentais no consumo, na perspectiva da economia e da cultura, na realidade social da pandemia Covid19;
- c) “A Pandemia de Covid -19 e o mapa do poder mundial: a América Latina e o Caribe entre os Estados Unidos e a China”, desenvolvido no âmbito do Conselho Latino-Americano de Ciências Sociais;
- d) “Epistemologias decoloniales, territorialidades y Cultura”, cujo objetivo é contribuir para a construção de uma teoria e metodologia de análise dos novos movimentos sociais no cenário latino-americano;



- e) “Democracia e participação política de mulheres: análise sobre as políticas partidárias para a paridade de gênero no Brasil”. Tem por objetivo identificar políticas possíveis para alcançar a igualdade de gênero no âmbito da participação política de mulheres, sobretudo, de mulheres negras, indígenas, transsexuais, periféricas e lideranças comunitárias no Brasil; e analisar a situação e participação da mulher latino-americana na política”
- f) “Pesquisa Enciclopédia Latinoamericana y el Caribe. Portal Contemporâneo da América Latina e do Caribe”. O objetivo é de atualização da Enciclopédia da América Latina e do Caribe e criação da Plataforma Contemporânea América Latina e o Caribe no PROLAM/USP;
- g) “Políticas públicas e prática docente em países da Latinoamerica - Brasil, Cuba e Mèxico: concepções de aprendizagem e de desenvolvimento nos primeiros anos de escolarização”. Pesquisa multicêntrica nacional e internacional que analisa as políticas públicas para a escolarização em países da América Latina;
- h) “Espaço, Literatura e Cinema da América Latina”, busca o aprofundamento de leituras interpretativas da realidade latino-americana, tomando como foco a Literatura e o Cinema que tomaram como locus do desenvolvimento do enredo o espaço latino-americano, bem como os contextos histórico, social, cultural e espacial em que se inserem.
- i) “Espaço, modernização e populações subalternas na América Latina”, direciona-se à busca de compreensão da situação que envolve populações em estado de risco social, político, econômico e ambiental na América Latina.

Perspectivas e planejamento para os próximos anos

Atendendo aos processos de avaliação nacional dos Programas de Pós-Graduação, com a periodicidade quadrienal, o planejamento se dá por meio de Autoavaliação, o que possibilita uma análise do percurso realizado e das necessidades de melhoria e de aperfeiçoamento, juntamente com a realização de Planejamento Estratégico, visando implementar indicadores de qualidade e a adequação das teses e dissertações em relação à linha de pesquisa na qual estão circunscritas, bem como utilizar as avaliações externas e internas para propor e implantar ações que fortaleçam seus pontos positivos e levem ao aprimoramento contínuo do que faz. No caso da USP, o processo de Autoavaliação dos Programas também é realizado internamente, entre pares e consultores externos, possibilitando a melhoria da qualidade da formação, pesquisa e extensão.

O PROLAM-USP, que se encontra conforme os critérios da CAPES inserido no Colégio de Humanidades, especificamente na Área Interdisciplinar, tem como objetivo a busca constante de qualidade das pesquisas desenvolvidas por discentes e docentes, assim como a formação sólida de seus discentes. Com base no histórico do Programa, sua missão e suas linhas de pesquisa são apresentadas propostas por docentes, discentes, egressos e consultores externos para o aprimoramento das políticas e das ações, atendendo às demandas necessárias, nas seguintes perspectivas: 1) referente à estrutura curricular, valorização dos egressos, co-orientação, internacionalização, dupla titulação, produção

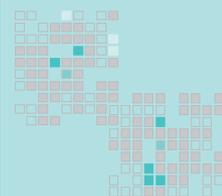
bibliográfica e técnica e atualização constante do site do Programa; 2) de formação de pesquisadores e formação para a docência para o ensino superior; 3) de propostas específicas relacionadas às linhas de pesquisa, ampliando o trabalho em redes de pesquisadores nacionais e internacionais com incentivo ao fomento; 4) de política de cotas e ações afirmativas aprovada pela Comissão de Pós-Graduação, visando acesso às pessoas pretas, pardas, indígenas, refugiados, com deficiência e transgêneros; 5) ampliação do diálogo com a comunidade científica e com a sociedade por meio de produção científica qualificada, publicações científicas, ações de extensão e de inserção social, incluindo a educação básica.

