

## A imagem do Congresso representada no Instagram e Twitter em meio ao processo de impeachment de Dilma Rousseff<sup>1</sup>

Mauricio TONETTO<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### Resumo

O artigo analisou o processo de identidade e construção cultural por meio de duas redes sociais. Durante 16 dias, foi mapeado o uso feito do Twitter e do Instagram por um grupo de membros, com base em palavras relacionadas ao Congresso e aos desdobramentos da crise política que levou ao *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff. Procurou-se, com o aplicativo IFTTT, identificar, entre as imagens e os textos sobre o Congresso compartilhados pelos usuários, quais predominaram nos conteúdos online publicados dias após a abertura do impeachment no Senado, com o objetivo de questionar se o contexto político-social foi determinante para as postagens dos pesquisados. Concluiu-se que as redes foram utilizadas majoritariamente sem cunho doutrinário e que o Congresso serviu de palco para os internautas representarem imagens de si próprios, descolados da política.

**Palavras-chave:** Identidades culturais; redes sociais; Twitter; Instagram; Congresso Nacional.

### Introdução

À medida que o consumo de informações, a troca de conhecimento e as interações entre as pessoas tornam-se cada vez mais dependentes dos telefones móveis<sup>3</sup>, a tecnologia adquire, para o ser humano, o aspecto de uma segunda natureza (BOLTER, GRUSIN, 2000). É por meio dela que o sujeito conectado cria formas de expressões pessoais e constrói múltiplas imagens de si mesmo para serem utilizadas em diferentes representações no ambiente digital.

Com o aperfeiçoamento dos aparelhos celulares e a popularização do acesso à internet móvel, a web emaranhou-se numa imensa rede ubíqua – presente ao mesmo tempo em todos os lugares, permanentemente. Nela, o usuário se movimenta entre diversos espaços *online* e interage de forma simultânea em ambientes variados. O avanço da tecnologia deu a ele também o poder de coautoria da imagem pessoal dentro da rede, já que

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital, integrante do 11º Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Graduado em Jornalismo pela PUCRS. Especialista em Jornalismo, Gestão e Novas Mídias pela ESPM-Sul. Aluno de Mestrado em Comunicação Social na PUCRS. E-mail: [mauricio.tonetto@gmail.com](mailto:mauricio.tonetto@gmail.com)

<sup>3</sup> Em inglês, *mobile phones* ou apenas *mobile*.

a definição do que é exibido ou omitido nas páginas que compõem seus avatares<sup>4</sup> cabe ao internauta, com o uso de aplicativos e *softwares*.

Inserido nessa nova sociedade, baseada na superabundância de informações de todos os tipos (MANOVICH, 2001), ele adota identidades que não são necessariamente unificadas ao redor de um “eu” coerente (HALL, 1998). Pelo contrário. Como diz Stuart Hall<sup>5</sup>, a identidade é uma “celebração móvel”, formada e transformada de maneira contínua nas relações com os sistemas culturais. No controle de seus personagens, o usuário transita por redes sociais – espaços abertos de discussão e interação – com diferentes máscaras, conforme a necessidade e o perfil da rede, criando cultura.

Com base nesta premissa, o presente trabalho analisou o processo de identificação e construção cultural por meio de duas redes sociais virtuais. Durante 16 dias, foi mapeado o uso feito do Twitter<sup>6</sup> e Instagram<sup>7</sup> por um grupo de integrantes, com base em algumas palavras relacionadas ao Congresso Nacional e aos desdobramentos da crise política que originou o afastamento e pedido de *impeachment* da ex-presidente da República do Brasil, Dilma Rousseff. Procurou-se, através do aplicativo IFTTT<sup>8</sup>, identificar quais imagens e textos sobre o Congresso foram compartilhados pelos usuários e quais predominaram nos conteúdos *online* publicados, com o objetivo de questionar se o contexto político-social foi determinante para as postagens dos pesquisados.

