



Planejamento de Comunicação “Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla”¹

Hoana Talita Gehlen²

Candida Cavalheiro Schwaab³

Universidade Federal de Santa Maria, Campus de Frederico Westphalen – RS

RESUMO

Este artigo objetiva relatar o planejamento e execução do Projeto de Comunicação Comunitária para a APAE de Frederico Westphalen – RS, desenvolvido por acadêmicas no decorrer de duas disciplinas sobre o tema ocorridas em 2011 no Curso de Comunicação Social – Relações Públicas em ênsafe em Multimídia da UFSM. O projeto volta-se ao apoio comunicacional à Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla. O artigo dividi-se em duas partes: a primeira apresenta uma pesquisa bibliográfica sobre Relações Públicas e Comunicação Comunitária e a segunda apresenta as ações do projeto de comunicação e seus resultados. Os principais autores utilizados são Peruzzo (1993; 2006), Kunsch (2009), Barichello (2004) e Duarte (2010).

PALAVRAS-CHAVE: comunicação comunitária; relações públicas; estratégias de comunicação, comunicação institucional.

INTRODUÇÃO

Este trabalho, além de apresentar o relato de breve pesquisa teórica em torno da temática Comunicação Comunitária, visa apresentar a execução e os resultados obtidos através do Projeto de Comunicação, planejado e executado para a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Frederico Westphalen/RS, com intuito de auxiliar nas atividades comunicativas da Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla. Estas atividades, bem como este artigo, foram elaborados nas disciplinas “Comunicação Comunitária” e “Planejamento de Comunicação Comunitária e Campanhas Institucionais”⁴.

O objetivo principal do planejamento foi dar visibilidade em busca de legitimidade à Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais – APAE de Frederico

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Acadêmica do 6º semestre do Curso de Relações Públicas Multimídia da UFSM – Campus Frederico Westphalen - RS hoana_talita@hotmail.com.

³ Acadêmica do 6º semestre do Curso de Relações Públicas Multimídia da UFSM – Campus Frederico Westphalen – RS, candidaschwaab@gmail.com.

⁴ As disciplinas foram ministradas por Jaqueline Quincozes da Silva Kegler, Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação – UFSM – Campus Frederico Westphalen-RS, orientadora do presente artigo



Westphalen/RS, e os objetivos específicos eram produzir e enviar *releases* para divulgação da Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla, produzir registro fotográfico do referido evento e realizar uma clipagem das matérias divulgadas com a finalidade de realizar uma auditoria de imagem. Esta auditoria vislumbra perceber a visibilidade da APAE nas mídias locais impressas, especificamente no período do evento.

Para embasar todo o planejamento nos reportamos à algumas referências bibliográfica basilares acerca do tema Comunicação Comunitária e Relações Públicas. Entre os principais autores estudados estão Cecilia Peruzzo (1993; 2006) Margarida Kunsch (2009), Eugênia Barichello (2004) e Jorge Duarte (2010). Tais estudos nos permitem visões gerais da prática e instrumentos de Relações Públicas nesta perspectiva comunitária de atuação. Assim, iniciamos este artigo com o objetivo de compreender as noções teóricas que embasam o projeto de comunicação que foi proposto. Na segunda seção apresentamos as ações desenvolvidas juntamente com os resultados alcançados.

1. Noções de comunicação comunitária e a interface com Relações Públicas

A Comunicação Comunitária, muito falada e utilizada atualmente, surgiu em meados da década de 1970, época em que a conjuntura política desafiava ao cidadão para que conquistasse “voz”. No entanto a prática atual da Comunicação Comunitária sofreu algumas mudanças, assim como o conceito. Nesse resgate bibliográfico, no entanto, será abordado apenas as questões que envolvem o conceito de Comunicação Comunitária, Comunicação Popular e Comunicação Alternativa, partindo do pressuposto de tais termos possuem diferenças, embora o sentido político seja o mesmo.