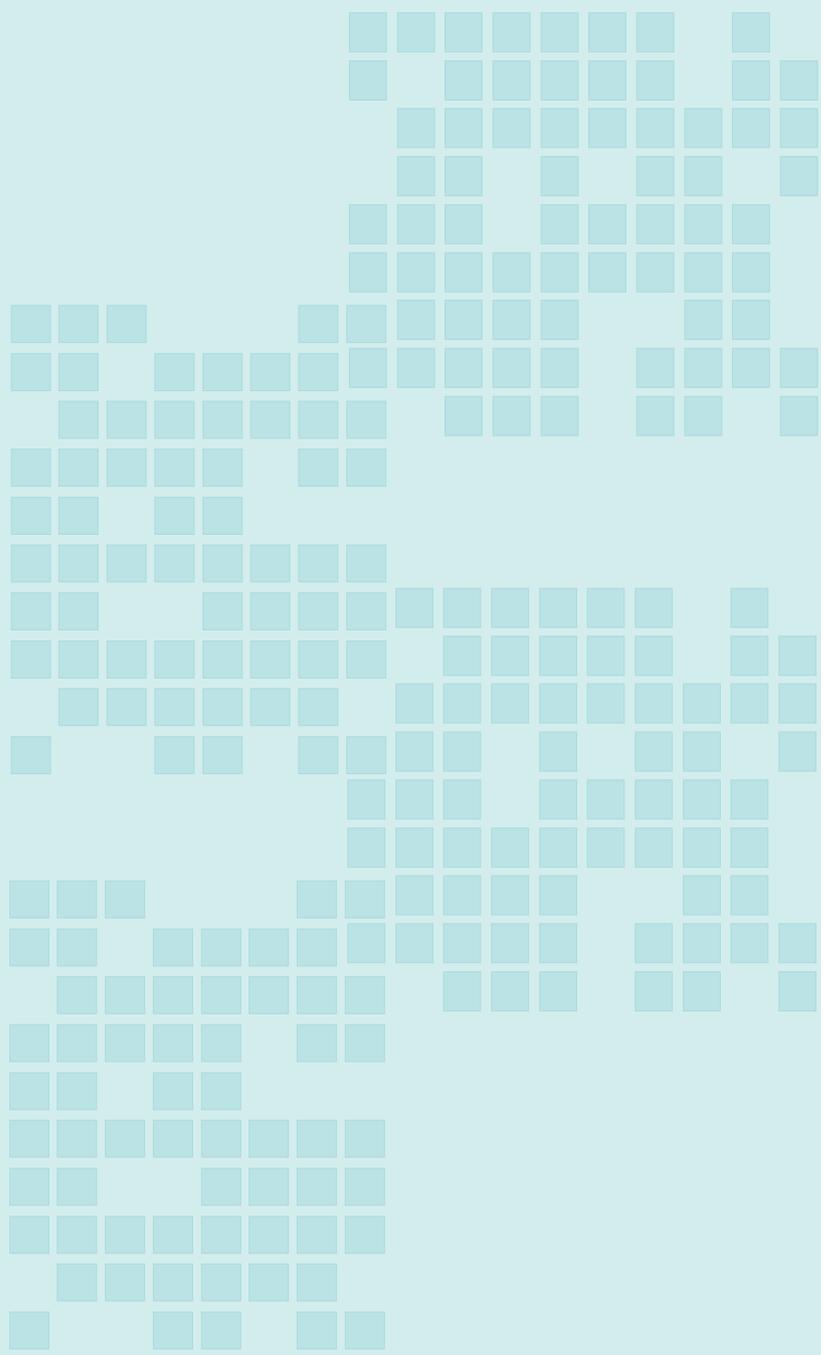
Dentre os projetos com perspectiva de inovação, destaca-se a participação do PROLAM-USP na criação do Centro Internacional de Inovação e Desenvolvimento de Cidades MIL com sede no Instituto de Estudos Avançados da USP, cujo objetivo geral é o de contribuir para a pesquisa, desenvolvimento, expansão e implementação da abordagem Cidades MIL (metodologia da UNESCO) no Brasil, América Latina e Caribe e em países de outros continentes, tendo como início dos trabalhos a Cidade Universitária, campus Butantã da USP.

Outro projeto a ser desenvolvido é o de articulação de um Fórum de Programas de Pós-Graduação que estudem e pesquisem a América Latina, visando maior reconhecimento e visibilidade do trabalho desenvolvido por centenas de pesquisadores, estudantes e egressos dos Programas de Pós-Graduação, bem como ampliar o escopo do financiamento às pesquisas latinoamericanas por órgãos de fomento nacionais e internacionais.

O debate da América Latina requer um olhar interdisciplinar por sua natureza, tal qual os temas e os problemas de pesquisa presentes nos programas de mestrado e doutorado no PROLAM. Requer também a constituição de epistemologias latinoamericanas que incluam, em sua criticidade, novas dimensões, categorias e autores, ampliando o diálogo com o desenvolvimento de investigações e de debates teóricos e metodológicos, conduzidos pelos grupos de pesquisa, bem como a consolidação de parcerias em andamento em atividades acadêmicas conjuntas, contribuindo para o adensamento das possibilidades de análises comparadas e de integração latino-americana.

Artigo enviado em 01/06/2024 e aceito em 07/06/2024.





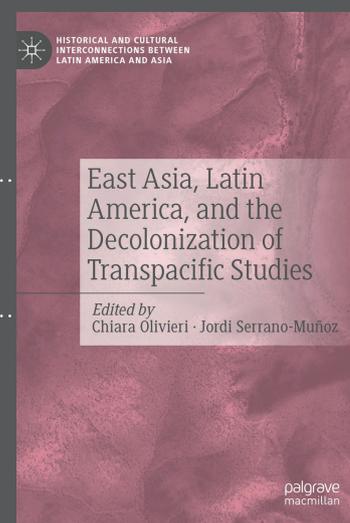
RESENHAS/RESEÑAS

TRAVESSIAS TRANSPACÍFICAS: REFLEXÕES SOBRE AS CONEXÕES ENTRE ÁSIA E AMÉRICA LATINA NO CONTEXTO DECOLONIAL

TRANSPACIFIC CROSSINGS: REFLECTIONS ON THE
CONNECTIONS BETWEEN ASIA AND LATIN AMERICA IN THE
DECOLONIAL CONTEXT

TRAVESÍAS TRANSPACÍFICAS: REFLEXIONES SOBRE
LAS CONEXIONES ENTRE ASIA Y AMÉRICA LATINA EN EL
CONTEXTO DECOLONIAL.