## A construção de identidades no ambiente virtual

O mundo pós-moderno, envolto num processo de deslocamento de estruturas e fragmentação de paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, enfrenta uma crise de identidade que o está levando a uma ampla mudança social. A ideia outrora vigente de sujeitos integrados dá lugar à descentralização, onde as bases sociais, até então sólidas, são dissipadas. Como falar em unidade com tanta divisão?

<sup>4</sup> Cibercorpos ou figuras gráficas que emprestam vida simulada aos cibernautas dentro dos mundos paralelos do ciberespaço.

<sup>5</sup> Sociólogo jamaicano (1932-2014). Foi um dos fundadores da escola de pensamento conhecida hoje como Estudos Culturais. Dirigiu o Centro de Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade de Birmingham de 1968 a 1979, e presidiu a Associação Britânica de Sociologia entre 1995 e 1997.

<sup>6</sup> Microblog que permite publicações de até 140 caracteres, com fotos, vídeos e textos. Pode ser acessado em <http://www.twitter.com>

<sup>7</sup> Rede social de compartilhamento de fotos e vídeos. Pode ser acessada em <http://www.instagram.com>

<sup>8</sup> *If This Then That*, aplicativo que cria conexões entre sites e redes sociais e gera dados para, por exemplo, analisar o uso de determinadas palavras ou *tags* comuns.

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 1998, p. 13)

Sendo assim o sujeito pós-moderno, a sociedade atual, naturalmente, não poderia ter como paradigma de identidade a unidade. Na verdade, ambos – indivíduo e sociedade – estão diante de algo sempre incompleto e em permanente formação. É um fluxo cultural contínuo, impulsionado pelo consumismo global e pela internet, que conectam e influenciam milhões de pessoas com mensagens, imagens e estilos. Essa difusão “contribui para o efeito de ‘supermercado global’. No interior do discurso do consumismo mundial, as diferenças e distinções, que definiam a *identidade*, ficam reduzidas a uma *língua franca* internacional” (HALL, 1998).

Acima de tudo, e de forma diretamente contrária àquela pela qual elas são constantemente invocadas, as identidades são construídas por meio da diferença e não fora dela. Isso implica o reconhecimento radicalmente perturbador de que é apenas por meio da relação com o Outro, da relação com aquilo que não é, com precisamente aquilo que falta, com aquilo que tem sido chamado de seu *exterior constitutivo*, que o significado “positivo” de qualquer termo – e assim, sua “identidade” – pode ser construído. (HALL in SILVA, 2009, p. 110)

Estimulado pela tecnologia, o usuário precisa assumir posições – identidades – nos espaços virtuais, que são representações, construídas “ao longo de uma falta, ao longo de uma divisão, a partir do lugar do Outro e que, assim, não podem, nunca, ser ajustadas – idênticas” (HALL, 2009). Criando estilos de vida *online* peculiares para se expressar, baseados em diferentes representações, ele reconhece nas novas mídias as ferramentas ideais de mediação para o preenchimento dessa falta, “a mais perfeita realização da utopia de sociedade ideal, composta por indivíduos únicos” (MANOVICH, 2001). Assim, as múltiplas telas que o rodeia vão assumindo, gradualmente, sua principal referência de mundo.

Caron e Caronia (2007) afirmam que vivemos uma espécie de “teatro ao vivo”, mediado por telefones móveis que estruturam as vidas cotidianas e refletem as ações imediatas da grande comunidade agregada no mesmo ambiente. Dentro dela, o indivíduo pode estar em vários locais simultaneamente, em vez de um só, tendo, portanto, a opção de

desempenhar diferentes papéis sociais. Ao passar de “um mundo para outro”, ele só tem de trocar também o papel desempenhado e assumir uma nova identidade. Para tal, cria avatares – representações das identidades autogeradas – e navega pelos espaços da rede.

