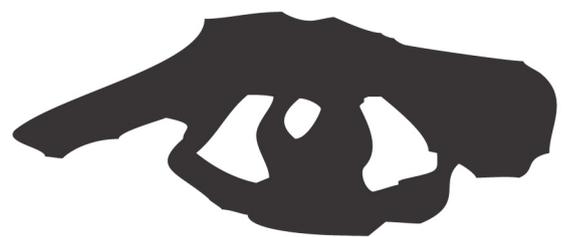


# NOVO SOLH ARES

REVISTA DE ESTUDOS SOBRE PRÁTICAS DE RECEPÇÃO A PRODUTOS MIDIÁTICOS



Volume 11 N. 1

Novos Olhares - ISSN 2238-7714

Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos  
Publicação semestral on-line do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos  
Audiovisuais (PPGMPA) da ECA/USP

Vol. 11, n. 1 (1º semestre de 2022)

Revista surgida em 1997 como publicação impressa com o ISSN 1516-5981. O formato eletrônico e a edição em volume anual com dois números foram adotados em 2012, ano em que a numeração da revista foi reiniciada.



Revista de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos: publicação semestral do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais e do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA-USP.

ISSN 2238-7714

Volume 11 – número 1 – 1º semestre de 2022

#### Editor Científico

Eduardo Vicente, Universidade de São Paulo, Brasil

#### Comissão Editorial

Manoel Fernández Sande, Universidade Complutense de Madrid, Espanha

Luiz Signates, Universidade Federal de Goiás, Brasil

Leonardo Gabriel De Marchi, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

#### Conselho Editorial Científico

Anna Maria Balogh, Universidade Paulista UNIP, Brasil

Cláudia Lago, Universidade de São Paulo, Brasil

Cláudio Rodrigues Coração, UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Daniel Gambaro, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil

David King Dunaway, University of New Mexico, Estados Unidos

Eduardo Víctorio Morettin, Universidade de São Paulo, Brasil

Elizabeth Saad Corrêa, Universidade de São Paulo, Brasil

Fernando Resende, Universidade Federal Fluminense, Brasil

Gislene Silva, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Juan Ignacio Gallego Perez, Universidad Carlos III de Madrid, Espanha

Juliana Doretto, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Brasil

Laura Loguercio Cânepa, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil

Marcia Perencin Tondato, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Mauro Wilton de Sousa, Universidade de São Paulo, Brasil

Mayra Rodrigues Gomes, Universidade de São Paulo, Brasil

Nivaldo Ferraz, Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Regina Lucia Gomes, Universidade Federal da Bahia, Brasil

Rosana de Lima Soares, Universidade de São Paulo, Brasil

Samuel José Holanda de Paiva, Universidade Federal de São Carlos, Brasil

Sergio Nesteriuk, PPG Design - Universidade Anhembi Morumbi, Brasil

Suzana Reck Miranda, Universidade Federal de São Carlos, Brasil

Vander Casaqui, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

#### Consultores Ad Hoc

Andrea Limberto Leite, Universidade de São Paulo

Cláudio Rodrigues Coração, UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

David King Dunaway, University of New Mexico, Estados Unidos

Luiz Signates, Universidade Federal de Goiás

Ivan Paganotti, FIAM-FAAM, Brasil

Juan Ignacio Gallego Perez, Universidad Carlos III de Madrid, Espanha

Juliana Doretto, Universidade Católica de Campinas, Brasil

Mariana Duccini, Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Mariane Harumi Murakami, Universidade de São Paulo, Brasil

Sílvio Antonio Luiz Anaz, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

#### Projeto Gráfico

Revista Novos Olhares

#### Produção Editorial (revisão, editoração eletrônica)

Tikinet Edição

Revisão: Victória Gerace

Diagramação: Nicole de Abreu e Caroline Duarte

Normas para publicação e condições para o envio de colaborações poderão ser encontradas no site da revista ([www.eca.usp.br/novosolhares](http://www.eca.usp.br/novosolhares)), que se reserva o direito de aceitar ou não as colaborações enviadas. As opiniões emitidas nessa publicação não expressam necessariamente a posição da revista.

