Divulgação científica sobre economia criativa: reflexões sobre a tecnologia social no combate à desinformação[1]

Breno da Silva Carvalho[2]

Bruno Oliveira Oliveira[3]

Resumo:
O artigo tem como objetivo debater a proposição do desenvolvimento da divulgação científica em cultura como forma de enfrentamento à desinformação e às *fake news* associadas à produção cultural brasileira contemporânea, o que se reflete no desconhecimento sobre os processos vinculados às leis de fomento à cultura vigente no país e em sua implementação seja em instância municipal, estadual ou federal. A partir de escopo teórico sobre a guerra cultural e da visão de profissionais da área, realiza-se uma revisão bibliográfica que alicerça a proposição de uma "divulgação científica em cultura", apoiada na curadoria de conteúdo e à luz do binômio "cultura-ciência" (Massarani, 2008; Massarani; Moreira, 2021), a fim de mirar tal prática como processo derivado de uma rede de tecnologia social (RTS) (Dagnino, 2010).

Palavras-chave:
Produção artística e cultural; guerra cultural; *fake news*; curadoria de conteúdo; política pública.

1. Introdução

A proposta tem como objeto a divulgação científica (Massarani, 2008; Massarani, Moreira, 2021; Bueno, 2010, 2018) voltada à área da economia criativa, compreendida a partir das lógicas econômicas e simbólicas de macrossetores culturais e criativos, como as artes, o setor de inovação e as indústrias culturais e criativas (Poli, 2021).

Assim, o presente artigo tem como objetivo debater a proposição do desenvolvimento da divulgação científica em cultura como forma de enfrentamento à desinformação e às *fakes news* associadas à produção cultural brasileira contemporânea, o que se reflete no

[1] Trabalho apresentado no ET 25 "Instrumentalização política da desinformação e crise dos pontos de vista centrais" do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

[2] Doutor em Antropologia (Universidade Federal da Bahia - UFBA, 2017). Docente do Departamento de Comunicação Social (DECOM) e Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) – ambos da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: brenosc@uol.com.br.

[3] Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Gestão Social (PDGS) na Universidade Federal da Bahia (UFBA) e cursando Especialização em Direitos Humanos e Contemporaneidade na UFBA. Graduação Interdisciplinar em Humanidades (Universidade Federal do Sul da Bahia - UFSB, 2022) e em Direito (Centro Universitário Nobre de Feira De Santana - UNIFAN, 2020). E-mail: oliveeeirabruno@gmail.com.

desconhecimento sobre os processos vinculados às leis de fomento à cultura vigente no país e em sua implementação seja em instância municipal, estadual ou federal. Afinal, a capacidade de disseminação das *fake news* faz com que seja preciso manter certa vigilância sobre seus princípios constitutivos, sua estruturação e sua perpetuação. Tais notícias inserem-se em um jogo de metáforas com capacidade para refletir, driblar e minar os sistemas socioculturais de conhecimentos vigentes, a fim de ganhar em reverberação a partir do seu alcance – principalmente, quando apoiadas em plataformas e dispositivos digitais.

A relevância da análise apoia-se e situa-se, justamente, na revisão bibliográfica e atenção às perspectivas apresentadas por "trabalhadores da cultura" (Barbalho, Alves e Vieira, 2017) na tentativa de propor alternativas de redução e apaziguamento da "guerra cultural" vigente no país a partir do estabelecimento da "divulgação científica em cultura" à luz do binômio "cultura-ciência" (Massarani, 2008; Massarani, Moreira, 2021) como uma tecnologia social (Dagnino, 2010), implementada com o auxílio da curadoria de conteúdo no campo da comunicação (Saad Corrêa, Bertocchi, 2012; Saad Corrêa, Raposo, 2018).

Para tanto, o artigo estrutura-se em quatro seções subsequentes: a primeira delas dedica-se ao descortinamento da noção de guerra cultural, contextualizando-a ao cenário brasileiro, além de apresentar seu entrelaçamento com as *fake news*; a segunda, propõe a divulgação científica em cultura através da articulação do conceito, em seu ponto de vista teórico, contando com o auxílio da percepção de profissionais da área. O debate é fortalecido com um breve relato da atriz Denise Fraga sobre a Lei Rouanet, realizado na *TV Brasil* (Fraga, 2024) e disponível no canal do *YouTube* da emissora. A terceira seção expõe a curadoria de conteúdo como dispositivo central para o estabelecimento de uma rede de tecnologia social; por fim, as considerações finais enumeram como a divulgação científica em cultura pode proporcionar avanços e benefícios para a área da economia criativa nacional.

2. Sobre guerra cultural e *fake news*

Nas visões de Ortellado (2020) e de Ortellado e Silva (2022), a guerra cultural vigente no país é reflexo da disputa entre valores progressistas e conservadores. Valores estes que podem

ser melhor compreendidos à luz de uma política de costumes, uma vez que a moralidade sempre esteve em disputa na vida social brasileira, conforme a identificação de Alonso (2023).

Para a socióloga, a moralidade - norteada pela igualdade entre as pessoas a despeito de gênero, orientação sexual, etnia, renda - expandiu-se na sociedade brasileira, mas não se universalizou. Assim, a moralidade tradicional, pautada por valores opostos, obteve (e ainda obtém) legitimação de comunidades morais, perpassando diferentes gerações e estratos sociais, a fim de reiterar hierarquias. Esse diagnóstico auxilia no entendimento de como no Brasil "a moral privada deixou o foro íntimo e passou, como as práticas religiosas, a objeto da luta política" (Alonso, 2023, p. 218).

