

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

RAFAELA AQUINO PAIS

**Rituais sagrados em ambientes profanos: O PerifaCon e a repercussão de eventos
culturais realizados nas favelas paulistas**

SÃO PAULO, SÃO PAULO

2019

RAFAELA AQUINO PAIS

Rituais sagrados em ambientes profanos: O PerifaCon e a repercussão de eventos culturais realizados nas favelas paulistanas

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, ao Curso de Bacharelado em Relações Públicas, como requerimento parcial de obtenção de nota final.

Orientador(a): Prof^o Dr. Luiz Alberto Beserra de Farias

SÃO PAULO, SÃO PAULO

2019

ERRATA

FOLHA DE APROVAÇÃO

DEDICATÓRIA

A Benjamin, que por pura ironia fonológica
e autenticidade semântica rima com a
melhor parte de mim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha grande rede de apoio, minha família: esta é numerosa, afetuosa, rica de amor e dona de um calendário cheio de festas. Agradeço especialmente à minha mãe – especialista em gestão de eventos, comunicação estratégica familiar e relações públicas sem nunca ter se graduado e ao meu pai, mestre na arte de reunir, celebrar e propor mesas de debates ricas em argumentos e citações que não seguem as normas técnicas brasileiras. Por vocês, sou eternamente grata.

Agradeço aos meus amigos, aqueles que estiveram comigo antes, durante e após meu período de estudos na ECA. Aos amigos que conheci por causa da ECA e aos que não me abandonaram apesar da ECA. Meus amigos de ETEC, trabalho, Projex, JUCA. Vocês foram acolhimento, apoio, parceria e chorume. Por vocês, sou eternamente grata.

Agradeço ao meu parceiro, companheiro e camarada, que além de compartilhar comigo das doçuras e dissabores da vida, dos debates políticos, dos planejamentos e viagens, me forneceu um lar e um Ben de valor inestimável. Por vocês, sou eternamente grata.

Finalmente, agradeço eternamente aos meus professores, mestres, doutores, livres docentes e instrutores que, aqui tomo a liberdade para Cora Coralina, me transferiram o que sabiam e, espero, aprenderam o que me ensinaram. Não há profissão mais iluminada, digna ou injusta que a de vocês. Agradeço aqui e todos os dias por utilizarem a sabedoria, vitalidade e tempo de vocês em prol da causa mais bela que existe: a educação.

“A única luta que se perde é aquela que se abandona”.

Carlos Marighella

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo estudar as principais notícias e comentários acerca do evento PerifaCon, realizado em março de 2019 no Capão Redondo, São Paulo, e definido como um “*Comic Con*” (convenção de cultura pop e geek), mas feito por e voltado para moradores da periferia e favelas. O principal ponto foi compreender como este foi lido pela mídia e seu principal público, os jovens da periferia, identificando que papel ele teve na composição da identidade cultural da favela e na construção de eventos em locais não-tradicionais. Para isto, foi necessário construir uma estrutura bibliográfica que versasse sobre eventos, consumo cultural em São Paulo, como se dá a construção da favela nas mídias e como a opinião pública atua neste ponto. O tema acompanha a efervescência cultural nas favelas, ambientes lidos como profanos e problemáticos socialmente, e a democratização da comunicação (analisando principalmente a produção de eventos enquanto estratégia comunicacional) que contribuem para o enriquecimento e aprimoramento da área, garantindo expressão e representação dos mais diferentes tipos de grupos sociais, dada a pluralidade de visões de mundo que são expostas. Há de se considerar que o cenário de cultura nerd e “geek” historicamente se baseia no consumo midiático ou de produtos, então este trabalho consequentemente estuda a democratização do acesso à cultura por parte de pessoas a margem de privilégios sociais e financeiros. Por fim, pode-se concluir que o PerifaCon figura como vetor relevante para a inclusão e protagonismo de periféricos no cenário geek, que é historicamente atrelado a um perfil consumista e de elite, atuando como objeto de reforço identidade de valorização pela cultura em espaços menos privilegiados. Ele também reforça o debate acerca do que é e quem consome cultura, o que é representação e identidade na cultura pop e contribui para a visão de que as favelas podem ser ambientes enriquecedores, de debate e talento. Apesar da estratégia do evento falhar pontualmente em etapas de planejamento estratégico comunicacional, a avaliação geral (tanto por parte da imprensa quanto do principal público do evento) é positiva.

Palavras chave: Eventos, estereótipos midiáticos, democratização cultural, favela.

ABSTRACT

This paper aimed to study the main news and comments about the event PerifaCon, held about Capão Redondo, São Paulo, in March 2019, and defined as a “Comic Con” (convention of pop and geek culture), but made by and aimed at outskirts and favelas. The main point was to understand how it was read by the media and its main audience, the young people from the periphery, identifying what role it played in the composition of the favela's cultural identity and in the construction of events in non-traditional places. In order to achieve this, it was necessary to put in place a bibliographic structure that talked about events, cultural consumption in São Paulo, how the favela is built in the media and how public opinion acts at this point. The theme follows the cultural effervescence in the favelas, environments read as profane and socially problematic, and the democratization of communication (mainly analyzing the production of events as a communicational strategy) that contribute to the enrichment and improvement of the area, ensuring expression and representation of the most different types of social groups, given the plurality of worldviews that are exposed. It must be considered that the geek culture scenario has historically been based on media or product consumption, so this paper consequently studies the democratization of access to culture by people on the margins of social and financial privileges. Finally, it can be concluded that PerifaCon appears as a relevant vector for the inclusion and protagonism of people from favelas in the geek scenario, which is historically linked to a consumerist and elite profile, acting as an object of identity reinforcement and of appreciation for culture in spaces less privileged. It also reinforces the debate about what culture is and who consumes it, what is representation and identity in pop culture, and contributes to the view that favelas can be enriching environments of debate and talent. Although the event strategy fails occasionally in communicational strategic planning stages, the overall assessment (by both the press and the main audience of the event) is positive.

Key words: Events, mediatic stereotypes, cultural democratization, favelas.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
PROJETO DE PESQUISA	14
QUESTÕES DE PESQUISA.....	14
OBJETIVOS.....	15
Objetivo Geral	15
Objetivos específicos	15
JUSTIFICATIVA.....	16
1. EVENTOS, RITOS E CELEBRAÇÕES: A REALIZAÇÃO DO SAGRADO	17
1.1 RITOS DE PASSAGEM: UM BREVE HISTÓRICO.....	17
1.2 EVENTOS: CONCEITO E SUA APLICACAO NAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO	19
2. A OPINIÃO PÚBLICA, CIBERESPAÇO E MÍDIA	21
2.1 ESFERA DA OPINIÃO PÚBLICA E PODER	21
2.2 O CIBERESPAÇO E OS NOVA ESFERA PÚBLICA.....	23
2.2.1 CONSUMO CULTURAL: CONEXÕES E EXPERIÊNCIAS ATRAVÉS DA MÍDIA E DO CIBERESPAÇO	26
3. A CIDADE DE SÃO PAULO, SEUS TERRITÓRIOS E CULTURA	29
3.1 SÃO PAULO: REDUTO CULTURAL HISTÓRICO.....	30
3.1.1 Cultura musical.....	30
3.1.2 Literatura	30
3.1.3 Teatros	31
3.2 SÃO PAULO: UMA CIDADE DE FAVELAS.....	32
3.2.1 Histórico e Dados	32
3.2.2 Favelas: intervenções e melhorias	34
4. A MÍDIA E FAVELAS: A APRESENTAÇÃO DO PROFANO	37
4.1 PRECONCEITOS E ESTEREÓTIPOS NA MÍDIA	39
4.2 COMUNICAÇÃO DEMOCRÁTICA E A REPRESENTAÇÃO DE FAVELAS	41
5. O PerifaCon.....	43
6. ANÁLISE DA PESQUISA.....	46
7. CONCLUSÃO.....	55
REFERÊNCIAS.....	57

INTRODUÇÃO

Quando se trata de eventos, é impraticável descrevê-los sem falar de mudanças. Quer celebrem passagens de fases da vida ou de conjunturas estruturais, eles estão diretamente ligados a alterações e renovações de ciclos, pessoas ou lugares. Seu caráter é principalmente belo e moral: dadas as exceções, não derivam muito da celebração do divino e do sagrado, gênese dos eventos modernos como conhecemos.

Em linhas gerais, os constituintes básicos de um evento são, em ordem aleatória: pessoas participantes (anfitriões e convidados, ocasião, atrações (entretenimento, comida, bebidas, música) e o local. Assim como nas narrativas, o local é de grande relevância para a definição do evento: por vezes, ele estabelece o sucesso ou o fracasso deste, além de estar diretamente relacionado a impressão final de uma festa, celebração ou congresso. O local é responsável por dizer aos participantes quem ou o que aquele evento quer ser.

Na trajetória dos eventos culturais, o local tem de atender a critérios como: metragem alta que comporte os participantes, ampla infraestrutura (banheiros, ventilação, saídas de emergência) e boa localização. Estes critérios, atrelados à lei de oferta e demanda, encarecem os locais e, conseqüentemente, o preço dos ingressos de eventos que não seriam baratos nem se fossem realizados em vias públicas fechadas. Um exemplo é o evento Comic Con: em sua edição de São Paulo de 2018 os ingressos variavam de 90 a 450 reais por dia. Se o local (São Paulo Expo, na rodovia dos imigrantes) já não o fizesse, o valor da entrada diz inexoravelmente quem ou o que aquele evento quer ser: direcionado a pessoas com poder de compra ou que possam oferecer quase a metade de um salário mínimo no ingresso de um congresso.

São Paulo, entretanto, é um grande polo cultural. Extremamente atrativo para sediar todo tipo de evento de cultura estrangeiro ou nacional, que fale de cultura geek¹, nerd ou pop. Mas, em uma cidade como São Paulo, onde ao menos 30% de sua população vive em favelas (FRANÇA E BARDA, 2010), dentro de um contexto onde mais da metade da população do país recebe menos de um salário mínimo², como consomem cultura esta parcela de seus

¹ O termo “geek” aparece como sinônimo de nerd, mas sem a conotação pejorativa, e também como uma espécie de subgrupo. É usado mais frequentemente para designar jovens avidamente interessados em tecnologia, computadores, gadgets, etc. (MATOS, 2011)

² Época Negócios: Renda média de mais da metade dos brasileiros é inferior a um salário mínimo. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/10/renda-media-de-mais-da-metade-dos-brasileiros-e-inferior-um-salario-minimo.html> Acesso em 23 de setembro de 2019.

habitantes? Se não através da economia de trocados, trabalho informal esporádico e levando grandes períodos no deslocamento, como estas pessoas participam de eventos culturais? Há instituições ou pessoas que pensem em atender estes indivíduos? Como acessam o sagrado os indivíduos que vem de lugares não sacros?

De posse destas perguntas, é necessário compreender como trabalham e como são percebidos os atores que buscam preencher a lacuna de eventos para os paulistas pobres em contexto e local que lhes é familiar: por vezes, lidos como inapropriados, perigosos ou profanos, estes ambientes tem sido alvo da revolução cultural e do despertar de seus moradores para a consciência de que agora eles é que fazem parte da mudança.

PROJETO DE PESQUISA

Dentro deste contexto, o presente trabalho delimita sua abordagem ao analisar o impacto nas mídias e percepção dos principais públicos alvo (jovens moradores da periferia) antes durante e após a realização de eventos culturais nas favelas de São Paulo (especificamente o PerifaCon), verificando a eficácia de suas estratégias comunicacionais. Assim, a presente pesquisa buscará responder, por meio de quais atributos tanto as grandes mídias quanto os jovens da periferia reconhecem eventos culturais realizados por e para as favelas paulistas?

QUESTÕES DE PESQUISA

- Estes eventos realçam o uso de termos positivos na mídia para se referir às favelas;
- Estes eventos reforçam o caráter cultural das favelas paulistanas;
- Estes eventos reduzem estigmas e preconceitos geralmente apresentados em relação a favelas;
- Estes eventos incentivam a integração de moradores da favela com oportunidades de trabalho/estudo e cultura em outros polos da cidade;
- Os frequentadores se sentem mais à vontade para participar do evento ativamente (expondo, por exemplo) em relação a outros eventos elitizados;
- A entrada/realização/massificação de eventos realizados por e para a favela representa a entrada do sagrado (sociedade de sacralização do consumo) num ambiente visto como profano pela mídia;
- Nestes eventos é que muitas pessoas participam pela primeira vez de um grande evento cultural.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

Compreender, por meio de análise, a percepção e construção da identidade da favela através de matérias de veículos tradicionais de comunicação e comentários de jovens periféricos, quando esta é representada por eventos culturais.

Objetivos específicos

- Entender o papel da estratégia de comunicação destes eventos enquanto representantes da favela, suas demandas e movimentos;
- Analisar a percepção da mídia sobre a realização destes eventos;
- Analisar a percepção de jovens moradores da periferia em relação a estes eventos;
- Compreender o papel dos atores sociais que atuam no desenho e execução destes projetos;
- Compreender como este evento contribui para a democratização da cultura geek;
- Compreender como este evento contribui para a percepção das favelas perante a opinião pública.

JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa acompanhou a efervescência do cenário cultural das periferias da cidade de São Paulo. Visto que eventos gratuitos e afastados do centro têm ganhado o noticiário e se multiplicado pelas bordas paulistanas, fazia-se necessária uma pesquisa que compreendesse a leitura que os principais meios de comunicação têm destes acontecimentos, por quais meios os identificam e como isto contribui para a consolidação da identidade cultural das favelas.

Tendo crescido na periferia, afastada da realização de grandes eventos de cultura geek, musical e artísticos, sempre nutri grande interesse por estas recentes manifestações que aproximam a população periférica do cenário cultural, exaltando produções locais e trazendo instalações de diversos tipos e locais para longe do centro. Enquanto estudante de Relações Públicas, também possuo grande interesse pelo papel estratégico e, por vezes, subestimado, que Eventos tem para comunicação efetiva e consolidação de relações sociais.

A relevância de eventos para a saúde e sobrevivência de estruturas organizacionais e sociais requer que o planejamento e execução sejam realizados por profissionais preparados e que possuam domínio teórico e prático acerca do tópico, uma vez que sua organização e implementação constituem uma tarefa especializada e de grande responsabilidade. A análise das estratégias deste evento e dos resultados obtidos também pode contribuir para este tópico.

Dado o tempo para execução e tamanho da pesquisa, optei por reduzir o escopo de eventos realizados na periferia para a análise de apenas um: o PerifaCon. Acompanhei a concepção deste evento e o trabalho realizado pelos jovens que o produziram: sem experiência ou dinheiro, mas cientes da relevância do espetáculo que estavam executando.

1. EVENTOS, RITOS E CELEBRAÇÕES: A REALIZAÇÃO DO SAGRADO

1.1 RITOS DE PASSAGEM: UM BREVE HISTÓRICO

Práticas sociais, rituais e eventos festivos são atividades habituais que estruturam a vida de comunidades e grupos e são compartilhadas e relevantes para muitos de seus membros. Eles são significativos porque reafirmam a identidade daqueles que os praticam como grupo ou sociedade e, sejam eles públicos ou privados, estão intimamente ligados a eventos importantes e a transformações pessoais.

No livro “Os Ritos de Passagem” (1909), o antropólogo franco-holandês Arnold van Gennep (1873-1957) dedica-se ao estudo dos rituais a partir de amplo conjunto de dados etnográficos, identificando uma classe específica de ritos, que ele denomina ritos de passagem. De acordo com o autor, os ritos de passagem dividem-se em três momentos distintos, ritos de separação, ritos de margem e ritos de agregação.

Os ritos de separação são aqueles que buscam afastar o sujeito do seu campo social anterior com o propósito de chamar atenção para as normas, os valores e as crenças que se configuram primordiais para sua permanência no novo campo. Os ritos de margem ou transição correspondem aos eventos formativos voltados para o aprendizado das normas, valores e crenças referentes ao novo status do sujeito, bem como aos comportamentos e habilidades necessárias para tal, reforçando a assimilação de uma nova identidade. Por último, os ritos de agregação ou incorporação consistem nas ações de conclusão da passagem, isto é, quando de fato há o reconhecimento pelo grupo e a absorção pelo sujeito do seu novo status (BRASILEIRO, VIEIRA & HELAL, 2015)

Após a definição, o autor afirma que os ritos, principalmente os de margem, marcam o deslocamento entre condições de pureza e impureza, sendo possível ver exemplos fundamentais para o entendimento das modificações de estados propiciados pelo cerimonial (ARNAULT, RENAN & SILVA, 2016) no qual ocorre a combinação com certos ritos elaborados de modo a reduzir eventuais efeitos nocivos dessa mudança de estado.

Para Van Gennep, sempre haverá uma parte mais sagrada dentro da própria esfera tida como sagrada, até que novo contraste possa ser definido e disso nasça algo mais ou menos sagrado, de maneira viva e complexa. Da mesma maneira, o profano também é inesgotável. Assim sendo, ao invés de estabelecer dicotomia e se alinhar a visão dualista de sociólogos como Durkheim, o autor concebe o profano e o sagrado como valores alteráveis e dinâmicos,

definidos pela própria contradição e contraste que os separa. Em suma, o sagrado ou o profano não possuem uma essência estática, mas uma posição relativa dentro de um contexto de relações.

Tal elaboração permite ao autor conceber um dos pontos centrais de sua reflexão, denominada de “rotação do sagrado”: o valor do sagrado não é fixo, mas depende da posição que a pessoa (objeto do rito) ocupa nas “sociedades especiais” entre si e em relação às “sociedades gerais”, [...] o que nos leva a notar que as concepções de van Gennep acerca dos ritos de passagem encontram-se amparadas em determinada concepção de sociedade. Para ele, toda “sociedade geral” é composta por “sociedades especiais”, entre as quais o indivíduo transita durante a vida (ao envelhecer ou ao mudar de atividade, por exemplo).

[ARNAULT & ALCANTARA E SILVA, 2016]

Gennep ainda afirma que todo indivíduo ou grupo é selecionado por determinados aspectos estabelecidos socialmente que o enquadram em um mundo sagrado ou profano. Desta feita, existem diferentes formas de lidar com o outro e com aquilo que é diferente do mundo do sujeito. O autor ainda acrescenta que quando se perde uma qualidade, na maioria das vezes profana ou impura, e se adquire outra, isso se denomina rito de iniciação.

Toda a trajetória dos sujeitos estaria, assim, permeada de passagens ininterruptas de uma posição social para a outra. A ideia dos ritos, regidos pela decisão coletiva e dotados de um tempo e de um espaço, se caracteriza, portanto, pela necessidade do indivíduo, de transformar o mundo e a si mesmo com o intuito de viver em sociedade. Segundo Rodolpho (2004), o rito concede autoridade e legitimidade para organizar a posição, o valor e as visões de mundo do sujeito.

Assim, se construímos identidade e estabelecemos valores através de ritos, e estes acompanham as transições frequentes e complexas que fazemos entre esferas sacras e profanas, ritos ficam marcados como passagens para situações vistas como superiores do ponto de vista social (sagradas) através da formalização do abandono de práticas profanas geralmente por um cerimonial. Um evento cultural (cerimonial), por exemplo, representa o abandono da ignorância (profanidade) e a busca pelas luzes da sabedoria e do aumento do repertório de conhecimento (sagrado).

De maneira mais concreta, ritos também são etapas associados a rituais ou eventos festivos. Estes últimos estão diretamente ligados à visão de mundo de uma comunidade e à percepção de sua própria história e memória, podendo variar de pequenas reuniões a grandes celebrações e comemorações (LINTON, 1999). Os valores corretos/sagrados ou

marginais/profanos variam de acordo com cada contexto e miríade de detalhes que compõem estas estruturas sociais.

Garantir a continuidade destes eventos, quer sacros ou não, geralmente requer a mobilização de muitos indivíduos e de instituições e mecanismos sociais, políticos e legais de uma sociedade. Estas práticas sociais são fortemente afetadas pelas mudanças que as comunidades sofrem nas sociedades modernas porque dependem muito da ampla participação de praticantes e de outras pessoas nas próprias comunidades. Processos como migração, individualização, disparidade social, a crescente influência das principais religiões do mundo e outros efeitos da globalização têm um efeito particularmente acentuado nessas práticas. (MARTIN, 2003). A ausência de tais eventos implica diretamente na percepção individual, social e na construção de identidade de grandes coletividades.

1.2 EVENTOS: CONCEITO E SUA APLICACAO NAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

O termo evento, por vezes também designado festival, é normalmente comemorado por uma comunidade e centrado em algum aspecto característico dessa comunidade e em sua religião ou culturas, podendo frequentemente ser marcado como feriado local ou nacional. Ao lado da religião e do folclore, uma origem significativa para celebrações é a agricultura: a comida é um recurso tão vital que muitos festivais estão associados ao tempo da colheita. A comemoração religiosa e o agradecimento pelas boas colheitas são misturados em eventos que ocorrem no outono, como o Dia das Bruxas no hemisfério norte e Páscoa no Sul (GOMES, 1994).

Os festivais costumam servir para cumprir propósitos comunitários específicos, especialmente em relação à comemoração ou agradecimento aos deuses e deusas. As celebrações oferecem um sentimento de pertencimento a grupos religiosos, sociais ou geográficos, contribuindo para a coesão do grupo. Eles também podem fornecer entretenimento, que era particularmente importante para as comunidades locais antes do advento do entretenimento produzido em massa. Festivais focados em temas culturais ou étnicos também procuram informar os membros da comunidade sobre suas tradições; o envolvimento de idosos que compartilham histórias e experiências fornece um meio de união entre as famílias (BRITTO; FONTES, 2006). Na Grécia antiga e em Roma, festivais como o

Saturnalia estavam intimamente associados à organização social e processos políticos, bem como à religião (HARDINGHAM, 2000).

Na contemporaneidade, eventos também figuram como estratégia essencial dentro da gestão da Comunicação Integrada apresentada por Kunsch, (2003) e valiosa ferramenta de relações públicas.

Mário Chamie define o evento como:

“Acontecimento programado que gera expectativa e necessidade de retorno institucional e/ou promocional. É considerado um instrumento de marketing, pois dinamiza o mercado, motivo pelo qual deve ser entendido como um produto, com finalidades específicas”

Giagaglia (2010) ao trazer o conceito e contexto de eventos, apresenta a evolução da função, que antes possuíam finalidades predominantemente institucionais e passaram a ter também finalidades financeiras, fruto do agravamento da disputa de mercado e da crescente dependência das empresas com relação à opinião pública, fazendo com que empresas que não organizam ou participam de eventos sofram ao serem excluídas do mercado.

A autora ainda observa que, mesmo que a função principal de um evento não seja a obtenção de lucro (caso de eventos direcionados apenas a este fim, como é o caso de feiras de venda e comercialização de produtos e serviços) todo evento acaba tendo o lucro como finalidade, seja a curto ou longo prazo (caso de eventos puramente institucionais que pretendem sedimentar o relacionamento da empresa com o cliente e, conseqüentemente, fidelizá-lo garantindo retorno financeiro).

Com o agravante da valorização do consumo e aumento da escala e visibilidade trazidos pela globalização, os eventos também representam o processo de espetacularização dos negócios na sociedade contemporânea. Os eventos se transformam principalmente em ferramenta do Marketing Cultural, vertente fortemente relacionada ao patrocínio de projetos culturais, através de incentivos fiscais realizado por empresas privadas (DUARTE, 2009), muitas empresas promovem shows, festivais ou assumem espaços culturais, tendo como objetivos principais a ativação de marca e relacionamento (SCHMITT, 2002), distanciando-se significativamente do propósito inicial atrelado ao agradecimento a deuses ou colheitas, migrando a adoração para a prática do consumo.

A ressignificação da prática de eventos se relaciona-se ainda à crítica do teórico Guy Debord sobre a sociedade do espetáculo e consumo. Para Kellner (2003) o conceito desenvolvido por Debord e aliados da Internacional Situacionista ainda tem impacto nas mais diversas teorias contemporâneas que versam sobre a sociedade e cultura, por descrever “uma sociedade de mídia e de consumo, organizada em função da produção e consumo de imagens, mercadorias e eventos culturais.” (KELLNER, 2003, p. 5) que se usa destes padrões de comportamento para estabelecer juízo na esfera da opinião pública.

2. A OPINIÃO PÚBLICA, CIBERESPAÇO E MÍDIA

2.1 ESFERA DA OPINIÃO PÚBLICA E PODER

Para compreender a opinião pública é necessário entender que esta é composta por histórias. Narrativas e mitos acompanham a sociedade desde sua gênese: estas são o retrato de seus extratos temporais, da concepção de relacionamentos e dos principais pensamentos de quem as veicula. Ao longo da história, as narrativas pessoais tiveram o papel de perpetuação de costumes e conhecimentos, personalização de contextos e até mesmo da desconstrução de teorias institucionalizadas e tidas como a verdade absoluta.

De acordo com Di Felice (2012) esta oposição dicotômica entre uma narrativa “institucional”, divulgada como a correta, a verdade, e uma opinião que contesta esta corrente principal representa uma condição existente e inerente às agregações sociais, sendo terreno fértil para transformação de pensamentos e amplas mudanças. Entre exemplos históricos desta oposição entre “verdade” e “opinião” que levaram a consideráveis modificações dos pensamentos da época, pode-se trazer Thales de Mileto se opondo ao mito e a concepção divina de deuses na sociedade grega, Galileu propondo a teoria héliocêntrica e se opondo a incontestável Igreja e inquisição da Idade Média, Lutero se opondo a Igreja católica e a burguesia alterando o sistema econômico vigente na revolução que nos trouxe a sociedade civil contemporânea.

Em linhas gerais, Máximo di Felice (2012) é categórico ao afirmar que a opinião pública moderna está atrelada ao surgimento da sociedade civil. O pensamento burguês e a ascensão das massas devido a processos como a industrialização, democracia política, emancipação da condição feminina, sufrágio universal, liberdade de imprensa, direitos civis e divisão em classes possibilitou a constituição da sociedade da opinião atual, baseada em

conceitos econômicos e racionais. Esta transformação representa uma era construtiva do social onde há espaço para o debate (mantido pela necessidade constante de atualização) e exposição a um número crescente de narrativas.