Revista Novos Olhares  
Departamento de Cinema, Rádio e TV - ECA  
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, prédio 4  
Cidade Universitária, São Paulo-SP  
CEP: 05508-900  
e-mail: [novosolhares@usp.br](mailto:novosolhares@usp.br)

## Apresentação

5

## Paisagens Anestésicas, Espaços Estéticos, Convívios Afetivos: *Torre das Donzelas*

*Sandra Fischer*

*Aline Vaz*

7

## A Realidade Revisitada: As Imagens de Videovigilância como Elemento de Noticiabilidade na Produção Telejornalística

*Antonio Pinheiro Torres Neto*

*Edgard Patrício*

16

## A Politização de Objetos Esportivos: Redistribuições Simbólicas do Consumo a partir da Vinculação de Atletas a Causas Sociais

*Eliza Bachega Casadei*

*Nara Lya Cabral Scabin*

*Thalita Storel*

31

## Profissão Youtuber: Consequências Sociais e Precarização do Trabalho em Comunicação Social

*Jullie Tenório Ed Din Sammur*

*Pedro Afonso Cortez*

*Ivan Paganotti*

40

## Marielle Gigante: A Narrativa de um Crime Político no *Jornal Nacional* da TV Globo

*Lise Chiara*

*Marcelo Kischinhevsky*

54

**Mediações na expressão e ressignificação das  
identidades polono-brasileiras**

*Larissa Drabeski*

*Valquiria Michela John*

69

**Análise da Exposição dos Presidenciáveis do  
Segundo Turno das Eleições de 2018 no Twitter**

*Jéssica Vieira Torres*

*Luiz Alberto de Farias*

79

**Estruturas de Vídeo sob Demanda**

*Luís Enrique Cazani Júnior*

91

**O Demônio da Reescrita: Vilém Flusser e a Escrita  
Conceitual como Futuro do Escrever**

*Luis Felipe Silveira de Abreu*

104

**A Televisão Infantil no Brasil e na China:  
Uma Perspectiva Histórica para Além dos  
Modelos Ocidentais**

*Mayara Araujo*

*Arthur Felipe Fiel*

115

# Apresentação

Esta edição da *Novos Olhares* reúne dez artigos que, em seu conjunto, formam um mosaico de questões de pesquisa em que a política, em suas múltiplas expressões, pode ser definida como o mais importante eixo temático.

No âmbito das resistências políticas, Sandra Fischer e Aline Vaz lançam um olhar analítico ao filme *Torre das Donzelas* (Susanna Lira, Brasil, 2018), considerando as formas de resistência feminista convertidas em experiências estéticas no lugar do cinema e no ambiente carcerário. A narrativa resgata a memória de mulheres brasileiras, presas políticas, que buscam superar violências e arbitrariedades a que foram submetidas no Presídio Tiradentes, na cidade de São Paulo, durante a ditadura militar.

Eliza Casadei, Nara Cabral e Thalita Storel, diante de um contexto em que manifestações públicas de atletas sobre causas sociais têm sido cada vez mais frequentes, debatem o processo de politização dos objetos esportivos. Baseando-se no pensamento de Jacques Rancière, as autoras entendem essa politização como uma redistribuição simbólica de um bem de consumo que tem seus sentidos deslocados do campo da *polícia* para um espaço de dissenso.

Preocupados com os impactos políticos e sociais das práticas de videomonitoramento, Antonio Pinheiro Torres Neto e Edgard Patrício de Almeida Filho buscam verificar em que medida o conceito de *valor-notícia* orienta a seleção jornalística de acontecimentos flagrados por esses equipamentos de vigilância. Para tanto, realizam a análise de conteúdo de 53 edições do telejornal cearense CETV 1ª Edição.

Lise Chiara e Marcelo Kischinhevsky realizam uma *análise televisual* da narrativa do assassinato da vereadora carioca Marielle Franco, tomando como corpus 15 edições do telejornal líder de audiência no país, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, no mês de março de 2018. No percurso narrativo, o telejornal construiu a imagem de uma “Marielle gigante”, transformando a vereadora em uma heroína, distanciando-a do mundo real.

Luis Alberto de Farias e Jéssica Torres, por sua vez, abordam a exposição dos candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad no Twitter durante o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018. Para tanto, por meio de análise de conteúdo das publicações de seus perfis oficiais, foram verificados os temas recorrentes, a interação gerada (curtidas, retweets e comentários) e o layout das publicações.