No universo da criação e da produção artística e cultural, o efeito é imediato: de um lado, surgem produções com posturas político-identitárias; do outro, movimentos civis tradicionalistas, organizados para repudiar, boicotar e censurar tais manifestações (Ortellado, Silva, 2022, p. 14).

Este cenário bélico afeta diretamente os "trabalhadores da cultura" (Barbalho, Alves e Vieira, 2017), os quais são impactados por práticas de censura e de cancelamento público, como pontua Pablo Ortellado (2020) e apresenta Wagner Schwartz (2023) a partir de experiência pessoal retratada na obra "A nudez da cópia imperfeita".

No livro, o autor, responsável pela performance *La Bête*, na qual se apresenta nu, descreve a experiência realizada no Museu de Arte Moderna, em São Paulo (capital), em 2017. Na ocasião, "uma mulher e a sua filha de quatro anos participaram de minha performance" (Schwartz, 2023, p. 7) – o que resultou em um episódio de "linchamento virtual, centenas de ameaças de morte, notícias falsas, comparações com o anticristo" (Schwartz, 2023, p. 7), diante da interação praticada por mãe e filha, autorizada pelo artista.

Para Ortellado (2020), outras ocorrências culturais de natureza similar são registradas no país no período de 2017 a 2019, por exemplo: o encerramento antecipado da exposição "*Queermuseu*: cartografias da diferença na arte brasileira", apresentada no Santander Cultural, em Porto Alegre/Rio Grande do Sul, em 2017, além da tentativa de censura da obra "Quadrinhos Vingadores – a cruzada das crianças" na Bienal do Livro, realizada no Rio de Janeiro, em 2019; na ocasião, a narrativa escandalizou Marcelo Crivella (naquele momento, prefeito da cidade) por estampar dois homens se beijando. A publicação teve seus exemplares esgotados.

É nesse contexto que as *fake news* na esfera cultural tomam fôlego e projeção nacional na esteira da discussão sobre a moralidade a partir do embate de valores progressistas e conservadores (Alonso, 2023; Ortellado, 2020; Ortellado e Silva, 2022), o que assume grandes proporções diante da disseminação de *fake news* sobre os episódios e seus realizadores.

Apesar da disseminação de "informações fraudulentas" ser uma prática corrente na história da humanidade, sua propagação manifesta projeção e maior alcance na atualidade diante da "escala, [da] velocidade e [da] personalização" que os processos de desinformação conquistaram como o auxílio das novas tecnologias digitais de comunicação (Schneider, 2022, p. 149).

Bucci (2020), em perspectiva complementar, evidencia dois aspectos centrais nessa conduta de divulgação de falácias: (i) a produção de "narrativas" inverídicas que buscam se revestir do sentido de verdade, tomando de empréstimo a reconhecida credibilidade jornalística, combinada ao questionamento e à desconfiança sobre a acurácia da produção científica; (ii) a importância das *fake news* perpassar e circular o debate na esfera pública.

A desinformação tensiona a opinião pública, como também amplia as "possibilidades interpretativas ficcionais" com a criação de narrativas elaboradas a partir de novos contextos e situações comunicacionais (Barbosa, 2020). A retroalimentação desse ciclo de interação chancela a irresponsabilidade da circulação dessas notícias, já que a indústria das *fake new*s firma-se como um projeto comunicacional e político encarregado da dissolução de olhares heterogêneos e pontos de vista alternativos, destituída de valores éticos, humanos e sociais.

Surge, com isso, um novo conjunto de valores informativos a serem disseminados com o auxílio da performatividade de mediações algorítmicas, manejado por empresários, políticos populistas, influenciadores digitais etc.; performatividade esta voltada a abrir espaço, inclusive, para a influência de teorias conspiratórias, como descreve Cesarino (2021). Para a autora, a credibilidade e a confiança social na ciência foram dissolvidas nas atuais sociedades complexas diante da emergência de uma "condição epistêmica na qual qualquer enunciado pode ser potencialmente modificado por qualquer um" (Cesarino, 2021, p. 77).

A divulgação científica em cultura pode firmar-se como um escudo e uma estratégia de enfrentamento à propagação de tais enunciados, como será discutido (e defendido) a seguir.

3. Pensando a divulgação científica em cultura: alinhamentos teóricos e empíricos

Antes de avançarmos na proposição de uma divulgação científica em cultura, é devido conceber a divulgação científica por meio do binômio "cultura-ciência" (Massarani, 2008; Massarani, Moreira, 2021). Em 2008, Massarani (2008) evidenciava o aumento da divulgação científica no Brasil já a partir da década de 1980 e a necessidade de um esforço tríplice capaz de combinar:

i) a criação de novos cursos de distintos formatos e naturezas - de curta duração, especialização, mestrado e doutorado;

ii) a manutenção de comitês de divulgação científica e a valorização dessas atividades nos currículos acadêmicos;

iii) a consolidação de revistas acadêmicas na área, a fim de promover a colaboração entre cientistas, jornalistas e educadores.

Para que este esforço fosse validado e avançasse ao longo do tempo (e dos desafios impostos pela pandemia da covid-19 em 2020), a própria concepção de divulgação científica precisou (e ainda precisa) ser aprimorada. Segundo Massarani (A importância, 2020), este é um desafio ainda em curso, já que inexiste consenso na literatura sobre sua definição. Há diferentes visões sobre o processo de "divulgar", passando a ser chamado também de "popularização científica" e "comunicação da ciência".