No que se refere à comunicação popular a premissa básica é que ela parte do povo e é dirigida ao povo. O povo aqui referido é sinônimo de cidadão, que em geral pertence á classes marginalizadas. Na definição de Mário Kaplún (KAPLÚN, 1985, apud PERUZZO, 2006, p. 3) a comunicação popular é “uma comunicação libertadora, transformadora, que tem o povo como gerador e protagonista”, assim ela surge como forma de expressão do povo.

No caso da terminologia “alternativa”, a comunicação assume um caráter contra hegemônico, ou seja, diferente da comunicação massiva. A comunicação alternativa pode se constituir através do grafite, da dança, de canções populares, vestimentas entre



outras formas. Downing (2004) se refere à mídia radical alternativa como forma de descaracterizar a audiência como passiva; e como protagonista em novas formas de expressão popular. Podemos perceber isso no resgate das músicas presentes nos grandes festivais de música brasileira ao longo das décadas de 1960 e 1970, durante o período da ditadura militar.

O termo comunicação comunitária, assim como os demais, provém de interesse do povo em expor suas demandas e sua opinião. Para Peruzzo (2006, p. 9) esse tipo de comunicação é caracterizado por:

[...] processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania (PERUZZO, 2006, p. 9).

Nesse sentido, configura-se a comunidade não só como receptora mas também como produtora do conteúdo, detendo o conhecimento e o poder sob um meio de transmissão de informações por eles produzidas.

Com o decorrer do avanço tecnológico e social as interfaces sociais mudaram, e com elas as interações entre indivíduos também, sendo que em processos comunicacionais onde se tinha uma comunicação limitada de poucos para poucos, hoje se tem um cenário de comunicações sem limites, comunicações massivas e sem um público definido por número ou gênero. E isto foi proporcionado pelos novos meios de comunicação desenvolvidos pelas tecnologias de informações. Exemplos disso são as rádios comunitárias, programas televisivos comunitários e até mesmo, no contexto atual, as redes sociais.

Sob esse novo panorama, as Relações Públicas também voltam as suas ações para a comunicação comunitária utilizando de novas tecnologias de informação e comunicação (TIC's). No entanto para darmos sequencia ao relato do trabalho desenvolvido, precisamos nos situarmos quanto ao surgimento das RRPP no Brasil juntamente com o desenvolvimento da comunicação comunitária.

A atividade de Relações Públicas surgiu nos Estados Unidos, em meados do século XX, passando a ser mais estruturada a partir da Primeira Guerra Mundial, quando o governo buscava o apoio da população, e para isso utilizou-se do profissional de RRPP. Ivy Lee é considerado o “pai” das Relações Públicas, por “ter sido o primeiro a colocar em prática princípios e técnicas de RP” (PERUZZO, 1986, p. 19). Peruzzo (1986) afirma que as Relações Públicas surgiram em um contexto de “guerra” de



classes, onde o profissional se posicionou a favor do capital. Entretanto, no Brasil o contexto de inserção do profissional de Relações Públicas foi pouco diferente.

A literatura apresenta que as atividades iniciaram por volta de 1914, quando se implantou o primeiro departamento de Relações Públicas pela Light & Power Co. Ltda., este departamento tinha como função estabelecer negócios com as autoridades governamentais. Já no período de 1949 a indústria nacional toma impulso com o governo de Getúlio Vargas, como Peruzzo (1986) complementa “o impulso das Relações Públicas corresponde à arrancada da industrialização”. Nesta época as relações entre empresas/empregados e empregados/empresas era muito tumultuado, muitas greves, passeatas, desespero e prisões.

Tratando-se de conceituação sobre a profissão de Relações Públicas, encontra-se na literatura múltiplas definições. Porém a definição mais aceita é a estabelecida pela Associação Brasileira de Relações Públicas – ABRP, que traz como conceito oficial à Relações Públicas a

Atividade e esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre a instituição pública ou privada e os grupos de pessoas a que esteja direta ou indiretamente ligada. (ABRP, 1977, p.1 apud PERUZZO, 1986, p. 33).

Peruzzo (1986) afirma também que o objetivo central do profissional de Relações Públicas é a “harmonia social”. Para a autora a harmonia social significa a “identificação entre interesse privado e interesse público e leva-se em conta o interesse público para conscientizar o interesse privado” (PERUZZO, 1986, p.35). Assim, deve-se equilibrar os vários interesses para que se alcance a harmonia nos relacionamentos.