.....
OLIVIERI, Chiara; SERRANO-MUÑOZ, Jordi. *East Asia, Latin
America, and the Decolonization of Transpacific Studies*. Cham:
Palgrave Macmillan, 2022.
.....

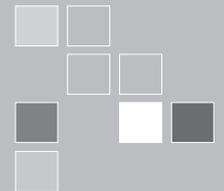


Anderson Lopes da Silva

■ Vice-diretor do Centro de Estudos Latino-Americanos e Professor (Ajarn) das Seções de Espanhol e Português, na Universidade de Chulalongkorn (Bangkok, Tailândia). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Pesquisador do GELiDis (Grupo de Pesquisa Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação), na USP-CNPq, e do NEFICS (Núcleo de Estudos em Ficção Seriada e Audiovisualidades), na UFPR-CNPq, Brasil.

■ *Vice-Director of the Center of Latin American Studies and Lecturer (Ajarn) in the Spanish and Portuguese Sections at Chulalongkorn University (Bangkok, Thailand). PhD in Communication Sciences from the University of São Paulo. Researcher at GELiDis (Research Group on Languages and Discourses in Media), at USP-CNPq, and NEFICS (Center for Studies in Serialized Fiction and Audiovisual Works), at UFPR-CNPq, in Brazil.*

■ E-mail: anderson.l@chula.ac.th



RESUMO

Este livro, editado por Chiara Olivieri e Jordi Serrano-Muñoz, destaca a diversidade de perspectivas sobre as conexões entre Ásia e América Latina. Os autores rejeitam interpretações unilaterais, promovendo uma visão inclusiva e multifacetada. A obra aborda temas como migração, violência extrativista, literatura e cultura, proporcionando uma análise profunda das relações transpácificas e sua relevância no contexto decolonial.

PALAVRAS-CHAVE: ESTUDOS TRANSPACÍFICOS, DECOLONIAL, ÁSIA, AMÉRICA LATINA, PERSPECTIVAS COMPARATIVAS.

ABSTRACT

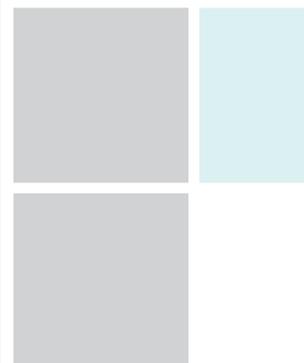
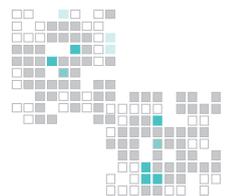
This book, edited by Chiara Olivieri and Jordi Serrano-Muñoz, highlights the diversity of perspectives on the connections between Asia and Latin America. The authors reject unilateral interpretations, promoting an inclusive and multifaceted view. The work addresses issues such as migration, extractive violence, literature, and culture, providing a deep analysis of transpacific relations and their relevance in the decolonial context.

KEY WORDS: TRANSPACIFIC STUDIES, DECOLONIAL, ASIA, LATIN AMERICA, COMPARATIVE PERSPECTIVES.

RESUMEN

Este libro, editado por Chiara Olivieri y Jordi Serrano-Muñoz, destaca la diversidad de perspectivas sobre las conexiones entre Asia y América Latina. Los autores rechazan las interpretaciones unilaterales, promoviendo una visión inclusiva y multifacética. La obra aborda temas como migración, violencia extractiva, literatura y cultura, proporcionando un análisis profundo de las relaciones transpácificas y su relevancia en el contexto decolonial.

PALABRAS CLAVE: ESTUDIOS TRANSPACÍFICOS, DECOLONIAL, ASIA, AMÉRICA LATINA, PERSPECTIVAS COMPARATIVAS.



A obra “East Asia, Latin America, and the Decolonization of Transpacific Studies”, editada por Chiara Olivieri e Jordi Serrano-Muñoz, em 2022, representa um notável esforço acadêmico interdisciplinar para desvelar os desafios e potenciais inerentes à descolonização¹ dos estudos transpácíficos. Reunindo uma diversidade de pesquisadores de distintas áreas do conhecimento, o livro aborda de maneira crítica e reflexiva as interconexões entre o Leste Asiático e a América Latina.

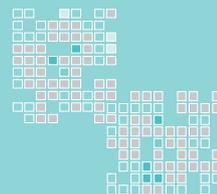
Além dos diversos autores que contribuíram com seus capítulos, é importante destacar os editores deste livro, Chiara Olivieri e Jordi Serrano-Muñoz, ambos acadêmicos com extensa experiência em suas respectivas áreas de estudo. Chiara Olivieri, detentora de um Doutorado em Estudos de Migração, atua como Pesquisadora Associada Pós-Doutoral na Universidade de Toronto, no Canadá, e é membro do Grupo de Pesquisa STAND na Universidade de Granada, na Espanha. Por outro lado, Jordi Serrano-Muñoz, que possui um Doutorado em Humanidades pela Universidade Pompeu Fabra, atualmente é professor e pesquisador convidado no El Colegio de México e leciona na Universidade Aberta da Catalunha, Espanha. A experiência e o conhecimento desses editores certamente contribuíram significativamente para a qualidade e a relevância deste livro, consolidando-o como uma valiosa contribuição para os estudos transpácíficos e para o campo acadêmico em geral.