Neste novo cenário social teoricamente mais democrático, é possível trazer à luz o conceito de esfera pública burguesa (sendo importante frisar que tal teoria se refere a esta sociedade em específico e não pode ser deslocada de contexto) de Habermas (1997) sob uma perspectiva antropológica, onde esta corresponde a um espaço social de representação e visibilidade pública. O autor ainda afirma que um sujeito só faz parte de uma esfera pública enquanto portador de opinião pública, entendida como um juízo que se faz em relação aos demais [...], representando potencial influência [...] que pode interferir no comportamento de seus pares (HABERMAS, 1997, p.102), comprovando a importância dos debates e das redes para a constituição da opinião. O surgimento e a alteração desta esfera pública significam a percepção de um novo espaço, no qual assuntos de interesse geral seriam não só expostos, como também debatidos sob valores racionais, em busca de um consenso.

Então, a entrada da classe operária na sociedade do consumo, após lutar por direitos e obter poder aquisitivo, possibilita o opinar e existir na esfera pública. Tal poder é também um instrumento, uma oportunidade de criar não apenas uma sociedade justa, mas uma capacidade de alterar a ordem social. Esta nova ordem permite transformações nos contextos sócio comunicacionais e nos próprios emissores, que são expostos a meios cada vez mais eficientes na proposta de potencializar a voz de cada um destes indivíduos. Nestas novas condições, a oposição anteriormente dicotômica cede espaço a uma rede de sujeitos e histórias complexas, desconcentrando o papel de protagonistas sociais e criando um ambiente de discussões de assuntos de interesse público. (DI FELICE, 2012)

Ora, há de se buscar saber como o poder é obtido e mantido nesta nova ordem descentralizada. Maquiavel já trazia n'O Príncipe (1513) a importância da opinião pública para a constituição e legitimação do poder, em um tempo muito anterior ao sistema e realidade atuais. Dentro desta ambiência de debates e prevalência do diálogo em detrimento da repressão, tem espaço o uso do poder carismático caracterizado por Max Weber, apresentado como poderio obtido por relações intrapessoais.

Entra-se no fato sem precedentes de que, dentre todos os diferentes extratos sociais da história, a burguesia é a única que convence não pela força, mas de maneira legítima e cultural. A conquista do poder é realizada na esfera das ideias, na hegemonia ou amplo consenso da

maioria da sociedade. Assim sendo, como o sistema capitalista trata do aspecto ideológico, não apenas econômico, é criada uma condição onde a cultura é o meio para permitir que este sistema seja continuado. (DI FELICE, 2012)

2.2 O CIBERESPAÇO E OS NOVA ESFERA PÚBLICA

Por um longo período e baseado nos supracitados estudos da Indústria Cultural, a mídia de massa foi tida como a principal responsável por “formar” e influenciar a opinião pública. Entretanto, pesquisas de Lazarsfeld (1948), que buscavam estabelecer a relação entre mídia e opinião, apontaram a necessidade de repensar a ideia unidirecional de influência da mídia no contexto pós-Segunda Guerra e Indústria Cultural. O pesquisador consegue mostrar a complexidade do processo de distribuição das informações, quebrando a teoria hipodérmica de Lasswell de um público que não pensa e é condicionado a acreditar em tudo o que a mídia, antes idealizada como cheia de poderes, transmite.

Lazarsfeld (apud COGO, 2012) acredita que o que é emitido pela grande mídia deve ser passada por “mediadores” e “líderes” para ter impacto na opinião pública. Esta teoria também é fundamentada por Marshall McLuhan (1964, p.232), que aponta que a função social da mídia não é a de manipular a opinião pública e que apenas esta não é suficiente para mudar a opinião dos indivíduos, sendo o contexto e a reputação muito mais importante para obtenção influência.

O descolamento dos meios de comunicação de massa em relação à sociedade civil e a ausência de isenção em seus posicionamentos também levam a uma abordagem oportunista de debates públicos e de privilegio de interesses próprio em detrimento da social. Como apontado por Habermas (1997) “[...] a crescente complexidade da mídia e o aumento do capital acarretam uma centralização dos meios de comunicação” (p. 109), afetando sua isenção. Com a credibilidade questionada, De acordo com Di Felice (2012), fala-se, hoje, na *construção* da opinião e não em sua *formação*: a mídia pode apenas alterar e estender a percepção de indivíduos, mas não condicioná-la completamente, uma vez que estes não são completamente passivos ao conteúdo recebido.

A própria história da comunicação social é uma história de inclusão. É um fato conhecido que, com o passar do tempo e a invenção de novas tecnologias, mais rápida e intensamente informações são disseminadas, alcançando públicos cada vez mais amplos. Este alcance e permite que mais indivíduos possam se manifestar sobre determinados assuntos,

expor suas visões e contar suas próprias narrativas para um número crescente de indivíduos que tem acesso a tais.

“Os computadores, os dispositivos móveis, a internet e as plataformas sociais digitais cada vez mais estão modificando as formas de conceber distâncias, o tempo e os relacionamentos. Emergem simultaneamente atores diversificados e comunicantes, com alta potencialidade de criação, estimulados por plataformas conectadas, facilitadoras de trocas e difusões de posicionamento [...] [e] isto reconfigura o processo comunicacional [...] porque instaura um panorama de desenvolvimento de redes horizontais de interação conectadas local e globalmente, construindo renovados fluxos de sentido.”
(COGO, 2012, p.17 e 18)

Na ambiência contemporânea, a opinião pública e a cultura se veem conectadas ao ciberespaço³ e aos dispositivos que possibilitam seu uso. Para Lévy (1999b, p.120), o ciberespaço representa um dispositivo comunicacional de “todos para todos”, que permite a constituição de comunidades de modo progressivo e cooperativo, como numa “inteligência coletiva” em que a base seria o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas, proporcionado por suas experiências no espaço virtual.

Isto teria como consequências no plano social a existência de relações mais transversais e menos hierárquicas, gerando novas formas de identidade atreladas a um universo de contatos, possibilitando que os indivíduos hoje sejam protagonistas de interações novas, incitadas e mediadas pela tecnologia enquanto multiplicadora de poderes. Considerando estes fatores, é possível pensar as redes não só como atuantes da condição de comunicação, mas também como fator reestruturante das relações de poder, capazes de modificar regras de socialização e cultura. Castells (2007^a, p.239, tradução nossa) reitera que a atual transformação da tecnologia da comunicação na era digital “amplia o alcance dos meios de comunicação a todas as esferas da vida social [...] tendo como resultado as relações de poder se determinando cada vez mais no campo da comunicação”.

Enquanto tais tecnologias digitais e de comunicação possuem papel fundamental no estabelecimento de processos globais tais como o aumento do comércio internacional e o fluxo

³ Ciberespaço é um termo que designa o universo das redes digitais. De acordo com Lévy, representa “um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores” (1999a, p.92).

de capitais estrangeiros e livre tráfego de informação e entretenimento, também é possível afirmar que estas passam a funcionar como ferramentas que possibilitam a convivência e formação de comunidades desenvolvidos no espaço virtual. Castells (2007) analisa o impacto das interações dentro deste cenário e avalia a formação de uma nova forma de comunicação social chamada de “auto comunicação massiva” (p.248).

Dentro deste contexto, o social e a opinião pública não podem ser considerados mais simplesmente pela esfera pública Habermasiana, uma vez que diversos fatores são agregados a estrutura analisada pelo autor. A conjuntura atual representa uma dimensão hermenêutica e babélica do social, baseado no diálogo, mas principalmente no embasamento e multiplicação de imagens, onde tudo está cercado de controvérsias. Não há a verdade absoluta, apenas visões diferentes, por vezes capazes de produzir uma síntese.

As redes digitais e sociais contribuem para esta nova “versão” de esfera pública por serem não apenas mídia, mas se instituírem como lógica, e, junto com as demais tecnologias, se caracterizam como fundamentais vetores das novas formas de agregação social contemporâneas. A sociedade passa por uma resignificação de seus laços, sistemas de troca e tipos de comunidade, onde a descentralização do sujeito entre vários que agora possuem voz cria uma realidade fluída e pluralizada, em detrimento de meios únicos de comunicação. Estes novos sujeitos rejeitam rótulos e padronizações, encontrando nas redes digitais a possibilidade de exercer sua identidade e de reforça-la através do encontro de afinidades.

No cerne das mudanças deste cenário, estão a diversidade de protagonistas e as ofertas *multiplataformas*. Estas redes permitem que diferentes opiniões sobre um mesmo tema sejam veiculadas ao mesmo tempo e através de mídias, sendo a difusão do audiovisual a principal atração de todas, possibilitando e resignificando narrativas e o “contar de histórias”, que pode ser hoje representado pelo fenômeno e influência dos *Vloggers*⁴.

De acordo com Di Felice (2012), também é possível pensar a nova opinião pública como o resultado de um conjunto de fluxos comunicativos, cognitivos e simbólicos que não são mais o produto unilateral de um único componente ou de um único ator, mas o resultado de um processo de construção e de influência múltipla, caracterizada por uma lógica de negociação.

⁴ Vloggers são os donos de vlogs. “Os vlogs, ou videoblogues, são uma variante de weblogs, cujo conteúdo principal consiste de vídeos. Inicialmente têm caráter amador e tendem a se tornarem mais refinados com o amadurecimento do vlogueiro nas questões de produção e edição dos vídeos. A temática é bastante diversificada, qualquer tema pode virar assunto.” *Um estudo sobre vlogs e sua influência na cultura participativa*. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0226-1.pdf>

O autor também caracteriza a construção do chamado clima de opinião, que representa o contexto no interior do qual opiniões se difundem, e o ser humano não mais interfere sozinho neste processo: a tecnologia se faz presente e atuante. Neste contexto, as agregações sociais são intermediadas por informações e algoritmos, que privilegiam a conexão e até mesmo a formação de narrativas similares, numa ação híbrida de atores digitais e humanos.

Porém, deve-se ater ao fato de que os efeitos desta ambiência (formada pela complexa intersecção de mudança tecnológica, mídia de massa e novos padrões de consumo e mobilidades globais) são controversos. Isto ainda representa um sistema que é dominado por uma elite que possui o controle de exploração da rede e da vigilância autoritária sobre indivíduos; em contraposição ao poder que os computadores e os diversos dispositivos móveis de acesso à rede oferecem para que mais emissores possam fazer suas vozes ouvidas.

2.2.1 CONSUMO CULTURAL: CONEXÕES E EXPERIÊNCIAS ATRAVÉS DA MÍDIA E DO CIBERESPAÇO

É nessa direção que Castells (2009) afirma que existe um poder sem precedentes, principalmente por meio de mídia digital de transmissão de conteúdo, reprogramando redes de comunicação e mudando o paradigma da comunicação de massa. Subvertem a lógica industrial da comunicação a partir do século XX e propõem uma nova configuração, estabelecida tanto como conexão quanto como conteúdo. O poder é articulado através dos principais movimentos coletivos e sociais ao redor do mundo, bem como através da promoção mais hedonista de futilidade, trivialidades e / ou singularidades, que de outra forma não teriam espaço na mídia para distribuição e consumo.

Na topografia da mídia digital, coexistem causas globais e inequívocas, da ecologia ao hedonismo extremo, e das selfies às paixões isoladas. Portanto, há uma representação de uma gama completa localizada do individualismo ao comunalismo. Em contraste, a polaridade entre o local e o global expande ou restringe geográfica e socialmente a existência e a gama de conteúdos. No consumo de mídia digital, a relação das dimensões tempo-espaço é diferente, pois o digital não se dissolve ao longo do tempo, nem é tangível em uma forma específica, mas em conteúdo. Desse modo, continuamos nossa discussão no contexto da cibercultura, considerando essas dimensões e as condições de onipresença e remediação, que permitem a compreensão do consumo cultural híbrido.

Para a juventude contemporânea, as experiências de vida são construídas através dos pixels dos dispositivos. Essas experiências são simultâneas e coexistem na velocidade da luz, onde a dimensão espacial é sobreposta pelo tempo. Virilio (2000) considera essa equação perversa no mundo cibernético, explicando que a hora local é diferente da interminável agora, que é global, local e única. A organização temporal local tem sido a maneira como as pessoas experimentam sua própria existência. Mas a velocidade contemporânea elimina, ao mesmo tempo, os intervalos em que experimentamos o espaço e comprime o tempo, subtraindo referências e experiências humanas. É sob a luz e o comando dessa aceleração que está o sujeito, em meio a imagens reproduzidas no ciberespaço.

Segundo afirmação de Ferrara (2010, p. 67): “se o ciberespaço é o local da cibercultura, ele decorre da aceleração que mobiliza esse espaço”. Embora essa aceleração não ocorra no formato linear da comunicação tradicional, como Ferrara explica, o ciberespaço e seus efeitos culturais partem de um modo acelerado, superando a linearidade comunicativa, procurando caminhos imprevisíveis ou díspares. A mídia neste mundo infecta a cultura, mas também resiste à determinação e controle.