Diante das divergências, ela recusa a visão de divulgação científica como "tradução da linguagem científica", o que era praticado na década de 80, em prol da defesa de uma "acomodação do discurso científico" a partir do acesso e da demonstração por meio de exemplos concretos em prol do envolvimento do público em torno de termos ligados à ciência e à tecnologia.

A partir dessa perspecativa, Massarani e Moreira (2021) descrevem a importância do emprego das mídias digitais com a finalidade de divulgação: "o uso de redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter* [atual *X*], para divulgação científica tem crescido consideravelmente nos últimos tempos e passou a predominar na comunicação de informação rápida; no entanto, todo o seu potencial ainda não foi devidamente estudado e explorado" (Massarani, Moreira, 2021, p. 117).

Esta "comunicação de informação rápida" permite a construção de um ecossistema digital homogeneizador e conveniente para o público. A aprendizagem de máquina representa " o coração da inteligência artificial" (Santaella, 2023, p. 130), garantindo a ubiquidade de um receptor "interator" – o "leitor ubíquo" (Santaella, 2017), ou seja, o sujeito com acesso imediato a diversas informações a qualquer momento por meio do uso de plataformas digitais.

Diante dessa conduta maquínica e humana, cabe à divulgação científica inserir-se no fluxo informativo de cada sujeito no digital, já que esta é a dinâmica que leva à convergência (Jenkins, 2013) a partir de um processo corporativo (de cima para baixo, ou seja, das empresas para a sociedade) que enreda o próprio sujeito (de baixo para cima – no caso, para as empresas). Assim, o "leitor ubíquo" caracteriza-se como esse sujeito, digital e fisicamente, público, mais (inter)ativo e migratório entre inúmeras plataformas e interfaces digitais (Santaella, 2017).

O desafio para a divulgação científica em cultura é firmar-se com legitimidade nesse ambiente digital informativo, atravessado pela presença de *fake news* e da opinião pública com vieses progressistas e conservadoras (Ortellado, 2020; Ortellado, Silva, 2022), a qual age pendularmente: ora valida a produção científica, o conhecimento intelectual e a manifestação artística-cultural; ora abraça os conteúdos negacionistas e a desinformação. Para este enfrentamento, surge a seguinte recomendação:

> Se quisermos escapar do desafio que o conservadorismo populista nos impôs, precisamos reconhecer nosso insulamento [como progressistas] em um meio social privilegiado, adotar uma linguagem que nos reconecte com o meio social externo – que será necessariamente mais conservador – e abandonar os traços de identidade que nos capturam na dinâmica de uma polarização assimétrica (Ortellado, 2020, p. 190).

A reconexão com o meio social externo pode ser executada a partir de uma "iniciativa cidadã" no âmbito da própria divulgação científica, ou seja, através do seu entendimento (e de sua implementação) como uma "ciência cidadã", que "valoriza a aprendizagem e a construção coletiva do conhecimento e sua apropriação social" (Massarani, Moreira, 2021, p. 190). Esta prática pode ganhar a adesão do público no processo investigativo pelo acesso à informação. A partir desse ponto, convém compreender como os próprios trabalhadores da cultura refletem sobre sua atividade e o contexto de guerra cultural já descrito.

3.1. Os trabalhadores da cultura falam

As percepções aqui apresentadas refletem falas, vivências e relatos de 6 (seis) trabalhadores da cultura, residentes em Salvador/Bahia, com atividades profissionais desenvolvidas no estado, estando ligados às artes performativas (dança, música, artes cênicas e circo), como caracteriza Poli (2021) no estabelecimento dos macrossetores culturais e criativos da economia criativa.

Os trabalhadores culturais responderam a um questionário digital, disponibilizado via *Google Forms*. Os participantes foram contatados a partir da dinâmica de "bola de neve" (Vinuto, 2014), prática metodológica comum para o recrutamento em pesquisa qualitativa – neste caso, de opinião pública, tendo como filtro de seleção, a atuação profissional. A seguir, eles/as são apresentado por meio de nomes fictícios e em ordem crescente de idade:

- *Juliana*, 28 anos, atriz, dramaturga, escritora e diretora teatral;
- *Fabrício*, 38 anos, ator;
- *Walter*, 46 anos, produtor e criador do audiovisual;
- *Filipe*, 57 anos, professor universitário, ator e diretor teatral;
- *Clara*, 59 anos, professora universitária;
- *Michel*, 60 anos, professor universitário.

Nos próximos parágrafos, são destacados alguns dos sentidos emergentes em torno da guerra cultural e da proposta de divulgação científica em cultura como estratégia de enfrentamento à emergência das *fake news* e ao contexto de desinformação sobre a economia criativa.

Entre os profissionais consultados, todos/as admitem a existência de uma guerra cultural no país. *Clara* concebe-a a partir do reflexo de um "movimento reacionário, promovido pela [...] extrema direita, que promove atos de perseguição e desinformação através de *fake news* e ações judiciais aleatórias". Tal "movimento" é fortalecido pela "patrulha identitária ideológica", segundo *Filipe*, e pelo "fundamentalismo religioso", justifica *Walter*.

"Ideologia" e "religião" atingem e afetam, diretamente, a própria percepção da atividade artística, praticada por "desocupados", como aponta *Juliana*, sendo necessário apontar as críticas e a recusa a abordagens que privilegiem "questões identitárias", ou seja, ligadas a pautas de

gênero, sexualidade e étnicas, como argumenta *Filipe*. Sobre esse aspecto, *Walter* menciona que, no período de gestão da extrema direita no Governo Federal, houve uma atenção às pautas retratadas nas produções culturais: "durante a gestão bolsonarista, tive projetos com temática LGBT com sanções ou não aprovações".