No cerne da obra, reside a inquietação em torno da concepção do transpácífico como um conceito e um espaço não circunscrito por uma definição singular ou quiçá consensual. Os colaboradores, de forma interdisciplinar, ao defenderem a perspectiva do transpácífico como uma via para compreender agentes e experiências compartilhando traços comuns frequentemente ignorados pela hegemonia do conhecimento, lançam luz sobre a pluralidade inerente a esse campo de estudo. Este movimento é fundamental para contrapor-se à rigidez interpretativa que historicamente permeou as relações entre regiões, fomentando, assim, uma abordagem mais inclusiva e multifacetada.

Ao adotar uma postura que não apenas acolhe uma pluralidade de perspectivas, mas também busca deliberadamente integrar abordagens análogas, tangenciais e até mesmo contraditórias, os autores almejam alcançar dois objetivos principais. Primeiramente, almejam ressaltar a riqueza intrínseca à noção de transpácífico, recusando-se a aderir a uma única concepção e, ao mesmo tempo, reconhecendo e assumindo cada ponto de enunciação. Em segundo lugar, buscam contestar estruturas de produção e reprodução do conhecimento que promovem interpretações específicas e, por vezes, excludentes, em prol de uma maior equidade e diversidade epistêmica.

O propósito primordial do livro, assim, é ampliar e aprofundar o debate acerca das

¹ Nesta resenha, os termos descolonial e decolonial são usados de maneira intercambiável.



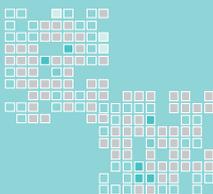
conexões transpácificas, analisar os limites e as promessas de incluir tais experiências dentro do paradigma conceitual do Sul Global, e demonstrar diferentes abordagens para a pesquisa decolonial no estudo das relações entre o Leste Asiático e a América Latina. Dessa forma, os diversos capítulos deste compêndio exploram uma ampla gama de temas, abrangendo desde fenomenologia transpácífica até narrativas oceânicas, passando por estudos comparativos de violência extrativista, análises de literatura e cultura, até questões contemporâneas, como a pandemia de COVID-19 e suas implicações nas redes sociais virtuais no campo dos estudos midiáticos.

Abrindo a obra, o capítulo “When East Is North and South”, escrito por Jordi Serrano-Muñoz e Chiara Olivieri, estabelece os fundamentos conceituais e teóricos para a discussão sobre os estudos transpácíficos e sua relação com as ideias convencionais de direção geográfica em um mundo altamente colonizado (literal e metaforicamente). Segundo os autores: “A crítica do conceito de transpácífico e questões relacionadas ao que decidimos chamar de práticas de descolonização neste livro são preocupações relativamente recentes na academia.” (p. 3)². Já em “Confronting ‘the Ends’ of Area: Murmurs Toward a Transpacific Phenomenology”, Andrea Mendoza explora os desafios de definir e estudar áreas geográficas em um contexto transpácífico, destacando como essas noções convencionais podem ser insuficientes para capturar a complexidade das interações e conexões interculturais.

Com igual importância, o capítulo “Decolonial Notes on How to Do Research on International Migrations in the World-System”, escrito por Yoan Molinero-Gerbeau e Gennaro Avallone, investiga as migrações internacionais sob uma perspectiva decolonial, examinando como esses movimentos populacionais são moldados por estruturas globais de poder. Para os autores: “A análise da migração a partir de uma perspectiva de sistema mundial requer uma compreensão dos macroprocessos estruturais e históricos com influência decisiva nas migrações internacionais. Em suma, isso nos permite entender a ligação histórica entre o capitalismo e a migração, rompendo com os quadros que, ao naturalizar a estrutura, impedem uma compreensão holística desse fenômeno.” (p. 47). “Ocean Narratives: Fluxes of Commodities Across the Pacific in the Contemporary Age” é o capítulo de Antonio Ortega Santos que, de forma muito original, aborda as narrativas sobre comércio e trocas transpácíficas na era contemporânea, destacando a importância do oceano Pacífico como um espaço de interconexão econômica.

Por sua vez, “From IIRSA-COSIPLAN to the Belt and Road Initiative: Infrastructure for Extractivism in Latin America”, produzido por Helios Escalante-Moreno, examina os projetos de infraestrutura na América Latina sob uma perspectiva crítica, destacando como essas

² Todas as citações diretas aqui escritas são traduções livres da obra resenhada em inglês.

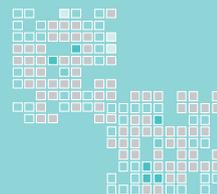


iniciativas muitas vezes estão ligadas ao extrativismo e às relações transpaciais. Por outra via interdisciplinar, o capítulo “The Feminization of Extractive Violence: A Comparative Study from Colombia and Indonesia”, de Raúl Holz e Paulina J. Pavez, compara a violência associada ao extrativismo em diferentes contextos geográficos, destacando as similaridades e diferenças entre Colômbia e Indonésia. Pela visão de Holz e Pavez, é possível dizer que: “O contexto indonésio é bastante diferente do contexto de Abya Yala, e da Colômbia em particular. No entanto, argumentamos que nosso quadro feminista decolonial é amplo o suficiente para analisar a tensão entre especificidade e generalidade. [...] Entendemos isso como uma entrada útil, que nos permite situar qualquer caso específico em um quadro comparativo mais amplo.” (p. 120).