A relação espacial dentro da cibercultura seria um processo produtivo de mundos virtuais, ou um enquadramento mais controlado e territorial, com a produção de objetos e lugares? Lemos (2010) não considera que a dicotomia dos processos da cibercultura em relação ao local seja suficiente para explicar o contexto da sociedade da informação contemporânea, denominada por ele como território informacional. As áreas de interseção entre o ciberespaço e o espaço urbano - cruzamentos controlados digitalmente - criam funções para lugares, uma heterotopia (LEMOS, 2010). Redes sem fio, sensores e mobilidade criam usos do local, novas camadas de informação digital, daí novas formas de processos territoriais e controle informacional. Os jovens usam esse território para compartilhar e recriar o mundo ao seu redor, porque se sentem poderosos para transformá-lo por meio de suas ações.

É no território informacional que o jovem percebe que é autor e coautor, por meio de ações de copiar-colar e misturar e “re-misturar” diariamente. Nesse processo, é através da remediação (BOLTER; GRUSIN, 2000) que os jovens e a sociedade contemporânea são preservados contra o avanço da conformidade, presente na digitalização cotidiana. A correção conecta formas de troca / interação entre paradigmas comunicativos dos modos de contato, da mídia digital à analógica, e vice-versa. Tendo a invisibilidade da mediação, a mídia assume os laços de reabilitação entre as pessoas. Há uma desmaterialização das interfaces de comunicação

que causa um acesso "transparente" ao real, como um processo de fascínio da mídia ou multiplicação de mediações.

A remediação marca a contaminação cruzada na mídia em um determinado momento. Com a mídia digital, o processo coopta jovens autores que, imersos nesse processo e conscientes de suas experiências, criam possibilidades de recuperar o espaço - não o físico, mas um espaço formado por flashes em vários lugares ao mesmo tempo. Nesse processo onipresente, o compartilhamento multiplica e mescla assuntos presentes em lugares diferentes, com conteúdo próprio.

Dada a hibridação do espaço físico e do ciberespaço - com novos sentidos do lugar e da comunidade - e as várias relações dos jovens com a cibercultura (como consumidores e / ou produtores), há uma transformação dos territórios da informação em entretenimento, em uma auto perspectiva de massa, promovendo o contato entre fluxos globais e significados locais. Considerando esse processo, seria possível que ocorram encontros cosmopolitas (aqueles que permitem o desenvolvimento de uma visão do Outro), baseados no consumo cultural híbrido (global e local, tanto na realidade híbrida do ciberespaço quanto na cibercultura).

3. A CIDADE DE SÃO PAULO, SEUS TERRITÓRIOS E CULTURA

Mesmo que o ciberespaço comprima noções de lugar e de espaço, um território ainda é parte importante para a constituição e compreensão de uma narrativa. Para o presente trabalho, a cidade escolhida foi a capital paulista, cidade sede evento PerifaCon e reduto cultural de relevância continental.

São Paulo é um município na Região Sudeste do Brasil, considerada uma cidade alfa global (listada pelo GaWC) e a cidade mais populosa do Brasil, além de ser a maior cidade de língua portuguesa a nível mundial. O município também possui o 11º maior PIB do mundo, representando 10,7% de todo o PIB brasileiro e exerce fortes influências internacionais no comércio, finanças, artes e entretenimento. O processo de aglomeração entre as áreas metropolitanas localizadas ao redor da Grande São Paulo (Campinas, Santos, Sorocaba e Vale da Paraíba) criou a Macrometrópolis de São Paulo, uma megalópole com mais de 30 milhões de habitantes, uma das aglomerações urbanas mais populosas do mundo (AZEVEDO, 2002).

A cidade tem influência cultural, econômica e política nacional e internacionalmente. É o lar de monumentos, parques e museus, como o Memorial da América Latina, o Parque Ibirapuera, Museu do Ipiranga, Museu de Arte de São Paulo e Museu da Língua Portuguesa. A cidade realiza eventos como o São Paulo Jazz Festival, a Bienal de Arte de São Paulo, o Grand Prix do Brasil, São Paulo Fashion Week, ATP Brasil Open, Brasil Game Show e Comic Con Experience.

Entretanto, ainda que São Paulo seja o maior polo financeiro do país, a desigualdade e disparidades econômicas alcançam níveis notáveis. Para fins de comparação, o último Mapa da Desigualdade de São Paulo⁵, de 2016, divulgou que no Alto de Pinheiros, bairro nobre paulista, os moradores vivem até os 79,67 anos. Enquanto isso, na Cidade Tiradentes, vive-se até 53,85 anos. É uma diferença de pouco mais de 25 anos – praticamente uma geração inteira. São Paulo também é a cidade da América Latina com o maior número de pessoas vivendo em favelas: a secretaria municipal de habitação da cidade mantém que 30% dos habitantes do município vivem em condições precárias de moradia, um total de três milhões de pessoas (mais de um terço de todos os favelados do país) (FRANÇA E BARDA, 2010).

⁵ Rede Nossa São Paulo: Mapa da Desigualdade Social. Disponível em: <https://www.nossasaopaulo.org.br/arqs/mapa-da-desigualdade-completo-2016.pdf> Acesso em 23 de Setembro de 2019.

Para entender o contexto da cidade onde foi realizado o primeiro congresso de cultura geek em uma favela, faz-se necessário compreender dois tópicos a respeito de São Paulo: qual a história de seu desenvolvimento cultural e do desenvolvimento de suas favelas?

3.1 SÃO PAULO: REDUTO CULTURAL HISTÓRICO

3.1.1 *Cultura musical*

São Paulo é o berço de muitos cantores e compositores de grande relevância nacional. Adoniran Barbosa foi um cantor e compositor de samba que se tornou um sucesso no início da era do rádio de São Paulo. Nascido em 1912 na cidade de Valinhos, Barbosa era conhecido como o "compositor das massas", principalmente imigrantes italianos que moravam nos bairros de Bela Vista, também conhecidos como "Bexiga" e Brás, além dos que moravam na cidade. Suas canções se baseavam na vida dos trabalhadores urbanos, dos desempregados e daqueles que viviam no limite.

No final dos anos 1960, a banda Os Mutantes se tornou popular nacional e internacionalmente, a reboque do sucesso de outros músicos da tropicália. O grupo era conhecido como muito paulistano em seu comportamento e roupas.

A cena punk e de rock de garagem se tornou forte na década de 1980, talvez associada ao cenário sombrio de desemprego durante uma recessão prolongada. As bandas originárias desse movimento incluem Ira!, Titãs, Ratos de Porão e Inocentes. Nos anos 90, o drum and bass surgiu como outro movimento musical em São Paulo, com artistas como DJ Marky, DJ Patife, XRS, Drumagicke Fernanda Porto. Muitas bandas de heavy metal também se originaram em São Paulo, como Angra, Project46, Torture Squad, Korzus e Dr. Sin.

3.1.2 *Literatura*

São Paulo foi o lar dos primeiros missionários jesuítas no Brasil, no início do século XVI. Eles escreveram relatórios para a coroa portuguesa sobre a terra recém-descoberta, os povos nativos e compuseram poesia e música para o catecismo, criando as primeiras obras

escritas da região.⁶ Os padres literários incluíam Manuel da Nóbrega e José de Anchieta, que também ajudaram a registrar o idioma tupi antigo, léxico e sua gramática.

Em 1922, o Movimento Modernista Brasileiro, lançado em São Paulo, começou a buscar a independência cultural para o país em relação a Europa, dado que a cultura de elite brasileira estava originalmente muito ligada a Portugal. Aos poucos, os escritores desenvolveram um corpo de trabalho multiétnico que era distintamente brasileiro e, além disso, a presença de um grande número de ex-escravos acrescentou um caráter africano distinto à cultura (JOBIM, 2012)

Mário de Andrade e Oswald de Andrade foram os modernistas prototípicos. Com os poemas urbanos de "Paulicéia Desvairada" e "Despreocupado Paulistan Land" (1922), Mário de Andrade estabeleceu o movimento no Brasil. Tantos outros artistas e escritores modernistas escolheram o Teatro Municipal de São Paulo para lançar seu manifesto modernista.

3.1.3 Teatros

Muitos historiadores acreditam que a primeira apresentação teatral no Brasil foi realizada em São Paulo. O missionário jesuíta português José de Anchieta (1534-1597) escreveu peças curtas que foram executadas e assistidas pelos nativos tupi-guarani. Na segunda metade do século XIX, surgiu uma vida cultural, musical e teatral, onde grupos étnicos europeus começaram a realizar apresentações em algumas das cidades rurais do estado (MOSTAÇO, 1982).

Nos anos 60, grandes produções teatrais de São Paulo e Brasil foram apresentadas por dois grupos. O Teatro de Arena começou com um grupo de estudantes da Escola de Arte Dramática (Drama Art School), fundada por Alfredo Mesquita, em 1948. Em 1958, o grupo se destacou com a peça "Eles Não Usam black-tie", de Gianfrancesco Guarnieri, que foi o primeiro da história do drama brasileiro a oferecer a classe dos trabalhadores papel como protagonistas.

Após o golpe militar de 1964, as peças começaram a se concentrar na história brasileira e focar na história de líderes como Zumbi e Tiradentes. O Teatro de Arena e o Teatro Oficina

⁶ Diplomatie: São Paulo – A Cidade Literária. Disponível em: <https://diplomatie.org.br/sao-paulo-heterogenetica-cidade-literaria/> Acesso em 23 de Setembro de 2019.

apoiaram a resistência democrática durante o período da ditadura militar, marcada por sua censura.

3.2 SÃO PAULO: UMA CIDADE DE FAVELAS

3.2.1 *Histórico e Dados*

Para compreender a história das favelas em São Paulo, é necessário, antes, analisar a definição e o contexto destas estruturas. Às vezes chamada de ocupação irregular ou espontânea, uma favela típica geralmente carece de infraestrutura adequada, incluindo saneamento adequado, abastecimento de água potável, eletricidade, ruas higiênicas ou outras necessidades básicas para apoiar assentamentos humanos (SOARES, 1996).

O surgimento de favelas no Brasil tem um contexto antigo, e o termo favela remonta ao final do século XIX. Na época, soldados foram trazidos do conflito contra os colonos de Canudos, na província oriental da Bahia, para o Rio de Janeiro e deixados sem lugar para morar. Para diversos autores e sociólogos, as favelas do Brasil são o resultado da distribuição desigual da riqueza no país (SOARES, 1996).

Fato relevante, dado que o Brasil é um dos países economicamente mais desiguais do mundo, com os 10% principais da população ganhando 50% da renda nacional e cerca de 8,5% de toda a população vivendo abaixo da linha da pobreza. Como resultado, os moradores das favelas são frequentemente discriminados por viverem nessas comunidades e frequentemente experimentam desigualdade e exploração. (RUAS, 2009).

O governo brasileiro ainda fez várias tentativas no século XX para melhorar o problema de pobreza urbana do país: uma maneira foi a erradicação das favelas e moradores de favelas que ocorreram durante os anos 1970, enquanto o Brasil estava sob governança militar. Esses programas de erradicação da favela removeram à força mais de 100.000 moradores e os colocaram em conjuntos habitacionais públicos ou de volta às áreas rurais das quais muitos emigraram (MAGALHAES; VILLAROSA, 2012).

Outra tentativa de lidar com a pobreza urbana ocorreu por meio de gentrificação. O governo procurou atualizar as favelas e integrá-las ao centro da cidade com a recém-urbanizada classe média alta. À medida que essas "favelas aprimoradas" se tornaram mais estáveis, elas começaram a atrair membros da classe média baixa, empurrando os ex-moradores das favelas para as ruas ou fora do centro urbano e para os subúrbios mais distantes das oportunidades e

dos avanços econômicos. Por exemplo: no Rio de Janeiro, a grande maioria da população sem-teto é negra, e parte disso pode ser atribuída à gentrificação e deslocamento das favelas das pessoas em extrema pobreza (RUAS, 2009).

Mas, no que diz respeito à capital paulista, de acordo com Ruas (2009) foi na década de 1980 que as moradias precárias e informais começaram a aumentar em número dentro da cidade; a crise econômica que atingiu São Paulo (que há décadas é o coração industrial do país) causou um rápido crescimento do desemprego e da pobreza e, como consequência, um grande aumento nos assentamentos informais. Na década de 1970, as favelas abrigavam apenas 1% da população de São Paulo, mas no início da década de 1990 esse número chegava a 20%. A expansão das favelas ocorreu principalmente nos subúrbios e a cidade, que até meados do século XX era densa e compacta, se estendeu rapidamente, com a construção de grandes assentamentos informais em ruínas, longe do centro e caracterizada por instalações inadequadas (que hoje cobrem 70% da área metropolitana).

No entanto, a configuração urbana não é de natureza dicotômica (centro rico vs. subúrbios pobres), mas é extremamente mais complexa e heterogênea: um grande número de pessoas abastadas possui residências próprias em algumas áreas nos arredores, enquanto ao mesmo tempo o centro da cidade continua abrigando um número significativo de pessoas pobres nos chamados cortiços (UN-HABITAT, 2010).