Os efeitos da guerra cultural geram desconforto e preocupação para seus profissionais, como também refletem-se no descrédito acerca da viabilidade financeira nesse campo de atuação, bem como na diminuição do mercado de trabalho. *Michel* traz sua vivência de sala de aula ao revelar a "preocupação dos alunos quanto ao seu futuro".

Juliana adiciona um novo ponto: segundo ela, a guerra cultural é intensificada diante da inexistência de "qualidade e quantidade" nas políticas públicas para a área, assim como na existência de uma "guerra [...] entre os próprios artistas, que precisam estar mais organizados e atuantes no campo político".

Instados a indicar sobre "o quê pode contribuir para a redução e a futura eliminação da guerra cultural no país?", os trabalhadores concordam sobre a necessidade de duas ações:

i) Ação I: desenvolvimento de comunicação informativa sobre o mercado cultural;

ii) Ação II: combate à desinformação e às *fake news* sobre a promoção cultural no país.

Tais ações dão protagonismo à comunicação e apontam soluções possíveis que se estendem a diferentes atores, levando à determinação de algumas atribuições, como (i) o engajamento de empresas (públicas e privadas) com atuação na área cultural (e/ou com setor ativo de *marketing* cultural) na produção de conteúdo educativo sobre o mercado cultural e (ii) a ampliação do conhecimento sobre as formas de promoção e produção cultural no país e, consequentemente, sobre as leis de fomento à cultura. Tais medidas podem levar ao estabelecimento da divulgação científica em cultura como contrapartida de projetos contemplados em editais.

Nesse sentido, os trabalhadores da cultura reivindicam a necessidade de uma melhor compreensão sobre esse tipo de conteúdo comunicacional de cunho científico, revelando ainda que esse tipo de produção – seja ela jornalística ou publicitária – pode auxiliar no entendimento sobre a dinâmica do setor cultural e sua contribuição na movimentação da economia brasileira.

Há um consenso acerca da legitimação das potencialidades da divulgação científica em cultura para as seguintes ações:

i) Ação I: no combate à desinformação sobre o setor cultural;

ii) Ação II: na oferta da possibilidade de uma melhor compreensão sobre as formas de realização e promoção da cultura no país – o que, normalmente, se dá por meio de editais de fomento em instância municipal, estadual e/ou federal;

iii) Ação III: na apresentação de resultados efetivos para o mercado cultural e seus profissionais – o que tende a fomentar o consumo de bens culturais e a revisão dos hábitos do público.

Entre as falas dos profissionais, é possível perceber ainda como a questão financeira é um aspecto transversal: ela permite que sejam estabelecidas perspectivas sobre a carreira e o futuro do trabalhador, ao garantir sua sobrevivência a partir da atuação escolhida no campo artístico-cultural, além de servir de credencial para o mercado cultural ao traduzir em números os ganhos promovidos e gerados pelo setor para a economia brasileira.

O fator da movimentação financeira e da geração de receita é abordado por Denise Fraga em entrevista ao programa *Dando a Real* com Leandro Demori, na *TV Brasil*. A atriz desmistifica o funcionamento das leis de incentivo à cultura no Brasil ao descrever uma experiência própria, realizada com a montagem da peça "O que só sabemos juntos", patrocinada pelo *Bradesco Seguros*. De uma forma clara e didática, ela explica que o Governo Federal não "dá" dinheiro diretamente aos artistas, mas, sim, autoriza uma captação de recursos junto a empresas privadas em troca de uma renúncia fiscal:

> O Governo [Federal] não dá um dinheiro pra gente [...]. [Ele] dá um certificado do Ministério da Cultura [(MinC)], que você fica apto a virar para uma empresa [e captar]. Agora, por exemplo, no "O que só sabemos juntos": a gente tem, de novo, o patrocínio do *Bradesco Seguros*. Você vai lá e propõe para o *Bradesco* para ele patrocinar [a peça]. E é importante que as pessoas saibam – e elas não se informam e ficam falando [...] Cada R$1,00 [(um real)] que o Bradesco dá pra mim através da Lei de Incentivo à Cultura do Governo Federal, retorna para o Governo R$1,60 [(um real e sessenta centavos)]. Por quê? Porque ele gerou empregos, trabalho, impostos – a gente paga impostos. Então, o que acontece? Essas empresas que investem em cultura – e é bom que se saiba: elas, se pagarem o seu imposto diretamente para o Governo, elas vão dar aquele R$1,00 [(um real)] para lá; se ela fizer essa voltinha e tiver esse trabalho de dar para a cultura, o que retorna para o Governo em imposto é R$1,60 [(um real e sessenta centavos)], porque nós pagamos impostos, porque tem um monte de família empregada naquilo tudo. Então, aquilo gira. A cultura no Brasil, ela é uma coisa imensa de produção e de geração de renda para quem trabalha (Fraga, 2024).

Ao citar o exemplo de sua peça, *"O que só sabemos juntos"*, Denise Fraga (2024) destaca o grande impacto econômico do setor, afirmando que cada real investido na produção retorna multiplicado para os cofres públicos através de uma grandiosa cadeia de empregos, que são gerados, além de impostos que são devidamente pagos pela produção cultural, a qual, por sua vez, faz a engrenagem da economia girar, favorecendo diversos outros setores da sociedade, além da promoção da empregabilidade, da arrecadação tributária e do desenvolvimento do comércio local.

