



Universidade Federal Fluminense  
Instituto de Ciências Humanas e Filosofia  
Departamento de Antropologia  
Disciplina: GAP 00130 – Cultura Brasileira e Comunicação  
Prof<sup>a</sup>. Laura Graziela Gomes  
Estagiário docente: Diego Iendrick (doutorando PPGA)  
2º semestre de 2022 – 4<sup>as</sup> e 6<sup>as</sup> feiras de 16 às 18 horas

Ementa: Questões teóricas e metodológicas para o desenvolvimento do trabalho de campo em antropologia da mídia no Brasil. Treinamento prático através de pesquisas orientadas.

### **I – Proposta de programa:**

O advento da modernidade europeia ocidental tem como uma de suas referências principais o surgimento da imprensa, que possibilitou a emergência de uma cultura do impresso, na qual a escrita e a ilustração reunidas numa tecnologia – uma máquina inventada por Gutemberg em 1430 – promoveu a secularização e a difusão do conhecimento até então acumulado para um público mais amplo. Além disso, dentre outras mudanças sociais e culturais importantes, tem-se o desenvolvimento do sistema escolar e da escolarização moderna, cuja marca distintiva foi a hegemonia do livro, da leitura e da escrita como principal veículo do conhecimento e da informação. Um pouco mais adiante, no início dos tempos modernos ocorre a ampliação da cultura do impresso que pouco a pouco adota o sistema de reprodução industrial – criando, assim, a chamada indústria cultural (mídia), a partir da criação de outros meios impressos igualmente técnicos, como jornais, revistas, panfletos, anúncios, cartazes etc.

Tomando os eventos acima como ponto de partida, o curso pretende empreender uma reflexão sobre a categoria “cultura brasileira”, tendo em vista as origens e formação da sociedade brasileira como colônia europeia (Portugal) até 1822. O fato mesmo de que esta é a categoria étnica consagrada nos faz supor que ela se deve em grande parte ao fato de que a questão étnica e racial foi de fato um impedimento para o letramento e a escolarização da sociedade brasileira que nunca se realizou, de fato, como direito universal para todos os brasileiros, mas, ao contrário, continuou sendo um privilégio das elites descendentes dos colonizadores europeus.

Nesse sentido, torna-se importante refletir sobre a importância do impacto da leitura e da escrita em nossa sociedade, ou seja, de como a cultura do impresso, ao contrário dos países desenvolvidos não promoveu o desenvolvimento nem a autonomia cultural/intelectual. Nesta direção vale refletir também sobre as relações que o não letramento possui na construção das instituições políticas e culturais do país e a relação que, por conta disso, será estabelecida com as novas mídias que foram sendo importadas para o Brasil a partir da República.

### **II – Objetivos do curso:**

O objetivo principal do curso é preparar alunos de graduação (Antropologia, Ciências Sociais, Sociologia etc) de forma teórica e metodológica para que possam pensar com mais acuidade as relações que a sociedade brasileira desenvolveu historicamente com a Mídia, ao mesmo tempo que permite pensar outros objetos possíveis (acadêmicos ou não), já que uma das possibilidades que se apresenta em termos de trabalho, diante do contexto de intermedialidade e transmedialidade no qual vivemos, é a necessidade imperiosa de produzirmos conteúdos culturais e midiáticos de qualidade.

### **III – Dinâmica do curso:**

O curso será desenvolvido em duas partes simultaneamente: a primeira formada com base nas discussões dos textos da bibliografia em aulas expositivas; a segunda será o trabalho – para fins de avaliação - que deverá ser desenvolvido durante o curso e será realizado em etapas que serão programadas. Segue abaixo o plano de curso que será apresentado no início do curso. A bibliografia será fornecida no início das aulas.

### **1 – A 1ª volta do parafuso: a cultura do impresso**

Livros: autores, editores e leitores. O que é a leitura? História do livro, da leitura e formas de leitura. Os gêneros literários. O teatro e o romance (será dada uma ênfase para este gênero). Outras formas de impresso: Jornais, revistas, cartazes e panfletos. A leitura e a escrita no Brasil colonial, Império e a partir da República. A fotografia no Brasil do Segundo Império.

#### **Referências bibliográficas:**

- AZEVEDO, Fernando. *A cultura brasileira*. Parte III A transmissão da cultura. Rio de Janeiro: Fundação IBGE, pp.287-456.
- CHARTIER, Roger. “Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico”. In: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol. 8, n. 16, 1995, p. 179-192.
- CHARTIER, Roger. *Os desafios da escrita*. São Paulo: Editora UNESP, 2002.
- FREIRE, Paulo. “A importância do ato de ler”. In: FREIRE, Paulo. *A importância do ato de ler: em três artigos que se completam*. São Paulo: Autores Associados; Cortez, 1989.
- HAVELOCK, Eric. *La musa aprende a escribir. Reflexiones sobre oralidad y escritura desde la Antigüedad hasta a el presente*. Buenos Aires: Ed. Paidós,
- ONG, Walter. *A cultura da escrita. A tecnologização da palavra*. Campinas: Ed. Papirus, 1998.

### **2 – A 2ª volta do parafuso: cinema, rádio, televisão e a formação de uma cultura de massas.**

A formação da mídia no Brasil: jornais e revistas. A chegada do rádio. O encontro da oralidade primária com a oralidade secundária. Pensar conceitos de “cultura de massas”, “indústria cultural”, “mídia” no contexto de uma sociedade que permanece iletrada e não é composta por cidadãos. Produtores e consumidores de mídia: o Brasil na era do rádio e o surgimento da Televisão. A reprodução técnica, a cadeia produtiva para a produção de conteúdos midiáticos e a formação dos mercados de mídia no Brasil; diferenças entre fazer cinema e possuir uma indústria cinematográfica. A importância do cinema como equipamento urbano no processo de modernização do Brasil.

#### **Bibliografia: ainda terá acréscimos.**

- ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 3. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1979.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Comunicação, cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1987.

### **3 – A 3ª volta do parafuso: da cibernética à vida no ecrã:**

O Brasil como Sociedade do espetáculo. O carnaval e o futebol. Intermedialidades, hipermedialidades, a cultura da convergência, a cultura da conexão, cultura da participação, sociedade do controle.

#### **Bibliografia: ainda terá acréscimos.**

- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*.  
\_\_\_\_\_. *Cultura da Conexão*.