“China’s Lost Connection to the Global South: A Fanonian Reading of Yu Dafu and the Colonized Status of May Fourth Literature in the Japanese Empire” é o capítulo escrito pela pesquisadora Ashley Liu. Em sua pesquisa, a autora analisa as conexões culturais entre China e o Sul Global durante o período colonial, explorando as implicações da literatura May Fourth. Já “Worshipping Ancestors: A Decolonized Epistemology on Death Conceptions in Indigenous Okinawan and Mexican Worldviews”, escrito por Angélica Cabrera Torrecilla, investiga as concepções de morte em Okinawa (Japão) e no México sob uma lente descolonizada, destacando as semelhanças e diferenças entre essas visões de mundo. Em seu estudo comparativo, Torrecilla destaca que: “[As] perspectivas indígenas de ambos os territórios consideravam a devoção aos espíritos de seus ancestrais como uma prática fundamental para preservar sua memória. A morte, então, estava constantemente presente na ideia de vida, ocupando invisivelmente o mundo dos vivos.” (p. 178).

Em “The Vedette *China* on Havana’s International Cabaret Stage”, Rosanne Sia destaca as representações culturais da China em Havana, Cuba, examinando como essas performances articulam identidades transpaciais em contextos específicos. Conforme explica Sia: “A ascensão à visibilidade da figura da vedete chinesa revelou por um breve momento as significativas histórias de migração, circulação e troca transpacial de Cuba. As histórias coloniais obscureceram essas conexões transpaciais, especialmente quando se intersectam com as histórias de escravidão transatlântica.” (p. 197). No capítulo intitulado “Between North and South: Colombia in Korean War Exhibitions”, a pesquisadora Gina Catherine León Cabrera investiga as representações da Colômbia em exposições sobre a Guerra da Coreia, destacando como essas narrativas situam o país entre o Norte e o Sul globais.

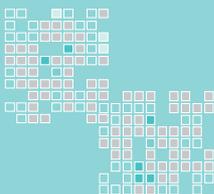
Caminhando para os últimos capítulos da obra, temos o trabalho “This Coronavirus Shit Is Real: Racialized People, Vulnerability and Intersectional Care in Virtual Social Networks During the Pandemic”, de autoria de Núria Canalda Moreno e Andrés Vargas Herreño,



no qual se analisa as dinâmicas sociais durante a pandemia de COVID-19, destacando as questões de raça, vulnerabilidade e cuidado interseccional. Finalmente, em “Latin America as a Catalyst to Restore Japanese Culture: Tsurumi Shunsuke’s Post-Mexico Philosophy”, escrito por Matías Chiappe Ippolito, as influências da América Latina na cultura japonesa são trazidas ao centro do debate à medida que o autor examina o pensamento de Tsurumi Shunsuke após sua experiência no México.

Em resumo, a antologia “East Asia, Latin America, and the Decolonization of Transpacific Studies” emerge como uma contribuição de destaque para os estudos transpacíficos, enriquecendo a compreensão das interconexões históricas e culturais entre a América Latina e o Leste Asiático de forma interdisciplinar. Ao desafiar concepções estabelecidas e promover uma abordagem pluralista e decolonizada, esta obra oferece insights valiosos para acadêmicos e pesquisadores interessados em questões de globalização, colonialismo e justiça social como temas centrais nos estudos de comunicação e mídia.

Artigo enviado em 10/05/2024 e aceito em 07/06/2024.



UM MANIFESTO URGENTE DE JONATHAN CRARY SOBRE A SOCIEDADE DIGITAL CONTEMPORÂNEA

AN URGENT MANIFESTO BY JONATHAN CRARY ON CONTEMPORARY DIGITAL SOCIETY

UN MANIFIESTO URGENTE DE JONATHAN CRARY SOBRE LA SOCIEDAD DIGITAL CONTEMPORÂNEA

CRARY, Jonathan. *Terra arrasada - Além da era digital, rumo a um mundo pós-capitalista*. São Paulo: Editora UBU. Tradução de Humberto do Amaral. 2023. 192p.



Érika de Moraes

Docente na Universidade Estadual Paulista - UNESP, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), Câmpus de Bauru; credenciada no Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos do IBILCE-UNESP, Câmpus de São José do Rio Preto. Doutora em Linguística pelo IEL-UNICAMP, com pós-doutoramento pela Université Paris-Sorbonne.

Profesora de la Universidad Estadual Paulista - UNESP, Facultad de Arquitectura, Artes, Comunicación y Diseño (FAAC), Campus de Bauru; acreditada en el Programa de Postgrado en Estudios Lingüísticos del IBILCE-UNESP, Campus de São José do Rio Preto. Doctora en Lingüística por el IEL-UNICAMP, con estudios posdoctorales en la Université Paris-Sorbonne.

E-mail: erika.moraes@unesp.br

RESUMO

O livro resenhado problematiza a suposta inevitabilidade da supremacia digital e argumenta sobre os vínculos da internet com a cultura capitalista. Identificando o esgotamento de recursos, Jonathan Crary visualiza um estado de terra arrasada.