Já os outros cinco textos da revista apresentam temáticas bastante diversificadas, conectadas com questões atuais.

Ivan Paganotti, Pedro Afonso Cortez e Jullie Tenório Ed Din Sammur realizam uma revisão crítica sobre os impactos do YouTube no potencial desempenho profissional na plataforma, evidenciando que ela oferece um vasto campo de atuação não só para comunicadores licenciados, mas também para profissionais de outras áreas, com consequências socialmente complexas.

Valquiria Michela John e Larissa Drabeski discorrem sobre as mediações comunicativas envolvidas nos espaços de expressão e ressignificação da identidade étnica de integrantes de duas famílias descendentes de poloneses em São Mateus do Sul (PR). Os dados apresentados são fruto de uma pesquisa de recepção, cujo objetivo foi compreender como os descendentes de imigrantes poloneses utilizam processos comunicativos na construção e ressignificação de suas identidades polono-brasileiras.

Luís Enrique Cazani Júnior discute as videolocadoras, os repositórios virtuais e os serviços de streaming como estruturas de vídeo sob demanda à luz da teoria da estruturação, proposta por Anthony Giddens. São parâmetros fundamentais de sua análise os conceitos de *regra*, *recurso*, *regularidade*, *reflexividade*, *recursividade*, *racionalidade* e *motivação* definidos por aquele autor.

Luis Felipe Silveira de Abreu busca refletir sobre a provocação de Vilém Flusser acerca do futuro da escrita, à luz de movimentos literários contemporâneos de reescrita. Através de pesquisa bibliográfica exploratória, o texto apresenta três seções de discussão expositiva, avaliando o estatuto da reescrita enquanto modo da escrita na pós-história.

Mayara Araujo e Arthur Felipe Fiel investigam o desenvolvimento da televisão infantil no Brasil e na China a partir de uma perspectiva histórica e que se volta para modelos não ocidentais de reflexão. A hipótese dos autores é de que a formação televisiva dos dois países experienciou processos semelhantes em momentos distintos do desenvolvimento de seus projetos de nação.

Desejamos uma ótima leitura a todas e todos, agradecendo, uma vez mais e sempre, ao trabalho e confiança de autores e avaliadores.

Eduardo Vicente

Junho de 2022

# Paisagens Anestésicas, Espaços Estéticos, Convívios Afetivos: Torre das Donzelas

## Sandra Fischer

Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Docente e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Docente colaboradora do Mestrado em Cinema e Artes do Vídeo da Universidade Estadual do Paraná (CineAv/Unespar). Vice-líder do Grupo de Pesquisa Telas: cinema, televisão, streaming, experiência estética (UTP/CNPq). E-mail: sandrafischer@uol.com.br

## Aline Vaz

Doutora pela UTP. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da UTP. Líder do Grupo de Pesquisa Telas: cinema, televisão, streaming, experiência estética (UTP/CNPq). E-mail: alinevaz900@gmail.com

**Resumo:** Este estudo lança um olhar analítico ao filme *Torre das Donzelas* (Susanna Lira; Brasil, 2018), considerando as formas de resistências feministas convertidas em experiências estéticas no lugar do cinema e no ambiente carcerário. A narrativa resgata a memória de mulheres brasileiras, presas políticas que, tentando *continuar contra ou a despeito de* (avaliando-se aqui o conjunto de conteúdos axiológicos e sensíveis proposto por Jacques Fontanille), buscam superar violências e arbitrariedades a que foram submetidas no presídio Tiradentes, na cidade de São Paulo, durante a ditadura civil-militar no Brasil. Lira, entretecendo poéticas, faz uma obra política por meio das imagens de partilha do sensível. Imagens que exibem formas de vida coletiva e afetiva, resistentes ao espaço e ao tempo. Mulheres que, *apesar de...*, diluíram as grades impostas pelo sistema opressor instalado em 1964, e hoje, projetadas na tela do cinema, reapresentam-se, transformando paisagens anestésicas em espaços estéticos.