Através da Lei Rouanet (Anexo I, 2025), a atriz deixa explícito que o retorno em impostos gerado pelo consumo de toda essa cadeia produtiva – que não se limita ao palco, mas também na produção, nas redes de hotelaria, restaurantes, transportes etc. – supera o valor inicialmente entregue como incentivo, transformando a renúncia fiscal em um lucro real para o estado brasileiro, consolidando a cultura não apenas como uma expressão artística, mas como um setor estratégico de desenvolvimento.

Nesse trecho, Fraga (2024) consegue, em poucos minutos, traduzir um processo técnico complexo para a visão de mundo do cidadão comum, ilustrando a urgência da divulgação científica em cultura como ferramenta de combate à desinformação. Ao simplificar o funcionamento da lei de fomento, a qual é, continuamente, alvo de notícias inverídicas, ela quebra com a complexidade burocrática associada à apresentação das leis, recorrendo a uma linguagem acessível à visão de mundo do público para descortinar um argumento técnico inquestionável: o retorno financeiro beneficia a todos.

Nesse processo de divulgação de conhecimento, e sob a lente da tecnologia social, a informação sobre o retorno econômico deixa de ser apenas um dado burocrático da norma legal e passa a ser um ativo importante na construção da própria tecnologia, sendo transformada em um bem de uso coletivo, acessível à sociedade de forma simplificada.

Deste modo, Denise Fraga (2024) corrobora diretamente com a tese de que a participação ativa dos trabalhadores da cultura na curadoria e disseminação dessas informações permite uma resiliência social contra as narrativas inverídicas e fraudulentas que buscam paralisar a economia criativa e usá-las como tópicos para manipulação e segregação social, muitas vezes com finalidades políticas.

Em documentos editados pelo Ministério da Cultura (MinC) (Anexo I, 2025), a Lei Rouanet é descrita da seguinte forma:

> A Lei 8.313/1991 foi criada com o objetivo de captar e canalizar recursos para o setor cultural de modo a facilitar o acesso de todas as pessoas do país às fontes da cultura e promover o pleno exercício dos direitos culturais, além de estimular e fomentar a produção, preservação e difusão cultural, principalmente por meio de incentivo fiscal concedido a quem patrocina projetos com esse fim (Anexo I, 2025, p. 2).

Tecnicamente, conhecida como "Lei Federal de Incentivo à Cultura", a alcunha de "Lei Rouanet" deriva do seu autor – Sérgio Paulo Rouanet, Secretário de Cultura da Presidência da República no período de 1991 a 1992, responsável pela apresentação da proposta. A Lei só foi sancionada em 23 de dezembro de 1991 pelo Presidente na ocasião – Fernando Collor de Mello.

Mais conhecida pelo incentivo fiscal a projetos, a Lei Rouanet estabelece o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), formados por três mecanismos: (i) Incentivo a Projetos Culturais; (ii) Fundo Nacional da Cultura (FNC) e (iii) Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart).

Como apresenta o texto constante no Anexo I (2025), através da Lei Rouanet, as empresas podem deduzir os valores da doação ou do patrocínio a projetos culturais do imposto de renda devido, respeitando a seguinte regra:

- Pessoa física: limite de 6% do imposto devido;
- Pessoa jurídica: limite de 4% do imposto devido.

Em 2024, com o intuito de modernizar a gestão do mecanismo de incentivo a projetos culturais do Pronac, o MinC publicou uma instrução normativa, voltada a "simplificar os procedimentos para proponentes e patrocinadores, tornando o processo mais transparente e acessível" (Anexo I, 2025, p. 5), o que se dá por meio da digitalização completa dos processos, incluindo: "(i) acompanhamento tempestivo da execução dos projetos, (ii) redução de prazos para análise e aprovação de projetos, e (iii) implementação de critérios mais claros para a seleção de iniciativas culturais". Adiciona-se ainda o "financiamento do desenvolvimento de territórios criativos com recursos da Lei Rouanet, dialogando com a Política Nacional de Economia Criativa" (Anexo I, 2025, p. 5).

Como se observa, de modo contrário ao que é amplamente divulgado através de *fake news,* a Lei Rouanet possui mecanismos rigorosos para que sejam realizadas devidas e precisas auditorias e processos de fiscalização, assim como uma apropriada prestação de contas. Qualquer indício de irregularidade, é investigado pelas autoridades competentes.

Tal rigor é sustentado pelo Art. 38 e pelo Art. 40, os quais estabelecem punições que variam de multas equivalentes ao dobro da vantagem recebida até a pena de reclusão para casos de fraude (Brasil, 1991). A partir dessa estrutura, criada de modo a blindar juridicamente o projeto, é possível assegurar que o mecanismo funcione como uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento econômico e cultural do país e não como o sistema de privilégios – narrativa, frequentemente, desenhada pela desinformação.

As perspectivas aqui descritas pelos próprios agentes culturais e pelo esmiuçamento da Lei Rouanet auxiliam na defesa do emprego da divulgação científica por meio do binômio "cultura-ciência". Esta prática informativa pode reconhecer e estabelecer tais premissas para sua produção de conteúdo, a fim de alicerçar-se no reconhecimento de uma comunicação original em perspectiva crítica, pautada por uma "cidadania insurgente" (Holston, 2013), capaz de expandir-se em diversas frentes da sociedade, atingindo distintos perfis.

A visão de James Holston (2013) sobre "cidadania" mostra-se válida por perceber a desigualdade social – e, consequentemente, informacional – do país e seus mecanismos de reprodução como uma forma de reflexo sobre o acesso à democracia no Brasil, o qual viabiliza o exercício cidadão como uma postura capaz de "diferenciar e [...] distanciar as pessoas umas das outras" (Holston, 2013, p. 23). Nesse sentido, a divulgação científica em cultura pode ser praticada como uma ação insurgente: um enfrentamento progressista de cunho educativo, voltada a combater *fake news* e a desinformação sobre o mercado cultural e acerca da atuação dos profissionais da área.