Mais do que nunca, hoje, a questão do “onde” se expande para cobrir a questão do “quem”; a lógica da identidade localizada está sendo justaposta por uma nova lógica de identificação deslocalizada. A questão da identidade não pode ser dissociada da questão do local, que não está limitada à geografia. Desde que identidade é ao mesmo tempo localização e auto representação no mundo (Baudry 1999), isso é ancorado em cultura e política. (CARON, CARONIA, 2007, p. 18)

Com valores culturais em constante transformação, o sujeito conectado se adapta a contextos por vezes contraditórios e se expõe de jeitos distintos no universo virtual. Mesmo que defenda uma ideia ou visão de mundo, ele apresentará frequentemente uma postura que não condiz com sua convicção mais íntima, pois ela pode não ser aceita pelos demais ou, pior, tornar-se motivo de repulsa barulhenta. Por isso, uma comunidade virtual não revela o caráter real de uma identidade, e sim a fluidez de numerosas identificações autogeradas que necessitam ser analisadas dentro de contextos para que se chegue a uma definição do que está por trás do discurso e da imagem apresentada.

### **Redes sociais virtuais: mediadoras de culturas**

Para os autores André Caron e Letizia Caronia, “a vida cotidiana é concebida como um trabalho cultural sem fim” (2007). Todos os objetos e contextos, todas as ações e características que moldam as sociedades estão baseadas em um constante engajamento das pessoas em construir significados no cotidiano.

Com o fenômeno da ubiquidade tecnológica, o mundo foi aproximado de forma radical, e as pessoas passaram a ter acesso às práticas de inúmeras culturas globais, podendo dialogar com elas com a facilidade do toque de um dedo na tela.

As tecnologias tornam-se uma parte integral da nossa cultura quando elas penetram a cultura como influentes personagens em nossas histórias diárias, como coisas de que falamos a respeito e devemos saber como falar sobre, como sujeitos dessas micronarrativas da vida diária através das quais se constroem e desconstroem o sentido das coisas. O significado que atribuímos à tecnologia, a sua influência crucial na nossa vida social, sua capacidade de formular nossa vida social – em suma, seu poder cultural e social – na verdade emerge a partir da cultura da vida

diária, constantemente construída através das conversas cotidianas. (CARON, CARONIA, 2007, p. 47)

Atuando como mediadoras desses diálogos, as redes sociais abarcam dentro de seus ambientes virtuais os interessados em fazer parte de uma realidade paralela que, pela importância que adquire progressivamente na comunicação diária, torna-se a realidade – o teatro ao vivo. Isso é verificado, por exemplo, quando o sujeito só consegue sentir-se parte de um determinado lugar se compartilha virtualmente aquela experiência – seja por imagem, seja por texto.

Os telefones móveis, de certo modo, viraram extensões físicas das pessoas. Pequenos, leves, fáceis de manusear e práticos, eles não são apenas objetos de e para comunicação: são os únicos dispositivos capazes de refletir virtualmente todas as ações de uma pessoa na vida cotidiana em tempo real. Difícil, hoje, é estar desconectado.

Entre os jovens, o “off” tem sido deletado de seus modelos culturais de telefone móvel. De um ponto de vista fenomenológico, isso simplesmente não existe. Responder em praticamente qualquer lugar, a qualquer tempo, tornou-se vital. (CARON, CARONIA, 2007, p. 41)

A mobilidade intrínseca do telefone celular, que evolui rapidamente em termos de design e funcionalidade, possibilita ao usuário ficar ligado na rede social o tempo que achar conveniente. Não há mais a necessidade de estar em um local físico para interagir, e isso mudou drasticamente a relação dele com o mundo. Ele tem agora mais ferramentas para falar, trocar, (re)construir sua identidade e reorganizar e regular sua conduta em relação aos outros do que em toda a História.

Stuart Hall (1997) entende que a aproximação progressiva entre as experiências e visões de mundo causam “impacto sobre os modos de viver, sobre o sentido que as pessoas dão à vida, sobre suas aspirações para o futuro – sobre a ‘cultura’ num sentido mais local”. Os significados culturais, segundo o autor, moldam e influenciam a conduta e as ações das pessoas, e regulam normativamente o que é aceitável e não aceitável. Essa lógica, transposta ao ambiente virtual, leva a uma série de classificações sobre comportamento, roupas, hábitos, costumes e práticas nas redes sociais.