Isso é significativo porque testemunha o fato de que os subúrbios pobres de São Paulo são extremamente diversificados (e, como consequência, a maneira de intervir para enfrentar efetivamente o problema também precisa ser diversificada). As favelas brasileiras são geralmente chamadas de favelas, mas as favelas são na verdade apenas um dos diferentes tipos de moradias precárias e informais. De um modo geral, podemos reconhecer dois tipos principais de favelas brasileiras (FIX, 2003):

- cortiços: unidades habitacionais alugadas para moradores finais – geralmente após alguma ocupação - e constituídas principalmente por um único quarto, obtido pela repetida subdivisão de casas, principalmente em prédios antigos no centro da cidade. Eles são caracterizados por superlotação e condições sanitárias problemáticas (banheiros são comuns, geralmente um a cada 20 a 30 pessoas; os quartos são geralmente pequenos, baixos, sem janelas e com ventilação insuficiente; uma família inteira vive em um único quarto). Em 2000, somente nas áreas centrais de São Paulo

(nos bairros de Sé e Mooca) foram registrados 1.648 prédios que poderiam ser chamados de cortiços (LÓPEZ, 2010)

- favelas: assentamentos irregulares construídos em propriedades públicas ou privadas (geralmente nos arredores) que são ilegalmente ocupadas por famílias pobres. Eles são caracterizados por pouca urbanização primária e secundária (DINIZ; FRANÇA, 2008).

3.2.2 Favelas: intervenções e melhorias

As favelas são um fenômeno típico do panorama urbano de São Paulo e representam uma questão a ser observada para o município; no entanto, é útil enfatizar que seu estado qualitativo não pode ser comparado às favelas das cidades africanas ou do sul da Ásia. As favelas e os cortiços de São Paulo têm instalações básicas que são impensáveis nas favelas de Lagos ou Mumbai; 98,4% dos edifícios da região metropolitana de São Paulo estão conectados à água, 70% dos favelados e os habitantes de cortiços estão legalmente conectados à rede de distribuição de eletricidade, o gás é usado por todos como combustível para cozinhar e os a coleta de lixo é garantida em toda a cidade.

Em linhas gerais, a tendência de melhoria das condições de vida dos favelados brasileiros durante a última década também é notável: O número de pessoas abaixo da linha de pobreza no Brasil caiu de 52% da população em 1990 para 38% em 2005, com uma redução de 4,2% apenas de 2006 a 2007. O nível de pobreza na região metropolitana de São Paulo, que em 1999 atingiu o pico de 39% (6,4 milhões de pessoas), começou a cair drasticamente em 2003, com uma redução de 20% em cinco anos, como consequência de políticas e estímulos econômicos e demográficos locais e nacionais (DAVIS, 2010)

Essa diminuição da pobreza teve um resultado positivo nas condições de moradia das favelas, graças principalmente aos programas de requalificação iniciados pelo município de São Paulo (como parte integrante da estratégia nacional de combate à pobreza). Ao inverter o procedimento que, até a década de 1980, caracterizava a abordagem pública do problema das favelas (uma mistura de despejos e demolições, construção de grandes concentrações de moradias públicas nos subúrbios extremos e prevenção de problemas), o município desenvolveu várias intervenções destinadas a enfrentar o problema de maneira radical.

Entre estas intervenções está o Programa de Urbanização de Favelas, baseado no exemplo pioneiro do Programa de Recuperação Urbana e Saneamento Ambiental da Bacia

Hidrográfica do Guarapiranga (FRANÇA, 2000), que beneficiou quase 130.000 famílias que vivem nas favelas da cidade. O princípio básico do programa foi melhorar as condições de habitação das favelas através do trabalho em infraestruturas primárias (sistema de esgoto, drenagem de águas pluviais, pavimentação de estradas, conexão com água corrente), acompanhado de outras intervenções para criar espaços e instalações públicos (praças, parques, centros comunitários e esportivos); o objetivo era diminuir a distância (simbólica, mas também substancial) desses bairros informais das áreas formais da cidade. Todas essas operações tentaram limitar a limpeza e foram acompanhadas por um processo de regularização de edifícios construídos ilegalmente em terrenos públicos (DINIZ; FRANÇA, 2008).

Em 2001 houve uma promulgação federal para normalização para levar atualização as favelas. Uma das ferramentas mais úteis para levar é permitir que as cidades criem "zonas de interesse especial" para favelas desorganizadas, reconhecendo formalmente sua existência e qualificando-as para serviços sociais.

Especialistas sugerem a modernização de favelas, e para isso, são exigidos três elementos para que seja viável:

- o local é adequado para assentamentos humanos - não é um risco de poluição da água porque é muito íngreme ou em uma planície de inundação?
- o acordo é registrado legalmente ou pelo menos no banco de dados de propriedades da cidade?
- seus moradores têm título legal para a terra? E, se não, o que pode ser feito para garantir a posse segura?

Existem recompensas claras se um processo completo de regularização - fornecendo posse legal clara - puder ser alcançado. Se as famílias puderem ter seu título de terra confirmado, ou pelo menos garantir um certificado reconhecendo seus direitos de ocupação, alguns impostos poderão ser cobrados. As regras podem ser definidas (e aplicadas) para evitar o colapso da construção. Ruas, escolas e clínicas regulares podem ser trazidas, atraindo investimentos. E é mais fácil reduzir o lixo organizando os residentes para levar o próprio lixo doméstico aos pontos de coleta para coleta na cidade.

Mas seguir o caminho todo continua sendo difícil. Enquanto o governo da cidade trabalha duro para garantir a posse da terra, os direitos de propriedade só são concedidos por lei quando essa posse é registrada em um cartório, o que ocorre apenas com poucas

propriedades. Na maioria dos casos, os moradores receberam um documento sem um valor legal claro.

O governo de São Paulo tornou-se claramente mais ativista e sintonizado com a atualização de favelas a longo prazo nos últimos anos. Também é auxiliado desde 2001 pela Cities Alliance, uma aliança global de governos nacionais e municipais, ONU-Habitat e Banco Mundial, focada na ampliação de soluções de pobreza urbana.

Como citado anteriormente, diversas foram as iniciativas realizadas por parte do poder público para buscar melhorias na infraestrutura das favelas, mas, o questionamento pertinente a este estudo busca responder o seguinte postulado: de que maneira estas ambiências e as pessoas que lá vivem ainda são lidas pela mídia tradicional, constituinte tradicional e braço inegável de apoio para a opinião pública?

4. A MÍDIA E FAVELAS: A APRESENTAÇÃO DO PROFANO

São Paulo é um grande polo de comunicação. Devido ao seu papel estratégico para a economia nacional, a seu grande contingente populacional e atração e retenção de indústrias e comércios, a cidade concentra imenso número de veículos de comunicação que emitem notícias sobre todas as regiões paulistas em base diária.

Por exemplo, São Paulo abriga os dois jornais diários mais importantes do Brasil, a Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. Além disso, as três principais revistas semanais do país estão localizadas na cidade, Veja, Época e ISTOÉ. Duas das cinco principais redes de televisão estão localizadas na cidade, Band e RecordTV, enquanto SBT e RedeTV! estão sediados em Osasco, uma cidade da região metropolitana de São Paulo, enquanto a TV Globo, o canal de TV mais assistido do país, possui um grande escritório de notícias e centro de produção de entretenimento na cidade. Muitas das principais redes de rádio AM e FM do Brasil estão sediadas na cidade, como Jovem Pan, Rádio Mix, Transamérica, BandNews FM, CBN e Band FM.

Dado o alto volume de notícias produzidos diariamente, parte deles consequentemente é direcionado a acontecimentos, eventos e impactos nas regiões periféricas e nas favelas paulistas. De maneira geral, é sabido que notícias na TV, filmes e novelas brasileiros reforçam as favelas como lugares perigosos. “As pessoas criam uma narrativa em que as favelas são um território de barbárie e não têm contato com o mundo exterior. É uma idealização de um lugar onde apenas o terror prospera”, aponta o pesquisador Felipe Botelho Corrêa⁷ sobre o filme indicado ao Oscar, Cidade de Deus, que se passa em uma favela que surgiu a partir de uma ocupação no Rio de Janeiro.

Na mídia internacional, um artigo da NBC News⁸, por exemplo, lista cinco fatos sobre as favelas pintando uma imagem dele com base em más ações, pobreza e perigo. A peça define uma favela como “um viveiro de crimes e drogas”. Da mesma forma, um dos artigos publicados pelo The Guardian descreve uma favela como um local para “armas, drogas e bandidos”. Inegavelmente, os índices de violência nas favelas são altos. No entanto, essas peças ajudam a perpetuar um estereótipo do Brasil - uma ideia de que favelas são bairros onde só há espaço para crime, violência e tráfico de drogas – corroborando para uma visão unilateral e reducionista

⁷ Imaginários do Medo: Imprensa e Violência Urbana de Felipe Botelho Correa. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/11731/11731_1.PDF Acesso em 24 de Setembro de 2019.

⁸ NBC NEWS: Five things you need to know about favelas <https://www.nbcnews.com/storyline/2016-rio-summer-olympics/what-favela-five-things-know-about-rio-s-so-called-n622836> Acesso em 24 de Setembro de 2019.

acerca do espaço e das pessoas que lá habitam. É como se, em analogia a teoria dos ritos de Van Gennep, toda a favela representasse um ambiente profano e imoral, pendente de transição e acesso à melhoria que a classificaria como adequada e sacra enquanto local.

Ao realizar análises quantitativas e qualitativas de três marcas de jornais impressões entre 2005 e 2006, Nóra e Paiva (2008, 20 -21) apontaram “a maioria das matérias que tem a favela como tema, destaca os seus aspectos negativos. De modo geral estes espaços são vistos como territórios da bandidagem e, principalmente, do tráfico de drogas”.

Tomando como referência o jornal O Globo, em cinco meses de análise, as pesquisadoras selecionaram 645 matérias referentes às comunidades pobres do Rio de Janeiro, das quais 462 (71,6%) traziam assuntos geralmente relacionados à violência e tráfico de drogas.

A outra conclusão a que chegaram os pesquisadores foi: A mídia, de maneira geral e não apenas uma marca específica, busca ressaltar a violência e hostilidade presente nas comunidades pobres. Desta maneira, a comunicação destes veículos destaca aspectos negativos da realidade social destes grupos sociocêntricos, imprimindo um discurso igualmente negativa acerca dos moradores destas regiões. Isto contribui para o reforço da imagem de que os habitantes das áreas pobres e favelas são violentos e ameaçadores. (NÓRA; PAIVA, 2008, p.23)

Em outra análise, inspirada pelo trabalho realizado por Nóra e Paiva, o Observatório Mídia do projeto Mídia e Favela⁹ acompanhou durante seis meses, todos os dias, os jornais O Globo, Extra e Meia-Hora, selecionando todo o conteúdo destes que tivesse como tema central ou indireto questões relacionadas às favelas e espaços populares. Durante os seis meses “violência, criminalidade e drogas” foram os temas principais na construção das narrativas jornalísticas sobre estes territórios, chegando a corresponder a mais de 70% das pautas.

⁹ Observatório de Favelas: Relatório de Mídia alternativa. Disponível em: http://observatoriodefavelas.org.br/wp-content/uploads/2013/06/Midia-e-favela_publicacao.pdf. Acesso em 23 de setembro de 2019.

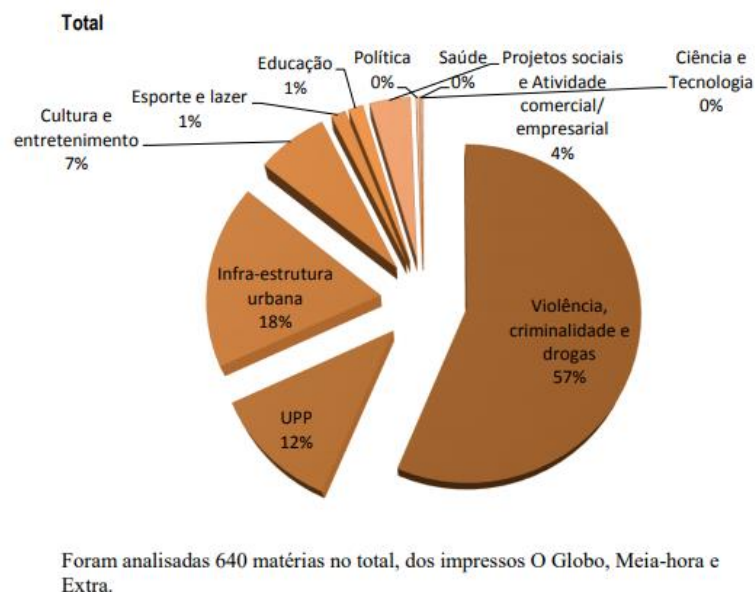


Gráfico 1: Análise de mídia executada pelo Observatório Mídia, do projeto mídia e favela.

Fonte: Projeto Mídia e Favela, 2013

Os conteúdos midiáticos têm a capacidade e a responsabilidade de difundir informações importantes e de utilidade para a sociedade. Mas muitas vezes estes se alinham a discursos distorcidos e que contribuem para a disseminação de preconceitos.

4.1 PRECONCEITOS E ESTEREÓTIPOS NA MÍDIA

O preconceito é um pensamento baseado na cotidianidade. É generalizador e na maior parte das vezes sem fundamento. O preconceito é formado na ideia que temos de consciência individual sobre o que é certo e errado, ou seja, com base nas experiências ou naquilo que se ouviu (sendo compartilhado socialmente, portanto, fundamentalmente social), criando certa expectativa sobre determinados assuntos e assim formam-se as opiniões pré-concebidas. Sem o conhecimento necessário, formam-se os estereótipos que podem tornar-se preconceitos.