O profissional de Relações Públicas deve equilibrar os interesses dos diversos públicos com que a organização se relaciona através de um processo dinâmico, e ao mesmo tempo satisfazer os interesses da empresa, levando a um nível de entendimento e reciprocidade entre ambos. Para que isso seja exequível, o profissional conta com instrumentos específicos para manter constantemente diálogo com os diversos públicos da instituição.

Segundo afirma Fortes (2003) as funções principais de Relações Públicas é primeiramente classificar os públicos da organização, ou seja, classificá-los de acordo com as relações que estabelecem com a mesma. Parte-se então para a pesquisa, que é uma função crucial, dela irá resultar todos os perfis dos públicos, toda a situação da empresa e de seus concorrentes.



Quanto a função de assessoramento, o profissional depois de ter realizado todo o diagnóstico, estar de posse de múltiplos dados, poderá iniciar uma classificação de intervenções a serem tomadas, pois terá informações que o possibilite essa tomada de decisão. O assessoramento é uma função constante na organização, são ações contínuas estrategicamente planejadas de acordo com o contexto.

Outra função desempenhada pelo relações públicas é a de coordenação, está lhe acompanha durante todo o processo, é onde o profissional irá coordenar todas as atividades por ele planejadas. Para que a coordenação possa ser realizada é necessário um planejamento. O planejamento orienta toda a atividade, permite que as ações sejam organizadas de forma contínua sem grandes intervenções repentinas. É a função principal, sem um bom planejamento não é possível realizar ações estratégicas eficientes. Quanto a função de execução, é o processo de ação, de prática do planejamento. É o momento em que o profissional irá desenvolver tudo o que planejou, sempre relativo ao diagnóstico anteriormente realizado para que as ações torne-se eficientes e alcancem os objetivos propostos. Contudo para que estas ações caminhem de forma coerente o controle é muito importante, pois vai vigiar constantemente as atividades desenvolvidas.

Por último para encerrar todo o processo é necessário uma avaliação, função também de suma importância, por que compreende métodos de mensuração dos resultados das ações tomadas, podendo assim analisar os aspectos positivos e negativos. Enfim, neste Projeto de Comunicação da APAE de Frederico Westphalen – RS desenvolvemos especificamente a função de reconhecer o público a que se destinava a divulgação, no caso a mídia local, a entidade APAE e suas demandas, o que originou o assessoramento, além do planejamento, sua execução e avaliação.

2. Planejamento de Comunicação: as atividades comunicacionais da Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla

O profissional de Relações Públicas está em constante busca à excelência e à eficácia. Mas para que isso ocorra é necessário um planejamento muito bem elaborado e estruturado. Para Bordenave e Carvalho (1979, p. 88) “o planejamento é um processo sistematizado através do qual pode-se dar maior eficiência a uma atividade para num prazo maior ou menor alcançar o conjunto de metas estabelecidas”. Isso nos revela que



um planejamento é uma sequência de ações, ou um conjunto de fases pelas quais se realiza uma ação determinada. Estas partes devem formar um conjunto harmônico e sinérgico.

Como afirma Fortes (2003), o planejamento impede que as atividades de Relações Públicas sejam improvisadas. Assim, a atividade de Relações Públicas consiste em planejar ações a serem executadas de uma forma e um período pré-determinados. E o planejamento estratégico auxilia nesta ordenação, norteando as ações.

No caso da assessoria prestada à APAE – Frederico Westphalen – RS, o planejamento se dividiu em dois projetos: primeiro desenvolvemos o projeto de Ação Comunitária - Divulgação (*Releases* e Registro Fotográfico) e após o projeto de Ação Comunitária – Auditoria de Imagem.

A partir do diagnóstico realizado no primeiro semestre de 2011, percebeu-se a carência que a entidade possuía quanto ao planejamento de informações enviadas para a mídia local. Além disso, na época, a entidade estava próxima de realizar ações alusivas a Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla, sendo de extrema importância expor estas ações para a comunidade regional como meio para atingir a legitimação da Associação. Diante destas informações elaboramos os referidos projetos de comunicação.