Quando uma pessoa pode ser definida como alguém cujas ações são sempre inaceitáveis, conduzidas por normas e valores que não compartilhamos, nossa conduta em relação a essa pessoa será modificada. Classificar ações e comparar condutas e práticas humanas de acordo com nossos sistemas de classificação cultural é mais uma forma de regulação cultural. (HALL in THOMPSON, 1997, p. 20)

A regulação cultural nas redes sociais coloca ações, condutas e práticas humanas em contradição e, às vezes, conflito. Ao utilizar o Twitter, por exemplo, o usuário emite mensagens carregadas de subjetividades e valores para seus seguidores, que podem lhe trazer prejuízos. Quando opta por expor uma imagem no Instagram, o membro da rede está compartilhando com o mundo a representação ou o recorte de um contexto, também carregado de subjetividade. As mensagens podem ser mal recebidas, mal interpretadas, rechaçadas publicamente e até interferir no trabalho e nas relações interpessoais do emissor.

O defensor da legalização das drogas dificilmente emitirá sua opinião verdadeira se o local onde ele está empregado tem uma postura diferente a respeito do assunto? Sim, a menos que não se importe em ser demitido.

O apoiador de um crime de racismo se sentirá à vontade para atacar um negro se souber que aquela atitude poderá chegar ao conhecimento de todos e leva-lo a sanções penais? Então, antes de se lançar no palco do teatro ao vivo, o internauta, via de regra, calcula como vai se portar, que máscara usará e que figura mostrará – quem vai representar.

O que denominamos “nossas identidades” poderia provavelmente ser melhor conceituado como as sedimentações através do tempo daquelas diferentes identificações ou posições que adotamos e procuramos “viver”, como se viesse de dentro, mas que, sem dúvida, são ocasionadas por um conjunto especial de circunstâncias, sentimentos, histórias e experiências única e peculiarmente nossas, como sujeitos individuais. (HALL in THOMPSON, 1997, p. 8)

## **O Congresso como palco do eu**

Após analisar o Twitter e o Instagram, entre os dias 17 de maio e 1º de junho de 2016, foi constatado que, a despeito dos acontecimentos que culminaram no afastamento da presidente do Brasil do cargo, Dilma Rousseff, por votação da Câmara dos Deputados e do

Senado Federal, em Brasília (DF)<sup>9</sup>, os temas *impeachment* e crise política ficaram em segundo plano. A pesquisa, intitulada “Congresso Nacional refletido no Instagram e Twitter”, avaliou 1.395 fotos e 1.910 textos do Instagram, e 310 tuítes do Twitter.

Palavras-chave ligadas ao momento político do país, os perfis das redes e os termos que apareceram nas publicações quando se buscou “Congresso Nacional” englobaram os critérios de seleção da pesquisa. Por meio do IFTTT – ferramenta que permite a criação de receitas que vinculem diferentes redes entre si com base em palavras, *hashtags*, *tags*, serviços e ações para a execução de comandos que gerem dados para análises –, Twitter e Instagram foram sincronizados e originaram planilhas com informações, transformadas em gráficos. No Instagram, a categoria “protesto + multidão” ocupou o último lugar em volume de compartilhamentos em comparação a “arquitetura”, “sorriso”, “selfie” e “turismo”. Predominaram imagens que pouco ou nada têm a ver com embates políticos e ideológicos ou com o cenário político nacional:

---

<sup>9</sup> Em 12 de maio, os senadores, por 55 votos favoráveis e 22 contrários, confirmaram a abertura do processo de *impeachment* de Dilma e o afastamento dela da presidência. O impedimento foi confirmado no dia 31 de agosto de 2016.