PALAVRAS-CHAVE: ERA DIGITAL; COMUNICAÇÃO DIGITAL; PÓS-CAPITALISMO; INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL.

ABSTRACT

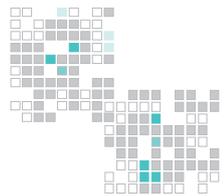
The reviewed book problematizes the supposed inevitability of digital supremacy and argues about the links between the internet and capitalist culture. Identifying resource depletion, Jonathan Crary envisions a scorched earth state.

KEY WORDS: DIGITAL AGE; DIGITAL COMMUNICATION; POST-CAPITALISM; ARTIFICIAL INTELLIGENCE.

RESUMEN

El libro reseñado problematiza la supuesta inevitabilidad de la supremacía digital y argumenta sobre los vínculos entre internet y la cultura capitalista. Al identificar el agotamiento de los recursos, Jonathan Crary visualiza un estado de tierra arrasada.

PALABRAS CLAVE: ERA DIGITAL; COMUNICACIÓN DIGITAL; POSCAPITALISMO; INTELIGENCIA ARTIFICIAL.



Pode-se dizer que a história da comunicação e da imprensa se confunde com o próprio desenvolvimento da sociedade capitalista, como já afirmava Sodré (1966). Assim, a recuperação histórica expendida por Jonathan Crary em *Terra arrasada*, embasada pelo estudo de diversos teóricos e articulada com seus posicionamentos, é de importância fundamental para a compreensão da sociedade contemporânea, que, por sua vez, praticamente se confunde com seus meios de comunicação digitais.

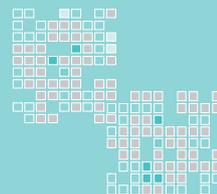
Incomodado com a aparente “suposição sem ressalvas da permanência e inevitabilidade da internet como elemento definidor da vida social, econômica e cultural”, Crary (2023, p. 9) propõe a possibilidade de pensar um outro mundo possível, pautado na urgente e necessária rejeição a um modelo que, sentencia, encontra-se em estado de terra arrasada, podendo convergir tanto para um fim insólito quanto para uma reconfiguração positiva do planeta em termos ecológicos e solidários.

Concebe o autor que a chamada era digital e o capitalismo tardio são sinônimos, não podendo ser entendidos um sem o outro. Assim, seria possível subverter a lógica de que a internet e seus aparatos digitais foram capazes de remodelar o mundo e, ao contrário, compreender que estes foram possibilitados por um certo estado da sociedade, ainda que esta, hoje, naturalize as tecnologias.

O autor descreve o estado de terra arrasada atrelado ao “empobrecimento e à corrosão da experiência individual e compartilhada” (Crary, 2023, p. 11). Mais do que pensar em vírus cibernéticos, robôs que substituem o trabalho humano ou vigilâncias e controles em torno de tudo que nos constitui, incluída nossa retina ocular por meio da biometria, o autor se preocupa com a desfiguração inexorável de “nossa percepção e as capacidades sensoriais necessárias para que conheçamos e nos liguemos afetivamente às pessoas” (Crary, 2023, p. 11). Ou seja, para além dos perigos proclamados (e estes já são fortes o bastante), trata-se mesmo do cerne do que nos constitui como humanos.

O livro conta com três capítulos sem títulos específicos, bem respaldados por dados e pesquisas, a maioria deles citados em notas de rodapé, prevalecendo, do ponto de vista da escrita, um tom mais eloquente do que acadêmico, num proclamado intuito de alcance da mensagem. Segundo palavras do próprio autor em prefácio, as principais resenhas estadunidenses sobre sua obra, positivas ou negativas, focalizaram as declarações categóricas das páginas iniciais, nas quais o autor assume o tom de manifesto diante da urgência do tema. Para ele, no entanto, o âmago do texto se encontra no capítulo 3, onde reflete sobre “os danos que são infligidos ao olhar, ao rosto e à voz pela imersão perpétua em ambientes on-line” (Crary, 2023, p. 11).

Para o autor, nossa subordinação compulsória e passiva à imersão nas redes sociais,



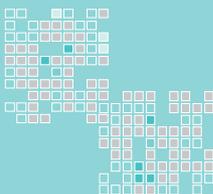
vista como inevitável e praticamente como um acontecimento que irrompeu do estado natural das coisas é, na verdade, “essencial para a meta neoliberal de invisibilizar ou de tornar inconcebível qualquer abertura para modos não opressivos de viver” (Crary, 2023, p.11). Ao evidenciar como naturalizado aquilo que é visto como natural, o autor revela as possibilidades para um mundo que identifica como “pós-capitalista”, seja por uma via de conscientização ou de um esgotamento extremo de recursos.

Ao propor a reivindicação de nosso tempo como “tempo vivido” (Crary, 2023, p. 17) e não como tempo submerso em pseudo-vida digital, o autor nos leva a refletir sobre o “monitoramento” e a “interpelação de qualquer pessoa que esteja conectada” (Crary, 2023, p. 25). Remete aos algoritmos que, supostamente, sabem tudo sobre nós (como se pudessem saber sensorialmente sobre nossos mais íntimos sonhos) e buscam extorquir nossos desejos enquanto “navegamos” por “nuvens” (palavras que simulam um sistema limpo, ecológico e independente da materialidade de um *data center*).