Para Lippman:

As mais sutis e penetrantes de todas as influências são as que criam e mantêm o repertório de estereótipos. Dizem-nos tudo sobre o mundo antes que o vejamos. Imaginamos a maioria das coisas antes de experimentá-las, e a menos que a educação nos tenha tornado agudamente conscientes, essas concepções governam profundamente todo o processo da percepção. (LIPPMAN, 1980, p. 156)

A questão do preconceito deve ser analisada em todas as conjunturas (social, étnica, religiosa, cultura e econômica) de forma que todo e qualquer âmbito dos grupos socio-acêntricos¹⁰ da sociedade estão sujeitos a ser vítima de preconceito. Porém, é possível perceber também que muitas vezes o preconceito provém de classes/atores que possuem grande influência sobre a esfera pública, deixando intrínsecos certos aspectos de seus preconceitos sociais.

De acordo com Ansel e Bahia (2013):

A favela é definida na grande maioria das narrativas midiáticas pelo não. É o exterior constitutivo da cidade, sendo, contudo, central para a definição da identidade desta última: é sua “sobra” e seu suplemento. Se a favela é, ela sempre o é em relação à cidade. Portanto, os significados que definem tanto uma quanto outra são mutuamente relacionados e mesmo dependentes. Desta forma, a favela surge no discurso hegemônico como contraponto que permite à cidade formal reforçar sua identidade, seus códigos, posto que a cidade é o polo mais poderoso deste binário.

Não fossem apenas as narrativas midiáticas, a cotidianidade colabora para a criação de preconceitos uma vez que o ser humano já nasce inserido numa sociedade onde já existem protótipos de pré conhecimento que no futuro serão passados para as gerações mais novas. Daí o fato de Heller considerar os indivíduos simultaneamente ser particular e ser genérico (HELLER, 1985): “O indivíduo é um ser singular que se encontra em relação com sua própria individualidade particular e com sua própria generalidade humana; e, nele, tornam-se conscientes ambos os elementos”. Uma vez que é impossível o ser humano viver imerso na cotidianidade ao mesmo tempo que é impossível viver apenas em sua individualidade.

As relações sociais causam o surgimento de estereótipos que são baseados na falta de conhecimento sobre determinada pessoa, assunto ou objeto. A individualidade é existente no momento em que surgem estereótipos e preconceitos.

Para Heller:

¹⁰ Termo utilizado por Ricardo Alexino em “Etnomidialogia: diversidade e sua interseção com a difusão científica”.

O pensamento cotidiano apresenta-se repleto de pensamentos fragmentários, de material cognoscitivo, e até de juízos que nada tem a ver com a manipulação das coisas ou com nossas objetificações coisificadas, mas que se referem exclusivamente a nossa orientação social. (HELLER, 1985, p. 32)

A vida cotidiana esta intrinsecamente ligada à alienação, uma vez que uma depende da outra, uma advém da outra. Isso acontece quando, segundo Heller, existe um abismo entre o desenvolvimento humano-genérico e as possibilidades de desenvolvimento dos indivíduos humanos.

Assim, o combate ao preconceito não depende apenas de estruturas midiáticas ou políticas, mas de diversos grupos sociais que atuem como emissores de opinião. Entretanto, Tomaz Tadeu da Silva (2004) defende que “a representação é, como qualquer sistema de significação, uma forma de atribuição de sentido” e como tal “é um sistema linguístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado a relações de poder”. Em suma, o autor sugere que aqueles que possuem mais poder de representar também possuem mais poder para estabelecer identidades durante períodos mais prolongados.

4.2 COMUNICAÇÃO DEMOCRÁTICA E A REPRESENTAÇÃO DE FAVELAS

O principal fato que se dá em relação à representação das favelas espaços populares e seus habitantes, de acordo com Ansel e Bahia (2012) conforme exposto no projeto Mídia e Favela também é reflexo de um acúmulo histórico de processos de violência simbólica envolvendo a invisibilização, exotização estigmatização, ou combinações das alternativas anteriores. Tal modalidade de violência tende a se perpetuar, agravada por problemas como o subdesenvolvimento de iniciativas de comunicação popular alternativa (voltadas para estes locais ou neles situadas), além da grande concentração dos meios de massa nas mãos de pequenos grupos e/ou famílias. Para os autores, “o nível de aprimoramento de uma democracia é dado pela pluralidade de visões de mundo circulando em suas diferentes arenas políticas” (ANSEL & BAHIA, 2012).

O cenário brasileiro apresenta um caso curioso: de acordo com estudo de Coutinho e Paiva (2007), apenas sete grupos controlam 80% da comunicação escrita e oral divulgada ao público. Estes oligopólios detem, assim, a interpretação e as versões que são distribuídas na mídia,

concentrando o poder de selecionar linhas de abordagem e vozes a serem ouvidas, direcionando o tom das informações veiculadas. De acordo com o relatório do projeto Mídia e Favela

A democratização da comunicação exige, portanto, uma redistribuição no acesso aos meios e a possibilidade de produção de mensagens. [...] A ideia por trás do direito à comunicação sustenta que a liberdade de expressão só pode ser alcançada de forma plena se for assegurado um conjunto mais amplo de direitos ao seu redor, como o acesso aos meios de comunicação.

(ANSEL E BAHIA, 2012)

O impacto desta visão unilateral na composição de narrativas é ainda mais forte na cultura, pois, segundo Motta e Caldas (1997, p. 18) “não são apenas raças e etnias, ou ainda suas combinações, que produzem cultura. Classes sociais, instituições e organizações também as produzem”. Além disto, este monopólio faz-se sentir através de análise das clássicas representações que a mídia faz de favelas nos últimos anos, associando diretamente estes territórios com a violência nos grandes centros. Esta simplificação apresenta impacto direto na vida do morador da favela, que é culpado pela sociedade que naturaliza a agressividade contra ele mesmo quando este é vítima da violência, e não seu autor. (ASSIS; MINAYO; NJAINE; SOUZA; 1997 apud AMARAL FILHO, 2008, p.81)

Se não pelo caráter violento, a mídia expõe os atributos culturais da favela, estabelecendo-a como berço de rappers e cantores de funk, destacando-a como roteiro exótico de turismo explorado por estrangeiros, etc. mas, mesmo assim, não oferece a oportunidade de representação da identidade destes ambientes populares de maneira democrática. Esta possibilidade de representação influi, conseqüentemente, na liberdade de expressão para a população destes ambientes através do direito à comunicação, com objetivo de por fim à violência simbólica supracitada.

5. O PerifaCon

“Essa é a equipe do PerifaCon 2019, primeira edição. Somos uma equipe toda periférica e de maioria negra. É importante observar não apenas quem está na programação, mas quem está por trás do evento. A gente entende que a diversidade não pode estar só no discurso, mas também na produção e no protagonismo de quem toma as decisões para o evento acontecer. Quebrar barreiras e estereótipos nos imaginários, se tratando de quadrinhos e de cultura nerd e geek é uma missão que estamos fazendo com muito empenho. Falar de representatividade é preciso e já passou da hora. Tem nerd na periferia consumindo e produzindo e isso precisa ter visibilidade a apoio. Muitas e muitos vieram antes para que a gente pudesse estar aqui e nada vai nos parar”

(PERIFACON, 2019)

A frase acima é a descrição da equipe do evento PerifaCon, apelidado de Comic Con da favela. A gênese do evento está atrelada a inconformidade de 7 jovens com a inacessibilidade de conteúdo para a periferia. O que deveria ser apenas um pequeno evento teve uma enorme repercussão pelas mídias sociais em poucos dias.

Inspirado na conhecida Comic Con, onde há divulgação de cultura geek, o PerifaCon tem como objetivo levar a temática geek, quadrinhos e super-heróis de forma totalmente acessível, fato comprovado pelo evento que foi totalmente gratuito para os participantes. DE acordo com a UOL¹¹:

Não era apenas no valor e na localização que a PerifaCon se diferenciava de suas inspirações mais endinheiradas. Assim como na Comic Con Experience, a feira contava com mesas de debate, artistas independentes, praças de alimentação e lojas vendendo produtos. Mas tudo era diferente. Entre as lojas, além de marcas que reforçavam representatividade, como a 4P ("Poder Para o Povo Preto"), do DJ KL Jay, lá estavam editoras vendendo livros famosos com pequenos defeitos de fabricação por R\$ 10. Na praça de alimentação, os lanches saíam por R\$ 4 e bebidas por R\$

¹¹ UOL: Periferia sempre consumiu cultura nerd. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2019/03/25/a-periferia-sempre-consumiu-cultura-nerd-e-a-perifacon-foi-a-prova-disso.htm> Acesso em 23 de setembro de 2019

1. Nas mesas, as principais discussões passavam sobre temas de inclusão, como representatividade negra, espaços para mulheres na cultura nerd e arte enquanto resistência. No espaço dedicado aos artistas independentes, haviam vários periféricos (muitos estreantes) de mão cheia e que nunca conseguiram se inscrever em feiras maiores

(PerifaCon mostra que favela também é nerd e que está cheia de novos autores, UOL, 2019)

O evento ocorreu no Capão Redondo na cidade de São Paulo, e contou com 4 mil participantes com 9 horas de duração na Fábrica de Cultura.

Para os criadores do evento, Mateus Politto, Andreza Delgado, Pedro Okuyama, Mateus Ramos, Igor Nogueira, Luíze Tavares e Josivaldo Filho, o evento é como um manifesto que mostra que a periferia possui capacidade de criação de conteúdo sem rótulos ou estereótipos. O evento contou com a presença de artistas da área como Adriana Melo, ilustradora da Marvel, KL Jay, DJ dos Racionais MC's e Rashid, rapper paulistano.

A iniciativa levou os olhares para o fato de que a periferia precisar ter acesso a cultura, assim como demais classes, destacando essa inacessibilidade devido à localização de fornecimento deste tipo de conteúdo e até mesmo os valores que precisam ser pagos para isto. Pode-se citar o exemplo do bairro do Grajaú, também da periferia da Zona Sul, tem aproximadamente um centro cultural para cada 333 mil pessoas. O índice é 117,8 vezes pior que o subdistrito da Sé,¹² no centro da cidade.

O PerifaCon também foi uma oportunidade para conexões onde artistas novatos puderam ter contato não somente com este tipo de evento, mas também com artista veteranos, conseguindo espaço para apresentar sua arte. O evento se tornou tão popular que contou com apoio financeiro, visto que o evento ultrapassaria a projeção realizada. A Chiaroscuro Studios, cofundadora da CCXP, patrocinou parte do evento, fornecendo também premiação para um concurso de cosplay.

O evento já possui data e local para acontecer em 2020: atendendo a pedidos e após revisão da estrutura, realizarão o congresso em dois dias (11 e 12 de abril) e, desta vez, na Cidade Tiradentes, Zona Leste de São Paulo. A percepção geral de quem participou do primeiro evento, foi a certeza de que acompanhou o início de uma nova era para as feiras de cultura geek

¹² Uol Entretenimento: A Periferia sempre consumiu cultura nerd: [Acesso em 24 de setembro de 2019.](#)

no Brasil. A concretização de uma ideia inovadora tomou forma na acessibilidade, no encontro e na diversão das pessoas que conseguiram estar naquele lugar sem ter o dinheiro ou a distância como impedimento.

6. ANÁLISE DA PESQUISA

O método adotado na formulação deste trabalho encontra-se em concordância com a proposta de estudo, a qual encontra-se adequada por meio dos objetivos a serem alcançados. A pesquisa é de fundamental importância para a evolução dos conhecimentos em determinado campo de estudo, ou seja, por meio da pesquisa pode-se ampliar os horizontes de conhecimento sobre determinado tema.

Em um primeiro momento, a metodologia adotada na formulação deste trabalho foi baseada em pesquisas bibliográficas, através de consultas a matérias, vídeos e podcasts, além da leitura de revistas, pesquisa de manuais, livros e artigos publicados na internet para compor um referencial teórico que sustentasse os principais pilares relativos ao evento PerifaCon.

Em momento posterior, estabeleceu-se contato com a equipe responsável pela concepção e produção do evento para coleta de material para produção de indicadores, obtendo a tabulação dos resultados do formulário físico respondido por 80 participantes ao fim do evento. Ademais, trechos de entrevistas, matérias publicadas online e veiculadas na televisão também foram estudados e recortados para análise.

Os materiais coletados serão analisados e comentados individualmente, buscando cumprir os objetivos previamente estabelecidos e verificando a possibilidade de responder às questões de pesquisa levantadas.