Análise das fotos através do google fotos			links
Arquitetura	470	33.7%	<a href="https://goo.gl/photos/rcPwNmMv8JCeHXTE9">https://goo.gl/photos/rcPwNmMv8JCeHXTE9</a>
Sorriso	335	24.0%	<a href="https://goo.gl/photos/o4CN5CFpjcwyQJhn6">https://goo.gl/photos/o4CN5CFpjcwyQJhn6</a>
Selfie	211	15.1%	<a href="https://goo.gl/photos/xA27iQ6rwdGf8LA98">https://goo.gl/photos/xA27iQ6rwdGf8LA98</a>
Turismo	100	7.2%	<a href="https://goo.gl/photos/KGYuGqNXpveYUSFd9">https://goo.gl/photos/KGYuGqNXpveYUSFd9</a>
Protesto + multidão	62	4.4%	<a href="https://goo.gl/photos/7ubgxhaYtxyPykKn8">https://goo.gl/photos/7ubgxhaYtxyPykKn8</a>
TOTAL	1395		<a href="https://goo.gl/photos/2JbhfikDTvAg1zph6">https://goo.gl/photos/2JbhfikDTvAg1zph6</a>



Entre as *hashtags* e legendas das postagens verificadas no Instagram, apareceram as seguintes, por ordem decrescente de quantidade: “Brasil”, “Senado”, “Congresso”, “Trabalho”, “Temer<sup>10</sup>”, “Luta”, “Bolsonaro<sup>11</sup>”, “Dilma”, “Golpe<sup>12</sup>” e “Impeachment”. As três primeiras tiveram mais a ver com geolocalização do que com política (figura abaixo).

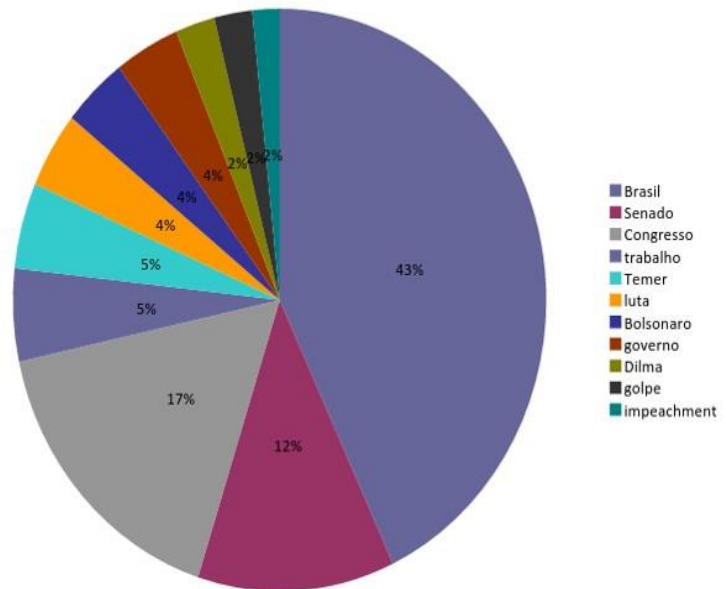
<sup>10</sup> Michel Temer, vice-presidente da República, assumiu o cargo de presidente da República após o *impeachment* de Dilma Rousseff.

<sup>11</sup> Deputado federal Jair Bolsonaro (PMDB-RJ), um dos mais polêmicos parlamentares da atual legislatura.

<sup>12</sup> Termo usado por apoiadores de Dilma Rousseff para definir o processo de *impeachment* que culminou no seu afastamento definitivo da Presidência da República.

