

O PERIGO DA ATUAÇÃO EDITORIAL DA NOVA DIREITA NO CAMPO CULTURAL BRASILEIRO: ANÁLISE DO CEDET¹

Eula D.T. CABRAL²; Danielle F.R.FURLANI³

¹ Grupo de trabalho ao que apresenta o trabalho

² Afiliação institucional, e-mail.

³ Afiliação institucional, e-mail.

RESUMO

No Brasil, o mercado editorial da “nova direita” ganhou bastante destaque nos últimos anos. Intelectuais alinhados à “nova direita” conquistaram espaço crescente na esfera pública nacional, destacando-se não apenas na imprensa tradicional e nas redes sociais, mas também no setor editorial (Puglia, 2018). Editoras e editores encontraram no Brasil um terreno fértil para difundir produtos culturais alinhados às direitas, fomentando debates políticos contemporâneos (Pereira e Saferstein, 2024), onde suas estratégias se alinham ao campo político e ganham espaço no mercado cultural brasileiro. Diante desta realidade, o objetivo do trabalho é analisar o papel do Centro de Desenvolvimento Profissional e Tecnológico (Cedet) na consolidação de um ecossistema editorial da nova direita no Brasil. Para isso, mobiliza os aportes teóricos da Economia Política da Comunicação e da Cultura, partindo do projeto de pesquisa projeto “Cultura, Comunicação e Informação na era digital” (Cabral, 2021) e das contribuições de César Bolaño (2000; 2010; 2016), em diálogo com a teoria dos campos culturais de Pierre Bourdieu (2006). Examina-se como o Cedet atua com infraestrutura técnica e comercial, oferecendo soluções editoriais integradas, e como agente de legitimação simbólica, viabilizando a produção, circulação e consagração de obras alinhadas aos valores e discursos da nova direita, disputando posições no campo cultural brasileiro. Dentre as análises que vêm sendo feitas, observa-se que o Cedet exemplifica a subsunção da produção cultural às lógicas do capital monopolista, ao organizar-se por meio de segmentação de públicos, estratégias de massificação e controle de diferentes etapas do processo editorial — da edição à impressão, distribuição e comercialização. Essa dinâmica fica evidente em sua rede diversificada, que combina selos próprios, parcerias com editoras, sistemas estruturados de revenda, livrarias virtuais e acordos com influenciadores. A presença de seus títulos em múltiplos canais de venda e o investimento em produtos como cadernos, planners e quebra-cabeças reforçam um modelo de negócios orientado à expansão e à reprodução ampliada do capital. As estratégias do Cedet envolvem disputas por reconhecimento, consagração e legitimidade cultural, publicando autores centrais para a nova direita brasileira, como Olavo de Carvalho, Ana Campagnolo e Eduardo Bolsonaro, e traduzindo nomes consagrados do liberalismo e do conservadorismo, como Adam Smith, Ludwig von Mises, Roger Scruton e Edmund Burke. Ao mesmo tempo, gerencia livrarias virtuais associadas a influenciadores e figuras públicas desse espectro, construindo um circuito que não apenas amplia a visibilidade dessas ideias, mas também reforça seu próprio capital simbólico ao se vincular a nomes já reconhecidos. Assim, o estudo do Cedet oferece importantes pistas sobre como setores das direitas brasileiras têm articulado estratégias para ocupar o campo cultural, evidenciando a necessidade de compreender o mercado editorial não apenas como um setor econômico, mas como uma arena em que projetos

¹ GT 4 - Políticas Culturais e Economia Política da Cultura

² Eula Dantas Taveira Cabral é coordenadora do grupo de pesquisa Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPCC – CNPq/FCRB). Professora do PPGMA/FCRB. Doutora e Mestre em Comunicação - eulacabral@gmail.com

³ Danielle Fernandes Rodrigues Furlani é membro do grupo de pesquisa EPCC (CNPq/FCRB), Mestre em Ciências Sociais da UFF e bolsista do PIPC da FCRB - danielierodrigues@id.uff.br

políticos, concepções de mundo e práticas sociais disputam narrativas, memórias e os sentidos que moldam a vida cultural brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLAÑO, C. R. S. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BOLAÑO, C. R. S. Economia política da comunicação e da cultura: breve genealogia do campo e das taxonomias das indústrias culturais. In: BOLAÑO, C. R. S.; GOLIN, C.; BRITTOS, V. (org.). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010. p. 33–50.

BOLAÑO, C. R. S. **Campo aberto**: para a crítica da epistemologia da comunicação. Aracaju: Edise, 2016.

BOURDIEU, P. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2006.

CABRAL, Eula D.T. **Cultura, Comunicação e Informação na era digital**. Rio de Janeiro: FCRB, 2021. Disponível em: <https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>. Acesso em: 30 jun.2025.

PEREIRA, T. A. C.; SAFERSTEIN, E. A nova direita e os livros: autores, editoras e best sellers de direita no Brasil e na Argentina. **Brazilian Journal of Latin American Studies**, São Paulo, Brasil, v. 23, n. 48, p. 77–108, 2024.

PUGLIA, L. S. Gramsci e os intelectuais de direita no Brasil contemporâneo. **Teoria e Cultura**, Juiz de Fora, v. 13, n. 2, p. 40-54, 2018.