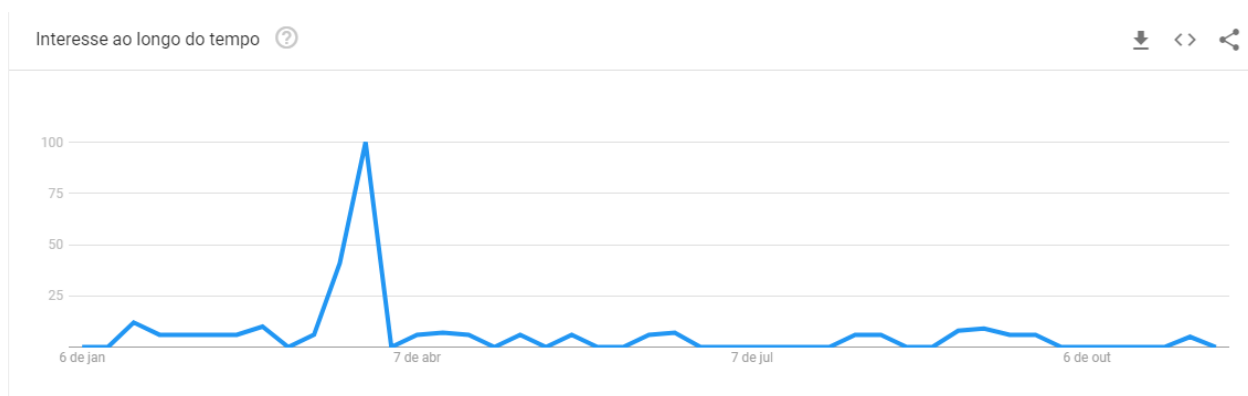


Gráfico 2: Análise de interesse pelo termo PerifaCon no ano de 2019

Fonte: Google Trends

Comentário: Durante o ano de 2019, a busca pelo termo PerifaCon mostrou-se estável, porém em níveis baixos. Os picos no início do ano se dão, principalmente, pela divulgação das matérias em veículos online antes do evento, após envio do *press release* por parte da equipe que concebeu o projeto. O cume está relacionado ao próprio dia do evento, com destaque para posts com hashtags em redes sociais e cobertura televisiva pela Rede Globo.¹³

FREQUENTANTES			
Perguntas	SIM	NÃO	Não respondeu
Negro/Pardo	57	21	0
Menor de 25 anos?	43	35	0
Mora em alguma favela de SP	29	46	3
1º evento cultural	42	36	0
Oportunidade de networking	9	59	10
Conhecimento sobre novas atividades locais	54	24	0
Contribui para a imagem das favelas	73	5	0
Gostaria de expor no próximo	10	61	7
Total: 78 respondentes. ~2% do público total.			

Tabela 1: Respostas dos frequentadores do PerifaCon

Fonte: Formulário físico pós evento

Comentário: O formulário físico pode não ter sido a melhor escolha para feedback após evento. O ponto é que não há como tornar questões obrigatórias ou exigir que todos respondam na hora que o recebem. Um formulário online permitiria atingir um número maior de pessoas e estabelecer perguntas obrigatórias, de maneira a compor uma base de dados informativa e comparativa. Para fins de comparação com o evento de referência, a Comic Con, seria interessante comparar os indicadores relativos à cor da pele e de residência, por exemplo. De qualquer maneira, os dados, mesmo que relativos à amostra pequena se comparado ao número absoluto de participantes (4mil) comprova as seguintes questões de pesquisa:

- *Nestes eventos é que muitas pessoas participam pela primeira vez de um grande evento cultural:* Mais de 53% dos respondentes confirmou que este era o primeiro evento cultural de grande porte que participavam.

¹³ SPTV: Perifacon leva cultura à periferia. Disponível em <http://g1.globo.com/sao-paulo/videos/t/bom-dia-sp/v/perifacon-leva-cultura-geek-para-a-periferia/7476665/>. Acesso em 10 de outubro de 2019.

- *Estes eventos reduzem estigmas e preconceitos geralmente apresentados em relação a favelas: Na visão de mais de 93% dos respondentes, o PerifaCon contribuiu positivamente para a imagem do Capão Redondo na mídia e, consequentemente, perante a opinião pública.*



Exposição de quadrinhos com rappers brasileiros no PerifaCon

Fonte: Portal Ponte



Concurso de Cosplay no PerifaCon 2019.

Fonte: G1



Trono de Ferro de Game of Thrones no PerifaCon.

Fonte: Portal Ponte

Comentário: As fotos trazem, principalmente, o engajamento e a ocupação do espaço por parte dos convidados do evento. Hipóteses relacionadas:

- *Os frequentadores se sentem mais à vontade para participar do evento ativamente (expondo, por exemplo) em relação a outros eventos elitizados: Pela ocupação do espaço.*
- *A entrada/realização/massificação de eventos realizados por e para a favela representa a entrada do sagrado (sociedade de sacralização do consumo) num ambiente visto como profano pela mídia: O consumo, aqui, é ressignificado através dos ícones de representação (cosplay, quadrinhos e trono). De acordo com Featherstone, a cultura de consumo “tem como premissa a expansão da produção capitalista de mercadorias” proporcionando maiores condições de lazer e atividades de consumo. Considera, também, que as pessoas utilizam as mercadorias como forma de “criar vínculos ou estabelecer distinções sociais” e que “há a questão dos prazeres emocionais do consumo, os sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural consumista e em locais específicos de consumo que produzem diversos tipos de excitação física e prazeres estéticos” (FEATHERSTONE, 1995, p. 31).*

IMPRENSA ESCRITA E ONLINE

PRÉ EVENTO

PÓS EVENTO

Veículo	Caráter Positivo	Caráter Cultural	Quebra preconceitos	Veículo	Caráter Positivo	Caráter Cultural	Quebra preconceitos
G1	✓	✓	✓	G1	✓	✓	✓
UOL	✓	✓	✓	UOL	✓	✓	✓
Omelete	✓	✓		Estadão	✓	✓	✓
Jovem Nerd	✓	✓		Terra	✓	✓	✓
UniversoHQ	✓	✓		Ponte	✓	✓	✓
Carta Capital	✓	✓	✓	Hypeness	✓	✓	
Brasil de Fato	✓	✓	✓				

Tabela 2: Análise das principais matérias disponíveis em mídia online a respeito do Perifacon

PerifaCon supera expectativa e recebe mais de 4 mil pessoas em sua 1ª edição REDAÇÃO - O ESTADO DE S. PAULO 28/03/2019, 15:42 'Comic Con das favelas' surpreendeu organizadores e mostrou a importância que a periferia de São Paulo enxerga no mundo pop, nerd e geek O Estado de São Paulo	Comic Con da Periferia, PerifaCon atrai cerca de 4 mil pessoas Evento foi realizado neste domingo (24) na Fábrica de Cultura do Capão Redondo, na Zona Sul de São Paulo. Por Fábio Tito, G1 SP 24/03/2019 17h52 · Atualizado há 7 meses G1
 Hypeness	 TRIP / QUADRINHOS / GAMES / PERIFERIA / NEGRITUDE Perifacon celebra a cena periférica de quadrinhos, games, cosplay e audiovisual, no Capão Redondo, extremo sul paulistano Por CAROL ETO 19.05.2019 UOL
ponte PerifaCon: 'Estamos conseguindo o que queríamos: construir pontes' 24/03/19 por Paloma Vasconcelos Compartilhe este conteúdo: Ponte	PerifaCon: evento gratuito promove cultura geek na favela Iniciativa de moradores do Capão Redondo quer quebrar barreiras culturais e democratizar a cultura pop Bruna Caetano Brasil de Fato São Paulo (SP), 21 de Janeiro de 2019 às 16:15 Brasil de Fato
PerifaCon, a primeira Comic Con da favela, acontecerá em março em SP Entrada é gratuita Publicado por Cesar Gaglianoni quinta-feira, 28 de março de 2019 às 17h50 · Atualizado há 8 meses Jovem nerd	Home / Notícias / Primeira PerifaCon acontece no mês de março em São Paulo Primeira PerifaCon acontece no mês de março em São Paulo Por Marcelo Naranjo Data: 20 fevereiro, 2019 UniversoHQ

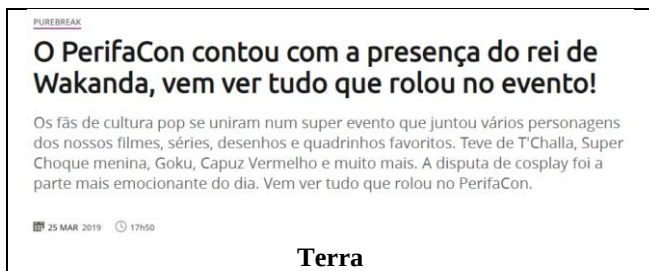
 O PerifaCon contou com a presença do rei de Wakanda, vem ver tudo que rolou no evento! Os fãs de cultura pop se uniram num super evento que juntou vários personagens dos nossos filmes, séries, desenhos e quadrinhos favoritos. Teve de T'Challa, Super Choque menina, Goku, Capuz Vermelho e muito mais. A disputa de cosplay foi a parte mais emocionante do dia. Vem ver tudo que rolou no PerifaCon. 25 MAR 2019 17h59 Terra	 Perifacon Convenção de quadrinhos acontece em março no Capão Redondo Evento terá exposições, debates, beco dos artistas e mais GABRIEL AVILA 19.03.2019 16h45 Omelete
---	--

Tabela 3: Manchetes das principais matérias disponíveis em mídia online a respeito do Perifacon

Comentário: Analisando as matérias veiculadas antes do evento, percebe-se que a mídia especializada em cultura geek (Omelete, Jovem Nerd e UniversoHQ) veicularam o press release, porém não imprimiram suas expectativas ou analisaram o evento do ponto de vista de ruptura ou significância deste para as pessoas que residem em periferias, sem ao menos veicular uma matéria após o evento. A grande mídia (G1, UOL, Estadão e Terra) entretanto, destacou os caracteres positivos do evento e realizaram cobertura em profundidade, explorando os benefícios socioculturais trazidos pela realização do PerifaCon. Durante o planejamento do evento, porém, a equipe não direcionou esforços para enviar um segundo press release com dados oficiais do evento, respondendo apenas a consultas pontuais. Também não entraram no mérito de alcance de matéria ou acompanhamento com as mídias especializadas. As veiculações midiáticas ratificam as seguintes hipóteses de pesquisa:

- *Estes eventos realçam o uso de termos positivos na mídia para se referir às favelas;*
- *Estes eventos reforçam o caráter cultural das favelas paulistanas;*
- *Estes eventos reduzem estigmas e preconceitos geralmente apresentados em relação a favelas;*
- *A entrada/realização/massificação de eventos realizados por e para a favela representa a entrada do sagrado (sociedade de sacralização do consumo) num ambiente visto como profano pela mídia.*



Prof. Elvis 25/03/2019 22h16

Vejo com bons olhos a postura de levar aos rincões dos grandes centros a cultura urbana Geek; contudo, não vejo evolução e tampouco mudança de postura em colocar a culpa sempre nos outros e por isso são renegados. Logicamente que há esta segregação, mas ao mesmo tempo a ideologia paternalista vinculada a dependência a instâncias superiores (contraditório, pois o evento tem todo um viés autônomo) sejam públicas ou privadas distorce o processo de evolução. Por exemplo, eles sempre falam na "cultura de paz", mas ao mesmo tempo os alunos das escolas públicas as destroem e desrespeitam os professores. Superficialmente não é possível enxergar o que acarretou tal violência na escola, mas ao mesmo tempo tratam as pessoas como anjos incapazes de cometer algum delito distorcendo a realidade em favor de um ato violento vivido posteriormente para justificar os vários atos violentos futuros. Por fim, é necessário evoluir e segregar as avessas.

👍 0 Responder 🚩

Comentário de internauta

Fonte: G1



Wender Taker 25/03/2019 16h57

Ganharam ponto positivo pelo incentivo a cultura Geek e perderam -100 por misturar política. Sério pra q fazer isso? Ridículo!!!

👍 3 Responder Respostas (2) 🚩

Comentário de internauta

Fonte: G1



Fabricio Santos 02/10/2019 17h27

Parabéns Mulecada! E que o crescimento e sucesso do evento para os próximos não subam a cabeça.

👍 0 Responder 🚩

Comentário de internauta

Fonte: Uol



Cavalo 02/10/2019 16h16

legal hein... digo mais... com um pouco mais de organização na próxima deve aparecer umas 30.000 pessoas.... eu estarei lá com certeza..... lembro dos modestos primórdios (como exemplo) do AnimeFriends..... e veja hoje..... só espero valores honestos...



Responder

Comentário de internauta

Fonte: G1

Comentário: Os comentários dos usuários de portais da internet repetiram o padrão dos quatro comentários veiculados acima: de um lado, os que simpatizam com a ideia e parabenizam a iniciativa e de outro os que analisam o evento como um levantamento político (o que de fato é e busca ser) mas o condenam pelo posicionamento. O PerifaCon tem de ter claro sua estratégia e o público que deseja atingir, para não esvaziar suas causas (cobrando valor alto de ingresso, por exemplo) e desrespeitar seus valores para atingir pessoas que não deveriam ser seu público alvo. A organização do evento também não contou com um mapeamento dos stakeholders.