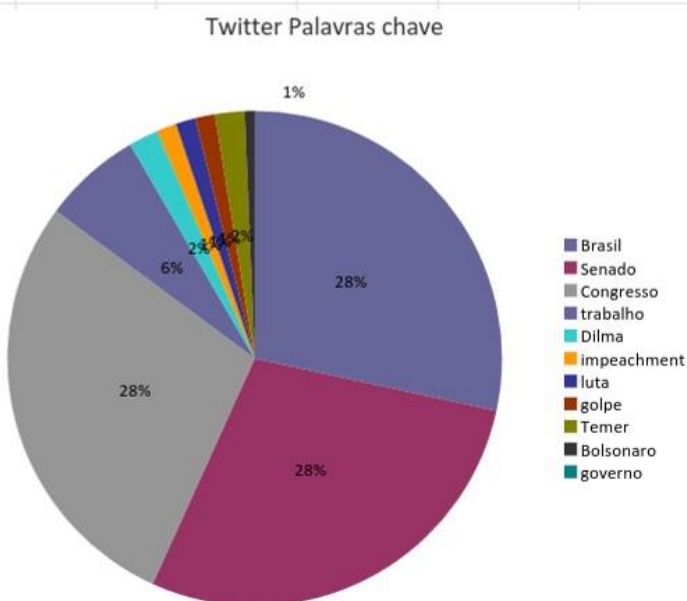
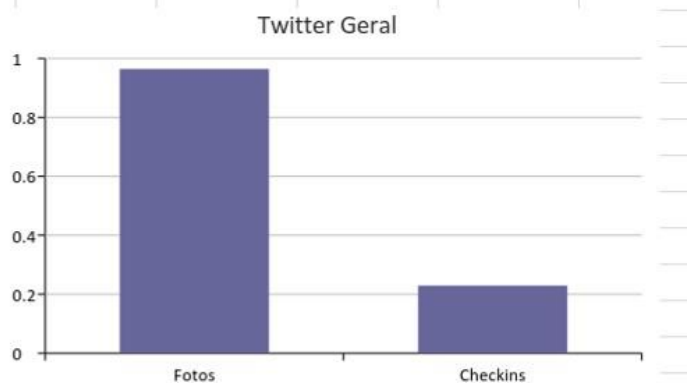


Palavra-chave	ocorrência	%
Brasil	468	24.5%
Senado	130	6.8%
Congresso	181	9.5%
trabalho	56	2.9%
Temer	52	2.7%
luta	46	2.4%
Bolsonaro	43	2.3%
governo	43	2.3%
Dilma	26	1.4%
golpe	25	1.3%
impeachment	18	0.9%
	1910	



No Twitter, assim como no Instagram, as postagens quase não entraram no mérito das brigas políticas e ideológicas do Congresso. Outra vez, a geolocalização teve influência maior (figura abaixo).

GERAL		
Fotos	299	96.45%
Checkins	71	22.90%
Palavras chave		
Brasil	44	14.19%
Senado	44	14.19%
Congresso	44	14.19%
trabalho	10	3.23%
Dilma	3	0.97%
impeachment	2	0.65%
luta	2	0.65%
golpe	2	0.65%
Temer	3	0.97%
Bolsonaro	1	0.32%
governo	0	0.00%
Total	310	



Os gráficos demonstraram que o contexto político-social do Congresso não determinou as ações dos usuários das duas redes pesquisadas. A categoria “arquitetura”, no Instagram, indica, por exemplo, que os prédios e espaços públicos projetados em Brasília pelo arquiteto Oscar Niemeyer<sup>13</sup> tiveram mais destaque do que a política. No Twitter, as palavras-chave “Brasil”, “Senado”, “Congresso” e “trabalho” ficaram vinculadas ao lugar físico – geolocalização –, sem entrar no mérito do político.

Mesmo falando do epicentro das disputas ideológicas do Brasil, os internautas apresentaram distanciamento da polarização política e focaram suas mensagens em imagens e textos que os refletissem dentro daquele cenário, independentemente do que estava

<sup>13</sup> Nascido em 1907, Oscar Niemeyer morreu em 2012 e deixou uma extensa obra no Brasil. É considerado um dos principais arquitetos responsáveis pelo desenvolvimento da arquitetura moderna no país.

ocorrendo. Os dados apontam que as redes foram utilizadas, na maioria dos casos, sem cunho ideológico, doutrinário ou até informativo, e que o Congresso serviu de palco para os internautas representarem imagens de si próprios, descolados da política.