A parte seguinte desse texto dedica-se a esclarecer como se tece um rede de tecnologia social por meio da curadoria de conteúdo, legitimando-a como uma forma de ação insurgente de comunicação digital (Dagnino 2010; Beiguelman, 2011; Saad Corrêa, Bertocchi, 2012; Holston, 2013).

4. Rede de tecnologia social e curadoria de conteúdo: possíveis articulações

Dagnino (2010), referência para o desenho de uma rede de tecnologia social (RTS), esclarece que, a partir de uma perspectiva de análise histórica da sociedade, com foco nas tecnologias e ciência, verifica-se que a os tipos de conhecimento sobre tecnologia social (TS), por vezes, se mostram enviesados por padrões externos ao próprio campo de origem, determinados por atores que possuem ponto de vista definidos por interesses do poder econômico, político etc.

Isso reforça a visão de que a tecnologia, assim como a ciência, quando desenvolvidas sob uma perspectiva da formação social capitalista, possui uma grande probabilidade de serem "desenhadas" para que o sistema continue funcionando exatamente como ele é (Dagnino, 2010, p. 62). A tecnologia e ciência passam a não serem apenas um conjunto de engrenagens ou códigos, ferramentas aptas a mudanças sociais benéficas, mas carregam os valores de quem a financiou e a projetou.

Por isso, através de um contexto de formação social capitalista, a intenção se torna uma só: inibir qualquer ferramenta que possa “debilitar a acumulação de capital” (Dagnino, 2010, p. 62) e priorizar o bem-estar social sobre o lucro. Aqui, cria-se um campo fértil para que a desinformação se desenvolva, servindo perfeitamente às regras atuais, dividindo a sociedade, possibilitando engajamento para conteúdos inverídicos, e como consequência final: possibilitando a manutenção de poder nas mãos de quem controla os dados.

Por outro viés, sendo a tecnologia e ciência, usada sob forma de tecnologia social, para conduzir a construção de uma sociedade que favoreça o enfrentamento à desinformação, esta deveria ter visão não paternalista e assistencialista, visando, portanto, resolver a causa e não aliviar o sintoma (Dagnino, 2010, p. 10). Para além disso, é preciso uma interação entre quem detém o conhecimento científico e quem vive o problema social.

A tecnologia social, portanto, não pode ser planejada a partir de definições de pesquisadores e políticos antes mesmo de conversar com as pessoas que vivem a situação a qual se busca soluções. Como explica Dagnino (2010, p. 9): “isso pode levar à postulação de 'necessidades sociais' que não são de fato necessidades sentidas pelos excluídos." Por isso, a tecnologia social exige que o conhecimento seja construído através do coletivo.

Nesse sentido, a consolidação dessa prática requer a substituição da ideia ineficaz da oferta ou transferência de conhecimento científico por uma construção coletiva, que favoreça a incorporação “dos valores, interesses e saberes dos excluídos” (Dagnino, 2010, p. 9). Esse movimento exige que o agente cultural deixe de ser visto como um alvo passivo de informações e passe a integrar na formulação da TS como coautor na definição das ferramentas de combate à desinformação.

É sob essa premissa que a escuta dos trabalhadores da cultura em Salvador se justifica, transformando o diálogo em um pilar para uma adequação sociotécnica que promova uma autonomia real desses atores sociais. Esse cenário, contudo, demanda uma reconfiguração do papel do Estado e das políticas públicas vigentes.

Para combater esse cenário, propor uma "divulgação científica em cultura" como tecnologia social é propor uma forma de organização da vida diferente, onde a verdade e o interesse público valem mais que o algoritmo de engajamento determinado pelos poderes que perpetuam através de perspectivas da formação social capitalista.

O combate deve vir por meio de políticas públicas que fujam do modelo de oferta, no qual o Estado apenas disponibiliza recursos sem orientar e reconfigurar o modo de produção tecnológica para fins sociais. Como destaca Dagnino e Bagattoli (2010, p. 269), o Estado deve atuar “como demandante de soluções para seu próprio uso que permitam o emprego de seu enorme poder de compra”, favorecendo o desenvolvimento de tecnologias que combatam a desinformação.

Nesse contexto, a divulgação científica, proposta aqui no campo da cultura, se configuraria como um dos “bens e serviços de uso coletivo ou cidadão” que não devem ser submetidos à lógica do mercado (Dagnino, 2010). Ao tratar a informação como um ativo da tecnologia social, as políticas públicas passam a desenhar uma alternativa ao cenário atual, caracterizando a informação como ferramenta cognitiva para a construção de uma sociedade mais justa e resiliente às manipulações informacionais.

Por essas questões, com o objetivo de romper com o paradigma atual que favorece a prevalência da desinformação, deve ser estruturado por meio de uma *policy network* – uma rede de atores comprometidos em instaurar um padrão de governança que reflita seus valores e visões de mundo (Dagnino, Brandão e Novaes, 2010, p. 105), integrando Estado, pesquisadores e

trabalhadores em um esforço de construção conjunta. Assim, a política deixa de ser um repasse de verbas e assume o papel de ponte para soluções cidadãs, utilizando o poder de compra estatal para validar tecnologias sociais que priorizem a soberania informativa e a dignidade do trabalho cultural.