2.1 Projeto de Divulgação e Registro da Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla

A proposta deste projeto foi de divulgar as ações promovidas pela APAE/FW durante a Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla. Sendo assim elaboramos e enviamos *releases* para a mídia local com a finalidade de divulgar as ações realizadas, além de realizarmos o registro fotográfico. O registro fotográfico é uma maneira significativa de manter viva a história da Associação, portanto é uma eficiente forma de legitimá-la.

O objetivo principal deste projeto foi divulgar as atividades da Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Frederico Westphalen – APAE durante a Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla. Sendo que consistiu primeiramente em coleta de informações junto a APAE/FW para que pudéssemos elaborar os releases contendo a programação do evento.



Depois da elaboração dos materiais a divulgação, realizamos visitas aos principais meios de comunicação locais, como rádios, jornal e televisão. Nestas visitas entregamos o release contendo informações sobre o evento, instigando os profissionais a buscarem mais informações para a elaboração de matérias. Alguns representantes das mídias foram até a instituição em busca de mais informações, acompanhando quase que diariamente as atividades, outros solicitaram que a diretora concedesse entrevistas, como foi o caso das rádios.

Quanto ao registro fotográfico ele ocorreu durante toda a semana, onde a assessoria voluntária de comunicação esteve presente em quase todas as ações realizadas, se fazendo ausente apenas em função de responsabilidades acadêmicas. De posse deste material fotográfico temos base para a elaboração do outro projeto, o Projeto Relatório Multimídia APAE: Novos Olhares e Percepções sobre a Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla 2011 o qual não será abordado neste recorte.

2.2 Projeto Auditoria de Imagem da APAE

Para realizarmos esta auditoria de imagem, primeiramente realizamos o *clipping*, que segundo Simões (1995 apud SHEID e BARICHELLO, 2004, p. 76) é “um instrumento de entrada para o trabalho do Relações Públicas, ou seja, ele traz informações para análise”. Com base na análise do *clipping* obtivemos elementos qualitativos para compreender como a imagem da instituição estava perante os seus públicos. O objetivo principal desta ação foi mensurar e analisar de forma crítica a representação da imagem da Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Frederico Westphalen/RS.

Através da auditoria de imagem, que segundo Barichello (2004, p. 76) “pode ser entendido como o monitoramento periódico do desempenho de uma instituição, empresa, ou outra fonte de acontecimentos programados, na mídia”, podendo mensurar seu posicionamento de marca, ou posicionamento social. Assim como diz Bueno (2009, p. 187) a imagem e a reputação são constituídas de valor intangível e “conseguir gerenciá-los, avaliá-los, ou mensurá-los passa a ser uma questão de sobrevivência” para a organização.

A mídia no contexto atual é o principal meio de legitimação da imagem de uma organização perante a sociedade, através dela o público realiza o reconhecimento das



ações da organização. Ela apresenta-se, então, como uma formadora de percepções, pelo fato de ajudar a construir identidades e também transformar as já existentes nos indivíduos, auxiliando na construção da opinião pública, quando expõe pontos discutidos e analisados pela sociedade que não necessariamente precisam dividir o mesmo espaço.

O projeto de Auditoria de Imagem foi colocado em prática após a execução do planejamento. As matérias começaram a ser coletadas no início de agosto (12/08/2012) e a clipagem foi finalizada na metade de setembro (16/09/2012). As matérias foram extraídas do meio digital e do meio impresso, sendo eles: o site institucional da APAE/FW, o blog da APAE/FW, o site da Rádio Comunitária, o jornal Folha do Noroeste e o jornal O Alto Uruguai. Foram coletadas cerca de sete matérias impressas e sete digitais, totalizando catorze reportagens. Dentre as matérias coletadas, apenas uma foi reproduzida na íntegra conforme o release enviado.