COMENTÁRIOS	FUNÇÃO
Quando você consegue evidenciar que existe nerd na periferia, você abre um novo mercado e você quebra com estereótipo e preconceito. São formas novas de mostrar que a periferia é muito mais do que mostra na televisão e que as pessoas imaginam	Produtora do evento
A galera ou não tem dinheiro ou tem que pegar duas, três horas de ônibus para ir ao evento e acaba não indo. A gente sempre consumiu cultura geek e é muito bom ver um evento desses democratizando o acesso	Atração do evento (banda)
Vejo duas reações quando levamos alunos de periferias para esses eventos geeks caros: ou eles ficam acanhados porque se sentem envergonhados nesses espaços, ou ficam agressivos, porque não se sentem pertencentes. Eles assumem tal postura para se defender [...], mas, quando estamos em um lugar como esse, nos sentimos em casa. É outro tipo de visão. A Fábrica está aqui justamente para disseminar a cultura para as favelas"	Atração do evento (quadrinista)
"Esse evento me fez repensar minha vida enquanto consumidora de cultura[...] Achava que era algo distante porque ligava a eventos caros, coisas longe. Mas eu sempre gostei de ir ao cinema, me alfabetizei lendo gibis e a Bíblia	Criadora e produtora do evento

. "As pessoas se auto boicotam por causa da insegurança. Achem que não podem se inscrever em uma Comic Con Experience. E, em eventos assim, é diferente porque é de nós para nós"	Produtora do evento
“É muito revigorante expor meu trabalho nesse evento. Há um tempo eu achava que o meu espaço enquanto artista e mulher negra era muito limitado e estereotipado, eram espaços que eu não alcançaria se não através de uma arte marginal. Essa iniciativa, além de ser incrível, é muito importante nesse sentido, para dar visibilidade para artistas que já estão consolidados na cultura negra e para artistas emergentes que é o meu caso. A gente está podendo trocar contato, a grande maioria desses artistas eu não tinha conhecimento do trampo e são trabalhos que mostram narrativas únicas que o mundo não está tendo acesso”,	Atração do evento (artista plástica)
“É importante criar esses espaços de conversa e de troca com as pessoas da periferia, descentralizar essa questão e de colocar sempre a cultura a favor de uma elite branca. Essa é uma forma de artistas como eu, que sou periférico, de mostrar para pessoas periféricas o que eu produzo. É criar outros lugares de diálogo, de comunicação, de fazer o trabalho rodar nas mãos das pessoas. Não é só levar para o centro, é levar para o seu vizinho que mora no Capão”,	Atração do evento (artista)

Tabela 4: Comentários de membros da equipe do evento (produtores/criadores ou participantes)

Comentário: Para os produtores e expositores do evento, ele se tratou principalmente de identidade, representação e quebra de estereótipos. O principal objetivo para a realização do evento era acolher pessoas que, como eles, se sentissem deslocados ou talvez não pudessem comparecer a grandes eventos de cultura geek, festas da celebração do consumo cultural exacerbado e que requer alto poder aquisitivo. Pelos termos utilizados, o PerifaCon, na visão dos produtores e das atrações, é um projeto social, uma rede de conforto antes de ser um congresso de cultura geek.

7. CONCLUSÃO

Enquanto seres sociais, o que somos senão a combinação de nossas experiências e interações? O que representamos senão nossa identidade, nossas causas e nossas bandeiras (territoriais ou não)? Analisar o PerifaCon, sua repercussão e por quais atributos ele é identificado instaurou a busca por mais perguntas do que respostas. Em suma, é possível qualificar um projeto que cobre tantos pontos, representa tantas narrativas e ritos e fornece esperança a indivíduos cujas identidades ou histórias nem ao menos se conhece?

Buscando responder o questionamento principal deste trabalho, ou seja, por meio de quais atributos tanto as grandes mídias quanto os jovens da periferia reconhecem eventos culturais realizados por e para as favelas paulistas, neste caso em específico, o PerifaCon, produzi a nuvem de palavras abaixo:



WordCloud dos principais termos utilizados pela mídia para se referir ao PerifaCon

Fonte própria

Estes termos foram os mais utilizados para descrever o evento, tanto por parte dos participantes quanto da mídia especializada. Após a análise de todos os elementos previamente expostos, pode-se concluir que o PerifaCon é reconhecido com um evento disruptivo, no sentido em que vai contra eventos grandes do gênero – conhecidos não só pela qualidade mas também pelos valores financeiros gastos no processo – mas também no de que quebra barreiras logísticas e sociais para garantir uma experiência recompensadora para quem dele participa.

Na cultura nerd, o consumo é sacralizado e atua de forma a construir identidades e gerar identificação. “A esfera do consumo é hoje central no cotidiano do mundo globalizado, não só para os jovens, mas para os sujeitos contemporâneos de forma geral, ainda que caiba àquele lugar privilegiado no processo cultural” (ENNE, 2010, p.26). Ainda que atribuamos valor simbólico à produtos culturais, há de se reconhecer que a cultura nerd é inteiramente dedicada a catalogar e hierarquizar produtos da cultura da mídia. E o PerifaCon reverteu este paradigma: Levou um ritual sagrado (o consumo da cultura nerd) a um local profano (as favelas, como vistas pelas mídias), despiu o valor monetário e de compra e agregou o valor social a este ritual.

Entretanto, a tecnologia atual e os meios de produção-consumo, através da apropriação de diferentes plataformas, dispositivos e formatos, criam arranjos para as experiências diárias dos jovens. Dentro deste cenário de controle e mercantilização de informações pessoais, a discussão pública e as causas sociais são, por vezes, esvaziadas, por seu conteúdo ser transformado em publicidade e mercadoria, perdendo seu valor e efeito. O PerifaCon tem de, antes de tudo, estabelecer um plano de comunicação estratégica que explicita claramente suas causas, missão e valores.

Em suma, o PerifaCon é, antes de tudo, um evento democrático: não no aspecto em que democracia é representada como o cume de uma escalada linear até que haja o alcance da harmonia perfeita entre grupos de interesses antagônicos, mas de democracia plena enquanto existência de condições de possibilidade para disputas justas entre estas representações e visões de mundo diferentes e conflitantes. Baseado nisso prosperou o Perifacon: um evento totalmente independente, executado por pessoas jovens ambiciosas e com conhecimento acerca do cenário cibercultural e social, que conseguiu reunir um público que a indústria nunca tinha investido ou dado atenção anteriormente.

REFERÊNCIAS

- ANSEL, Thiago & BAHIA, Silvana. "Mídia e Favela: Comunicação e democracia nos Espaços Populares" In: IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. Rio de Janeiro, 2011
- ARNAULT, Renan & ALCANTARA E SILVA, Victor. 2016. "Os Ritos de Passagem". In: Enciclopédia de Antropologia. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia. Disponível em: <http://ea.fflch.usp.br/obra/os-ritos-de-passagem>
- AZEVEDO Marques, Manuel Eufrásio, Província de São Paulo, Editora Itatiaia, Ed. 4. 2002
- BOLTER, J. David & GRUSIN, Richard. (2000). Remediation: Understanding new media. Cambridge, MA: MIT Press
- BOURDIEU, Pierre - Efeitos do Lugar. In: Pierre Bourdieu (org.) A Miséria do Mundo. Petrópolis: Editora Vozes, 1997. p.157-160.
- BRITTO, Janaína.; FONTES, Nayara. Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Editora Aleph, 2006.
- BRITTO, Janaína. Estratégias para eventos. São Paulo: Aleph, 2002.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio - Cidade de Muros. Crime, Segregação e Cidadania em São Paulo. São Paulo: Editora 34, 2000
- CANCLINI, Néstor Garcia. (1998). Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. (Heloísa P. Cintrão & Ana Regina Lessa, Trans.). São Paulo, Brazil: Edusp.
- CARLOS B.: A Cidade do Pensamento Único: desmanchando consensos. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
- CASTELLS, Manuel. (2009). Communication power. New York: Oxford University Press.
- CASTELLS, Manuel – A sociedade em rede (a era da informação: economia, sociedade e cultura) vl.1 – São Paulo: Paz e Terra, 1999
- COGO, Rodrigo Silveira. Da memória ao storytelling: em busca de novas narrativas organizacionais. 2012. Dissertação (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola

de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. doi:10.11606/D.27.2012.tde-05122012-171130. Acesso em: 2019-11-20.

CORREA, Felipe Botelho. Imaginários do medo: imprensa e violência urbana / Felipe Botelho Corrêa ; orientador: Renato Cordeiro Gomes – 2008.

DAVIS M. (2010), *The Planet of Slums*, Verso, Londra.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DI FELICE, Massimo. *Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social*. [S.l: s.n.], 2012

DINIZ dos Santos M.T., FRANÇA E. (2008), *Urbanização de Favelas. A Experiência de São Paulo*, Marcos Boldarini, São Paulo.

DUARTE, Jorge (Org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas, 2009.

FRANÇA E., BARDA M. (2010), *A cidade informal no século 21*, Tinta Pura, São Paulo.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. (2010). *Ciberespaço: Conceito à procura de um nome*. Revista Famecos, 1(37), 25-31.

FERRACCIÙ, João de Simoni Soderini. *Marketing Promocional: a evolução da promoção de vendas*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FIX M., Arantes P., Tanaka G. (2003), *Understanding slums: Case studies for the Global Report on Human Settlements*. UN-HABITAT, São Paulo [www.unhabitat.org].

FRANÇA E. (Ed), (2000), *Guarapiranga: urban and environment rehabilitation in the City of São Paulo*, Marcos Carrilho Arquitetos, São Paulo.

FRANCA, Fábio – *Relações Públicas: visão 2000* in *Obtendo Resultados com Relações Públicas*, Margarida Maria K. Kunsch (org.), São Paulo: Pioneira, 1997.

GENNEP, Arnold van. *Os ritos de passagem: estudo sistemático dos ritos da porta e da soleira, da hospitalidade, da adoção, gravidez e parto, nascimento, infância, puberdade, iniciação, ordenação, coroação, noivado, casamento, funerais, estações, etc...* Petrópolis: Vozes, 1978.

- GIACAGLIA, Maria Cecília. Organização de eventos: teoria e prática. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2010.
- GIACOMO, Cristina. Tudo acaba em festa. Evento, líder de opinião, motivação e público. São Paulo: Editora Página Aberta, 1993.
- GOMES, Rircardo. Pesquisa Social. teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro: Vozes, 1994
- HABERMAS, J. Uma conversa sobre questões da teoria política. In: Novos Estudos CEBRAP, nº 47, mar. São Paulo: Ed. Brasileira de Ciências Ltda, 1997.
- HARDINGHAM, Almir. trabalho em Equipe. São Paulo Nobel, 2000.
- HELLER, Agnes. O cotidiano e a história. 2ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1985. 121p.
- KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. Líbero. São Paulo, vol. 6, n.11, p. 4-15, 2003. Traduzido por Rosemary Duarte.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling – Planejamento de relações públicas na comunicação integrada – 4 ed. rev., atual. E ampl. – São Paulo: Summus, 2003
- JOBIM, José Luís. O movimento modernista como memórias de Mário de Andrade. Revista IEB, São Paulo, n. 55, p. 13-26, 2012.
- LEMO, André. (2010). Mobile communication and new sense of places: A critique of spatialization in cyber culture. Revista Galáxia, São Paulo, 16, 91-108.
- LINTON, Ralph. O Homem, uma introdução à Antropologia, São Paulo, 1999
- LIPPMANN, Walter. Opinião Pública. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
- LÓPEZ A., FRANÇA E., K. Prado Costa (2010), Cortiços: A Experiência de São Paulo,
- MAGALHAES, Fernanda; VILLAROSA, Francesco Di – Urbanização de favelas, Lições Aprendidas no Brasil, Editor Fernanda; Villarosa, Francesco di, 2012
- MARTIN, V. Manual prático de eventos. São Paulo: Atlas, 2003 Prefeitura da Cidade de São Paulo, São Paulo.

MOTTA, Fernando C. P.; CALDAS, Miguel P. (orgs.). Cultura organizacional e cultura brasileira. São Paulo: Atlas, 1997.

MOSTAÇO, Edélcio. Teatro e política: Oficina e Opinião. São Paulo: Proposta Editorial, 1982.

NÓRA, Gabriela; PAIVA, Raquel. "Comunidade e Humanismo prático: a representação da Periferia no Rio de Janeiro". In: Comunidade e Contra-hegemonia: Rotas de comunicação alternativa. Rio de Janeiro: Mauad X; FAPERJ, 2008.

PERALVA, Angelina - Violência e Democracia: Paradoxo Brasileiro. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2016.

PEREZ, Sandra. Santo André: a invenção da cidade. Dissertação de Mestrado. USP: São Paulo, 2010.

RUAS, Maria das Graças – Políticas Públicas – Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; (Brasília): CAPES: UAB, 2009

SCHEIN, Edgar H. Guia de Sobrevivência da Cultura Corporativa. Rio de Janeiro: José Olympio, 2004.

SCHMITT, Bernd H. Marketing Experimental. Tradução de Sara Gedanke. São Paulo: Nobel, 2002.

SOARES, Sérgio. A crise da política habitacional: dilemas e perspectivas para o final dos anos 90. In. AZEVEDO, Sérgio de; ANDRADE, Luis Aureliano G. de (orgs.). A crise da moradia nas grandes cidades – da questão da habitação à reforma urbana. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996

UN-HABITAT (2010), São Paulo: A Tale of Two Cities, United Nation Human Settlements Programme, Nairobi [www.unhabitat.org].

VIRILIO, Paul. (2000). Cibermundo: A política do pior. Lisbon, Portugal: Teorema.

ZANELLA, Luiz Carlos. Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização. São Paulo: Atlas, 2003.