A estratégia ganha potencial de implementação ao recorrer à curadoria de conteúdo (Côrrea, Raposo, 2018), a qual se estabelece a partir da seleção de informações relevantes em um contexto midiatizado de comunicação (Fausto Neto, 2010; Hepp, 2020) com excessivo volume de informações (Côrrea, Raposo, 2018), demonstração da atual infodemia (Organização, 2020; Carvalho, 2024), tensionada pela presença de big techs (Morozov, 2018).

Nesse sentido, a curadoria de conteúdo pode municiar a divulgação científica em cultura por meio das 4 (quatro) dimensões da tecnologia social (Ministério, [2023?]:

- *1ª dimensão*: o reconhecimento dos problemas sociais (no caso, a guerra cultural) como ponto de partida para a atuação da tecnologia social, apoiada no tripé conhecimento, ciência e tecnologia e sendo implementada por meio da organização e sistematização, introduzindo ou gerando inovação na sociedade;

- 2ª dimensão: a ênfase da tecnologia social na prática cidadão e na participação democrática por meio de metodologia participativa em seus processos de trabalho, a qual visa impulsionar sua disseminação e reaplicação em outras sociedades e para outros problemas sociais;

- *3ª dimensão*: a operacionalização, via tecnologia social, de um completo processo pedagógico, desenvolvido a partir de um diálogo entre os saberes populares e os princípios científicos, apoiando-se e apropriando-se de forma simétrica e horizontalizadas das vivências e práticas comunitárias, as quais ganham e manifestam autonomia (no caso aqui debatido, além da escuta dos "trabalhadores da cultura", torna-se indispensável a contribuição do próprio público espectador e consumidor de bens culturais);

- *4ª dimensão*: a relevância social da tecnologia social como recurso eficaz na solução de problemas sociais, vigilante à sustentabilidade ambiental e interessada, efetivamente, na transformação social. Destaca-se ainda como a tecnologia social filia-se à Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas e seus 18 (dezoito) Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) (PNUD, 2024).

Deste modo, pode-se firmar a divulgação científica em cultura como uma tecnologia social, definida a partir do conceito da rede de tecnologia social (Dagnino, 2010): longe de estabelecer-se a partir de uma visão instrumental da tecnologia, são elencadas premissas que refletem e derivam de um conjunto de correlações de forças, as quais, por sua vez, não são homogêneas quando se trata dos atores que as constroem e delas utilizam.

Nesse sentido, deve-se pensar na importância da escuta e do envolvimento dos trabalhadores da cultura como agentes ativos na construção da tecnologia social; afinal, tratam-se dos sujeitos efetivamente implicados e que aplicam tais recursos como ferramentas para responsabilidade social, além de adotá-las como dispositivo estratégico contra-hegemônico no exercício de uma divulgação científica em cultura como ação insurgente.

Considerações finais

Diante do exposto e à guisa de conclusão, pretende-se que a divulgação científica em cultura, perpassada e instrumentalizada como tecnologia social, torne-se capaz de trazer os seguintes avanços e benefícios para a área da economia criativa nacional:

i) Firmar-se como parte da estratégia de combate à desinformação, ao negacionismo e às *fake news* associados à produção artística e cultural contemporânea realiza no país, a fim de minimizar (e, quiçá, eliminar) o desconhecimento sobre os processos de fomento a projetos culturais – seja ele promovido por instituições privadas e/ou públicas com o emprego (ou não) de leis de incentivo;

ii) Contribuir com o reconhecimento dos profissionais da cultura;

iii) Estreitar os laços com o público espectador e consumidor de bens culturais, ofertando indicativos sobre o valor e a importância da apreciação artística como experiência estética, bem como abastecendo-o com informações precisas, obtidas com acurácia, sobre a dinâmica comercial movimentada por esse segmento econômico;

iv) Firmar-se como uma ação de ciência cidadã insurgente (Holston, 2013) no âmbito da comunicação com possibilidade de realização por instituições e profissionais da economia criativa.

A divulgação científica em cultura pode ser pensada como uma tecnologia social curatorialmente constituída por meio de conteúdos relevantes resultante da percepção de oportunidades informativas, apoiada em saberes interdisciplinares; na criação de recortes e contextos de interesse e na projeção do determinado tema de acordo com as necessidades do público (Côrrea, Raposo, 2018). Deste modo, ela pode ser pensada e implementada, efetivamente, como recurso de enfrentamento progressista de natureza educativa, voltada a combater as *fake news* e a desinformação ligada a diferentes áreas da economia criativa e do mercado cultural, bem como à atuação dos profissionais do setor, além de firmar-se como proposta de política pública para o país.

Referências

ALONSO, Ângela. *Treze*: a política de rua de Lula a Dilma. São Paulo: Companhia das Letras, 2023.

ANEXO I – Apêndice III - A Briefing. *In*: CONCORRÊNCIA Presencial nº 90002/2024 – Serviço de Comunicação Digital. *Ministério da Cultura*, Brasília/DF, 05 de junho de 2025. Disponível em: https://www.gov.br/cultura/pt-br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/licitacoes/licitacoes-2025/concorrencia-presencial-no-90002-2024-2013-servico-de-comunicacao-digital. Acesso em: 20 jun. 2025.

BARBALHO, Alexandre; ALVES, Elder Patrick Maia; VIEIRA, Mariella Pitombo. *Os trabalhadores da cultura no Brasil*: criação, práticas e reconhecimento. Salvador: EDUFBA, 2017.

BARBOSA, Mariana (org.). *Pós-verdade e fake news*: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2020.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei n° 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [1991]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313compilada.htm. Acesso em: 30 jan. 2026.