### **Considerações finais**

O avanço tecnológico dá aos seres humanos um horizonte de expressão amplo e quase irrestrito. Para o bem ou para o mal, um dispositivo conectado à internet é uma porta aberta ao mundo, e não há como controlar o fluxo de mensagens que entram e saem, apenas media-lo. Cada vez mais os indivíduos têm o poder de construir suas próprias culturas e identidades na nova engrenagem humano-tecnológica por meio de práticas digitais. O surgimento das redes sociais virtuais é consequência natural disso.

O telefone celular potencializou a auto expressão por causa da facilidade com que foi incorporado à vida diária. Quanto mais o equipamento evolui, mais amigável e prático se torna ao sujeito expor a imagem pensada de si próprio e do outro no âmbito *online*. Jogos de linguagem e performances verbais estão ao alcance na rua, em casa, no carro, no trabalho, enfim, onde o usuário bem entender.

A percepção do outro como alguém análogo é amplificada por instrumentos como os telefones móveis e as redes sociais, que só têm sentido devido à interação entre as pessoas e seus avatares. São as práticas advindas dessas trocas que levam a um novo sistema de ideias e culturas.

A fim de compreender a relação identidade social e questões culturais envolvidas, o analista, portanto, tem de olhar para os meios verbais utilizados pelos próprios participantes. [...] Se queremos entender como a comunicação mediada pela tecnologia molda e é moldada pela cultura e organização social de determinada comunidade, temos de analisar como os usuários falam *sobre* e *através* das tecnologias de comunicação. (CARON, CARONIA, 2007, p. 120)

Entre elas, o ato de compartilhar, postar, comentar ou interagir na rede é pensado e não totalmente espontâneo. As imagens e palavras refletidas em redes como o Instagram e o Twitter são representações, que devem ser relativizadas em seus contextos, não podendo ser tomadas como verdades absolutas de uma cultura ou identidade.

Para entender o que leva uma pessoa a tomar determinada postura no mundo virtual e publicar esse ou aquele conteúdo, essa ou aquela imagem, utilizar uma ou outra máscara, é necessário conhecer o interior da representação onde ela está inserida, sendo preciso, por fim, avançar em outro tipo de análise, que questione as práticas desde o ponto de vista de quem as pratica e as contextualize com as culturas específicas que as sustentam.

## Referências

BOLTER, Jay. GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

CARON, André. CARONIA, Letizia. **Moving Cultures – Mobile Communication in Everyday Life**. Londres: McGill-Queen's University Press, 2007.

ÉPOCA. **Senado abre processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff**. In: Revista Época, 12 maio 2016. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/tempo/noticia/2016/05/senado-vota-abertura-do-processo-de-impeachment-de-dilma-rousseff.html>>. Acesso em: 02 junho 2016.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais – Uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2001.

FRANÇA, Vera. **O objeto da comunicação/A comunicação como objeto**. In: HOHLFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera. **Teorias da Comunicação – Conceito, Escolas e Tendências**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

HALL, Stuart (1997). **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. In: THOMPSON, Kenneth (org.). **Media and Cultural Regulation**. Londres: SAGE Publications, 1997.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1998.

HALL, Stuart. **Da Diáspora – Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HALL, Stuart. **Quem precisa de identidade?** In: SILVA, Tomaz (org.). **Identidade e diferença : a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2009.

HOHLFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera. **Teorias da Comunicação – Conceito, Escolas e Tendências**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

MACMAGAZINE. Automatize diversas tarefas com o aplicativo IFTTT para iPhones/iPods touch. In: MacMagazine, 16 julho 2013. Disponível em: <<https://macmagazine.com.br/2013/07/16/automatize-diversas-tarefas-com-o-aplicativo-ifttt-para-iphonesipods-touch/>>. Acesso em: 03 junho 2016.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.

SANTOS, José Luiz. **O que é cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.