A primeira matéria é fruto da ação “Dia da Beleza”, inserida na programação da Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla e que consistiu em cortes de cabelo gratuitos para os alunos da APAE/FW. A ação contou com a parceria do SENAC de Frederico Westphalen, que disponibilizou os profissionais de beleza. A matéria conta com a presença de elemento fotográfico enviado pela Assessoria de Comunicação Voluntária. A presença de fotos auxilia na captação da atenção do leitor.



Figura 1 – Jornal O Alto Uruguai. Publicado no dia 03 de Setembro, sábado. Página 05.

Dentre as matérias, duas não tem o foco apenas na APAE/FW, mas sim na Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla, considerando que o evento abrange todas as APAEs do país. Um dos materiais (figura 2) possui as



programações das APAEs da região além do slogan utilizado nacionalmente. Importante destacar que a matéria foi divulgada depois de já ter iniciado boa parte das programações na região.



Figura 2 – Jornal O Alto Uruguai. Publicado no dia 24 de Agosto, quarta-feira.

A imagem de destaque é do Centro de equoterapia Apaixonados pela Vida de Frederico Westphalen, demonstrando outras formas de estímulo físico e mental para os alunos da Associação. Isso é muito importante em decorrência da falta de informações que a maioria das pessoas tem sobre as atividades que são realizadas na APAE.

Constatamos que duas matérias foram extraídas das colunas sociais de dois jornais locais: O Folha do Noroeste e O Alto Uruguai. Embora as editorias não contenham o nome de “social”, em ambos os jornais continham apenas fotos de pessoas que prestigiaram o Jantar Colonial Dançante da APAE/FW e que foi promovido em parceria com o Lions Clube de Frederico Westphalen/RS.

Percebemos que no Jornal O Alto Uruguai há um número superior de fotos do Jantar. Mas, como já dito, as fotos foram apenas de pessoas que prestigiaram o evento não havendo imagens das apresentações dos alunos na abertura da festividade.

Entendemos que a visibilidade midiática promovida pelo Jantar, assim como as demais ações, contribuem para o reconhecimento e legitimidade da entidade, mesmo as fotos não possuindo uma introdução sobre toda a programação da Semana da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla.

Entre as matérias digitais, somente uma não é do blog ou do site da APAE/FW. A matéria foi extraída do site da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen/RS, contendo inclusive trechos, em áudio, da entrevista com a Diretora da entidade Jussania



Basto Bordim. Isto nos permite inferir que a entrevista é fruto do release que a Assessoria de Comunicação Voluntária entregou pessoalmente na Rádio.



Figura 5 – Site da Rádio Comunitária. Publicado no dia 29 de agosto, segunda-feira.
Endereço: www.comunitaria.com.br/fw/vernocia.php?id=893

Observamos ao longo da execução do *clipping* uma coerência nas informações divulgadas tanto no site oficial da APAE/FW, quanto em seu blog. Contudo a linguagem usada nos dois não muda, é exatamente a mesma. Consideramos que os dois meios podem atingir públicos diferentes e, portanto, devem possuir linguagem própria a partir da delimitação dos públicos que acessam cada um dos ambientes (figuras 6 e 7).



Figura 6 – Site APAE/FW. Publicado no dia 18 de agosto, quinta-feira.
Endereço: www.fredericowestphalen.apaebrasil.org.br

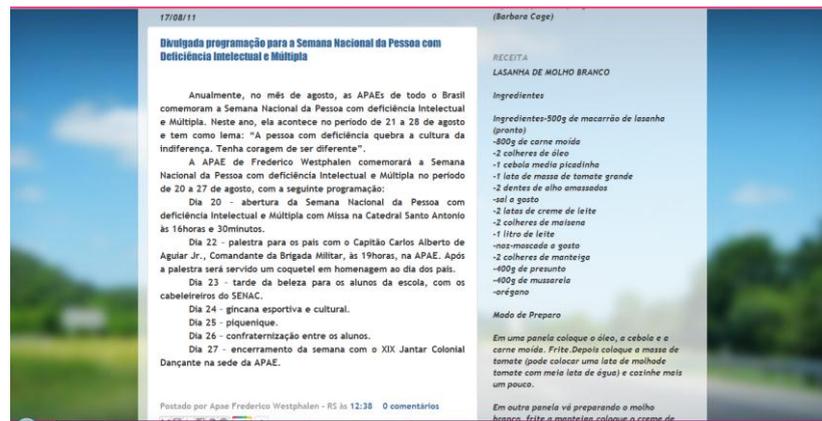


Figura 6 – Blog APAE/FW. Publicado no dia 17 de agosto, quarta-feira.
Endereço: apaefw.blogspot.com