Por mais que o autor aponte os furos da ideologia vigente, segundo a qual o mundo capitalista-digital seria irreversível, não é sem dificuldades que a transformação social poderia se dar, já que as redes digitais, segundo sua percepção, fazem circular apenas as ideias de mais fácil apresentação. Presume, então, que a transição não acontecerá on-line.

O autor tece uma crítica ao fato de que o “fervor aparentemente altruísta” (Crary, 2023, p. 37) a respeito do acesso digital consista numa campanha generalizada pela adesão ao modelo, incluindo o aprendizado em computadores nas escolas, desde as crianças mais novas, uma questão que também preocupa a neurocientista Maryanne Wolf (2019), para quem estamos perdendo a capacidade de leitura profunda e o funcionamento de sistemas cerebrais a ela envolvidos. A falta de acesso à banda larga é associada à condição de privação e carência de oportunidades. Nessa aparente boa intenção, o autor percebe a meta de “transformação de todas as pessoas em consumidores cativos e obedientes” (Crary, 2023, p. 37) dos produtos e serviços daqueles que mais se beneficiam, uma vez que a expansão do acesso à internet teria acentuado as desigualdades econômicas, e não o contrário. Diz o autor: “a ‘alfabetização digital’ é um eufemismo para comprar, jogar on-line, maratonar séries e se engajar em outros comportamentos monetizados e viciantes” (Crary, 2023, p. 37).

Nesse íterim, o autor escrutina o fato de que a proclamada inclusão é, de fato, a inclusão no capitalismo, muitas vezes correspondendo a “processos violentos da modernização ocidental” que se voltam “contra a sobrevivência de singularidades locais e regionais” (Crary, 2023, p. 38). Desmascara, assim, as premissas colonizadoras por trás das táticas do apaziguamento que, fundamentadas em seus próprios vieses, permitem a outros povos serem “como nós”. E vai além, ao argumentar que o funcionamento de plataformas e aplicativos contemporâneos



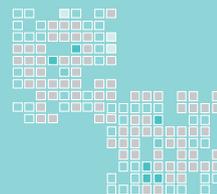
“não só permitiu como também recompensou comportamentos sociopatas” (Crary, 2023, p. 46), sobre o que é válido refletir mais profundamente em tempos de ameaça à segurança nas escolas.

Ainda sobre nossos tempos, boa parte do deslumbramento em relação ao mundo digital advém de sua associação a um imaginário ecológico não poluente, quando, na verdade, recursos naturais são extraídos cada vez mais perto de seus “últimos suspiros”. Em seu livro, o autor apresenta dados alarmantes, a exemplo da expansão global da mineração, citando o caso da mina de Grasberg, na província indonésia de Papua, correspondente a uma cratera escavada de 30 km quadrados, que despeja nos rios locais, semanalmente, mais de 700 mil toneladas de rejeitos.

Na visão do autor, a história mostrou que “o capitalismo é inconciliável com qualquer tipo de conservação e preservação” (Crary, 2023, p. 54), dado seu vínculo com a objetificação da natureza. As questões ambientais, assim, encontram-se no cerne do que o leva à caracterização de um “capitalismo em sua fase terminal de terra arrasada” (Crary, 2023, p. 59). Para o autor, terra arrasada também significa o sufocamento da esperança e a destruição de possibilidades mais singulares para a juventude, que é levada a cultivar hábitos e comportamentos previsíveis, enquanto é categorizada em segmentações geracionais que são, a rigor, inventadas (*millennials*, geração Z etc.).

A eloquência do autor escancara, por assim dizer, os subtextos contemporâneos. Na era de ChatGPT, cujo parâmetro é o raciocínio da Inteligência Artificial, o ser humano é facilmente descartado como alguém sem a possibilidade de acúmulo de informações equivalentes às máquinas. É aí mesmo que a problemática reside: comunicar e significar por meio da linguagem não se resume a acumular informações e a processos lógicos. Crary (2023, p. 93), então, concentra-se na questão principal e, geralmente, preterida: a própria habilidade em ser um ser humano, e deliberar como um, já que “velocidades computacionais tão altas tornam irremediavelmente obsoleto o tempo necessário para a deliberação reflexiva entre seres humanos”. Eis a gravidade do tema: o que está em jogo é “a despossessão do pensamento e a evaporação daquilo que costumava ser entendido como a interioridade e a volição” (Crary, 2023, p. 94), instituindo, como uma das características da sociedade digital, um novo tipo de consciência baseada no “presentismo”, pautado em ilusões como a da disponibilidade infinita de recursos e serviços.

Como os recursos disponíveis são escassos, não é coincidência que a posse do dinheiro seja um sinônimo de poder. Crary esmiúça a metáfora de *O Conde de Monte Cristo*, obra perene escrita por Alexandre Dumas em 1844, também popularizada no cinema, que bem pode ser transposta para a realidade dos *influencers* sobre finanças e investimentos que



temos estudado (Moraes, 2019; 2021). Se a internet nasceu com o discurso e o sonho da democratização da informação, hoje explicitamente impera a monetização, mediatizada por algoritmos.