BRASIL. Ministério da Cultura. Anexo I - Apêndice III - A: Briefing. *In*: Concorrência Presencial nº 90002/2024 – Serviço de Comunicação Digital. Brasília, DF: MinC, 5 jun. 2025. Disponível em: https://www.gov.br/cultura/pt-br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/licitacoes/licitacoes-2025/concorrencia-presencial-no-90002-2024-2013-servico-de-comunicacao-digital. Acesso em: 20 jun. 2025.

BEIGUELMAN, Giselle. *Curadoria de informacão*. Palestra, ECA-USP, 2011. Disponível em: https://pt.slideshare.net/gbeiguelman/curadoria-informacao. Acesso em: 28 jun. 2024.

BUCCI, Eugênio. News não são fake – e fake news não são news. *In*: BARBOSA, Mariana (org.). *Pós-verdade e fake news*: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2020, p. 37-48.

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação científica e divulgação científica*: aproximações e rupturas conceituais. Londrina, v. 15, n. especial, p. 1-12, 2010.

BUENO, Wilson da Costa. *A divulgação científica no universo digital*: o protagonismo dos portais, blogs e mídias sociais. Ilhéus: Editus, 2018.

CARVALHO, Breno da Silva. Infodemia, conceito para o campo comunicacional. *Anais*... 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM, Univali, set. 2024.

CESARINO, Letícia. Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. *Ilha - Revista de Antropologia*, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 73-96, 2021.

COUTINHO, Mateus. STF forma maioria para manter tornozeleira para Bolsonaro. *UOL*, Brasília, 18 jul. 2025. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2025/07/18/primeira-turma-stf-tornozeleira-bolsonaro.htm. Acesso em: 20 jul. 2025.

DAGNINO, Renato (org.). *Tecnologia social*: ferramenta para construir outra sociedade. Campinas, SP: Komedi, 2010.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. *In*: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETARO, Sandra (orgs). *Mediatización, sociedad y sentido*: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosário: Universidade Nacional de Rosário, 2010.

FRAGA, Denise. *Dando a Real com Leandro Demori recebe a atriz Denise Fraga*. Entrevista concedida a Leandro Demori. Brasília: TV Brasil, 22 mai. 2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=axNLOw1edkk. Acesso em: 30 jan. 2026.

HEPP, Andreas. Da midiatização à midiatização profunda. In: FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES; Pedro Gilberto; BRAGA, José Luiz; ROSA, Ana Paula da Rosa (orgs.). *Midiatização, polarização e intolerância* (entre ambientes, meios e circulações) Santa Maria: Facos - UFSM, 2020.

HOLSTON, James. *Cidadania insurgente*: disjunções da democracia e da modernidade no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

MASSARANI, Luisa. Divulgação científica: considerações sobre o presente momento. *ComCiência*, Campinas, n. 100, 2008.

MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro. Divulgação científica no Brasil: algumas reflexões sobre a história e desafios atuais. *In*: MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro (eds.). *Pesquisa em divulgação científica*: textos escolhidos. Rio de Janeiro: Fiocruz/COC, 2021.

MINISTÉRIO da Ciência, Tecnologia e Inovações. Tecnologia social, [2023?]. Disponível em: https://antigo.mctic.gov.br/mctic/opencms/ciencia/politica_nacional/_social/Tecnologia_Social.html. Acesso em: 12 out. 2025.

MOROZOV, Evgeny. *Big tech*: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

ORGANIZAÇÃO Pan-Americana da Saúde (OPAS) e Organização Mundial da Saúde (OMS), Escritório Regional para as Américas. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. *Kit de ferramentas de transformação digital* – ferramentas de conhecimento. OPAS. 2020.

ORTELLADO, Pablo. Fazer cultura em meio às guerras culturais. *Revista Observatório Itaú Cultural*, v. 28, p. 187-201, 2020.

ORTELLADO, Pablo; SILVA, Diogo de Moraes. *Políticas Culturais em Revista*, Salvador, v. 15 n. 1 p. 1-479 jan./jun. 2022.

PNUD. ODS 18: marca escolhida enfatiza jornada coletiva da luta pela igualdade étnico-racial, 20 set. 2024. *Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento*. Disponível em: https://www.undp.org/pt/brazil/news/ods-18-marca-escolhida-enfatiza-jornada-coletiva-da-luta-pela-igualdade-etnico-racial. Acesso em: 13 out. 2025.

POLI, Karina. O campo de produção cultural e criativo: uma leitura através da teoria dos campos de Bordieu. *Revista Extraprensa*, São Paulo, Brasil, v. 14, n. 2, p. 81-103, 2021. Disponível em: https://revistas.usp.br/extraprensa/article/view/189478. Acesso em: 20 jun. 2025.

SAAD CORRÊA, Elizabeth; BERTOCCHI, Daniela. O algoritmo curador – o papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. *Anais*... 21º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Juiz de Fora, jun. 2012.

SAAD CORRÊA, Elizabeth; RAPOSO, João Francisco. Curadoria de conteúdo. In: DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia*: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2018.

SANTAELLA, Lucia. *Redação publicitária digital*. Curitiba: InterSaberes, 2017

SANTAELLA, Lucia. *A inteligência artificial é inteligente?* São Paulo: Edições 70, 2023.

SCHNEIDER, Marco. *A era da desinformação*: pós-verdade, fake news e outras armadilhas. Rio de Janeiro: Garamond, 2022.

SCHWARTZ, Wagner. *A nudez da cópia imperfeita*. São Paulo: Editora Nós, 2023.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temática*, Campinas, v. 22, nº 44, p. 203-220, ago./dez. 2014.