Diante desta análise feita, consideramos que conseguimos atrair a atenção da mídia frederiquense para a APAE/FW durante a Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla, sendo um dos objetivos do planejamento a visibilidade da instituição.

Quanto à imagem da organização ela é positiva. Percebemos isso graças à receptividade que tivemos nos meios de comunicação visitados, pois todos publicaram matérias sobre a instituição e sobre o evento. No caso da legitimidade, não podemos avaliá-la pois a consolidação dela é um processo contínuo. Destacamos a importância de ter se firmado uma parceria sólida com a mídia local para que o processo legitimatório permaneça acontecendo.

A função do *clipping* neste planejamento era de mensurar e avaliar o nosso trabalho de Assessoria, o que acreditamos ter sido bom em função da mídia gratuita que obtivemos. Comprovamos, também, a importância que a clippagem tem para a profissão de Relações Públicas, pois apesar de corriqueira ela é um ótimo mecanismo de avaliação para qualquer ação externa.

Acreditamos que embora o *clipping* tenha nos mostrado bons resultados com a mídia frederiquense, poderíamos também ter planejado a divulgação das informações para os veículos da própria Associação – o blog e o site, pois entendemos que são meios diferentes e devem possuir linguagem diferente.

Considerações finais

Por fim, aprendemos, de fato, práticas que só obtemos com o exercício da profissão: a maneira como se comunicar com cada público e promover a “Boa Vontade”



entre os mesmos. Os métodos para se fazer um projeto perfeito encontramos na bibliografia existente, mas o olhar clínico para diagnosticar e posteriormente planejar ações só vamos adquirir se o praticarmos.

Para nós na acadêmicos foi gratificante a elaboração, bem como a execução de todo o planejamento. Consideramos fundamentais as disciplinas de “Comunicação Comunitária” e “Planejamento de Comunicação Comunitária e Campanhas Institucionais” pois nos permitiram abrir os horizontes das práticas profissionais de Relações Públicas e fortaleceram a nossa crença no direito á comunicação, que todos os cidadãos possuem, tendo ele alguma deficiência intelectual e multipla ou não.

Ao realizarmos um trabalho voluntário tivemos a oportunidade de conhecer várias pessoas novas, com ideias novas e novas experiências que foram com nós compartilhadas. A Associação de Pais e Amigos do Excepcionais de Frederico Westphalen/RS nos mostrou ser uma instituição acolhedora e disposta a receber contribuições para a melhoria dos seus serviços. Sem a boa receptividade dos profissionais que lá trabalham este planejamento seria impossível de ser executado ou talvez os resultados não fossem tão satisfatórios.

REFERÊNCIAS

BARICHELO, Eugenia M.R. **Visibilidade midiática, legitimação e responsabilidade social:** dez estudos sobre práticas de comunicação na Universidade. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2004.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias.** São Paulo: Saraiva, 2009.

BUSSELLE, Michael. **Tudo sobre Fotografia.** [S.l.] :Book RJ Gráfica e Editora, 1979.

DOWING, John D. H. **Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais.** 2ª Ed. São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2004.

DUARTE, J. (Coord). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica.** 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KOSSOY, Boris. **Realidade e Ficções na Trama Fotográfica.** São Paulo: Ateliê Editora, 2002.

KUNSCH, Margarida Kroling. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação**



integrada. 4 ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.

MEFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia.** 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2007.

PERUZZO, Cílicia M. K. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária.** Brasília, DF: [s.n.], 2006.

PERUZZO, Cílicia M. K. **Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista.** 2. ed. São Paulo : Summus, 1986.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In: SILVA, Tomaz Tadeu da. Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais. 9ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.