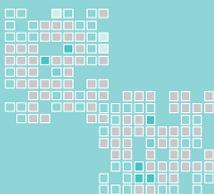
Enfim, o capítulo 3, que o próprio autor considera crucial, chega a ser poético mesmo em sua urgente seriedade. Nele, o autor reforça a “incompatibilidade irremediável entre as operações on-line e a amizade, o amor, a comunidade, a compaixão, o livre desenrolar do desejo ou o compartilhamento da dúvida e da dor” (Crary, 2023, p. 131). Faltam o olhar, o afeto, o encontro face a face, prevalecendo a “matematização do mundo” (Crary, 2023, p. 134).

Ao abordar a biometria, o autor aponta não somente os perigos mais evidentes, como a vigilância e o controle, mas especialmente o fato de que técnicas similares se transformam numa espécie de adestramento para “a conversão de comportamentos e respostas humanos em informações quantificáveis” (Crary, 2023, p. 139), o que o leva a concentrar seu interesse no destino daquilo que entende como a condição de existência da intersubjetividade humana: a voz, o rosto e o olhar. O olho é tanto hoje “um local decisivo para a coleta de dados” (Crary, 2023, p. 141) quanto ele próprio é moldado a um olhar amorfo.

O olhar é reificado, maximizando uma lógica que já advém de projetos mais antigos de persuasão, que buscam induzir a olhar e comprar algo com a ilusão de uma escolha autônoma. Assim, sentencia o autor, “as consequências mais perturbadoras do rastreamento ocular têm menos a ver com vigilância e privacidade do que com o rebaixamento e a rotinização do olhar” (Crary, 2023, p. 149). Estaríamos perdendo habilidades humanas como “a capacidade de ver um rosto ou de ouvir uma voz em suas profundidades temporais, de apreender as marcas e os sons de experiências acumuladas ao longo de toda uma vida” (Crary, 2023, p. 166). Estaríamos perdendo o senso de “responsabilidade compartilhada” (p. 168), atrofiando singularidades e a “espontaneidade em muitas de nossas interações verbais” (p. 172), bem como a “capacidade de escutar” (p. 174). A solidão verdadeira, reflexiva e deliberativa perde espaço para a individualista.

Rotas para um mundo diferente existiriam, mas, segundo o autor, não serão encontradas nas ferramentas de busca da internet. Crary vislumbra o limiar de um mundo pós-capitalista, dado o estado terminal de recursos disponíveis, mas não significa que será um tempo glorioso de bonanças. Menciona a escassez, conforme concebida por Sartre (2002 apud Crary, 2023) como base de toda a história humana, notando que esta, no estágio de últimas consequências, pode levar a “formas inimagináveis de selvageria” (Crary, 2023, p. 182), ao que contrapõe a possibilidade de outros horizontes.

A abordagem de Crary é declaradamente socialista, levando-o a apontar contrastes como



a impossibilidade de uma “internet socialista” ou um “capitalismo verde”. Considerada a relevância de uma abordagem como a sua, o que caberia acrescentar é uma problematização quanto ao fato de que bastaria romper com o modelo corrompido para transformar o mundo em algo coletivamente mais digno. Em outras palavras, seria preciso pensar se um novo regime efetivamente romperia com a desigualdade, ao mesmo passo que proporcionasse lugares para as singularidades (vide autocracias como contra exemplo), embora o autor mencione o exemplo promissor de sociedades passadas, sobretudo no Sul Global. Isso não impede o reconhecimento ao autor por expor detalhadamente os problemas do modelo vigente, apenas adicionaríamos a pergunta filosófica se, de fato, não é o ser humano que carrega em si a possibilidade de corromper-se em qualquer sistema. Ainda que seja assim (não consideraria honesto deixar de apontar a utopia da esperança em um novo modelo), o cultivo de valores propostos pelo autor, como a solidariedade, representa bom antídoto, qualquer que seja o regime, para evitar o aniquilamento do ser humano.

A densa temática dessa obra é uma espécie de metáfora para a própria produção acadêmica, do que é exemplo esta resenha. O contato com diversas pesquisas, num encontro deliberativo com outros estudiosos, é sempre reflexivo e ponderativo, podendo ser entremeado por momentos de bloqueio e/ou cultivo (quando há muito estudo fundador que antecede à etapa de algum resultado escrito). Que esta resenha seja ao mesmo tempo uma pequena colheita e uma semente que estimule muitas outras vozes a dialogar com o autor e a deliberar sobre a “terra arrasada”. E que alguns dos mistérios da íris possam permanecer resguardados.

Referências

- MORAES, Érika de. Ethos da riqueza: caráter e corporalidade da ‘musa das finanças’, Nathalia Arcuri. *Cadernos de Estudos Linguísticos*, v. 61, p. 1-17, 2019. DOI: <https://doi.org/10.20396/cel.v61i0.8654838>
- MORAES, Érika de. “Verdade” e sucesso: o utilitarismo econômico como um discurso em embate com a educação e a ciência. *Cadernos de Linguística*, v. 2, n. 4, e467, 2021. DOI 10.25189/2675-4916.2021.V2.N4.ID467
- SODRÉ, Nelson Werneck. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro (RJ): Civilização Brasileira, 1966. Série Retratos do Brasil, Vol. 51.
- WOLF, Maryanne. *O cérebro no mundo digital*. Os desafios da leitura na nossa era. São Paulo: Editora Contexto, 2019.

Artigo enviado em 23/05/2023 e aceito em 15/12/2023.