**Palavras-chave:** cinema, *Torre das Donzelas*, presas políticas, resistência, experiência estética e estética.

## Paisajes Anestésicas, Espacios Estéticos, Interacciones Afectivas: Torre das Donzelas

**Resumen:** Este estudio analiza la película *Torre das Donzelas* (2018) considerando las formas de resistencia feminista convertidas en experiencias estéticas en el lugar del cine y en el ámbito carcelario. La narrativa rescata la memoria de mujeres brasileñas, prisioneras políticas, que, tratando de seguir *en contra o a pesar de* (evaluando aquí el conjunto de contenidos axiológicos y sensibles propuestos por Jacques Fontanille), buscan superar la violencia y la arbitrariedad a las cuales se sometieron en la Cárcel de Tiradentes, en la ciudad de São Paulo, durante la dictadura en Brasil. La película de Susanna Lira, tejiendo poéticas, se convierte en obra política a través de imágenes de compartir lo sensible. Imágenes que muestran formas de vida colectiva y afectiva, resistentes al espacio y al tiempo. Mujeres que, *a pesar de...*, diluyeron las barreras impuestas por el sistema opresivo instalado en 1964 y hoy, proyectadas en la pantalla de cine, se reintroducen, transformando paisajes anestésicos en espacios estéticos.

**Palabras clave:** cine, *Torre das Donzelas*, presa política, resistencia, experiencia estética y estética.

## Anesthetic Landscapes, Aesthetic Spaces, Affective Coexistence: Torre das Donzelas

**Abstract:** This essay focusses critically on the film *Torre das Donzelas* (2018) considering the strategies of feminist resistance converted into aesthetical experiences both in the cinema and in the prison's environment. The film brings back the memory of Brazilian women, political prisoners, who, seeking to *keep against or despite of* (examining the set of axiological and sensible content proposed by Jacques Fontanille), seek to overcome violences and arbitrarities to which they were subjected to at Tiradentes Penitentiary, located in the city of São Paulo, during the dictatorship period in Brasil. Intertwining poetics, Susanna Lira makes political piece with the images of sensible sharing. Images that demonstrate forms of collective and affective living, resistant to space and time. Women who, *despite of...*, diluted the grids imposed by the oppressing system installed in 1964, and today, shown on the cinema screen, reappear, transforming anesthetic landscapes into aesthetic spaces.

**Keywords:** cinema, *Torre das Donzelas*, political prisoner, resistance, aesthetic and aesthetic experience.

Localizado no centro de São Paulo, na esquina da avenida Tiradentes com a praça Coronel Fernando Prestes, o presídio Tiradentes, criado em 1825 com o nome Casa de Correição, foi a segunda cadeia pública em São Paulo – a primeira estava sediada no Paço Municipal, responsável pela prisão de supostos arruaceiros e escravos fugidios. Durante a ditadura militar, iniciada em 1964, o presídio configurou-se como lugar de cárcere e repressão aos opositores do regime. Após uma longa história de opressão, em 1972, o edifício foi demolido, abrindo caminho para as obras da estação Tiradentes do metrô. Da estrutura arquitetônica restou apenas o conhecido Arco do Presídio (Figura 1) que, em 1985, foi tombado como patrimônio histórico pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico (CONDEPHAAT). Ali vivencia-se um *estranhamento* em meio à metrópole modernizada, e neste desconforto acentuado na paisagem urbana a memória é potencializada, mostrando um passado que ainda se insere nos cotidianos e provoca certo incômodo: “aquela categoria do assustador que remete ao que é conhecido ... proveniente de ‘algo familiar que foi reprimido’” (Freud, 1996, p. 238).



Figura 1: Arco do Presídio  
Nota. Torre das Donzelas.

<sup>1</sup> O nome do filme faz referência ao ambiente do presídio Tiradentes que, durante o regime militar, era destinado a encarcerar as mulheres presas políticas. Distinguindo-se da ala masculina, assim como da ala das presas comuns, o conjunto de celas ganha o apelido de “torre das donzelas” – denominação contestada pelas mulheres que lá estiveram: “Não sei se eram donzelas mesmo, acho que não”; “Entre aspas porque ninguém era donzela, tinha UMA donzela”; “Eu vou pôr só torre, né? ... Porque ali não tinha donzela” (*Torre das Donzelas*, 2018).

<sup>2</sup> Luis Ignacio García (2018) observa que “La memoria no refiere a una relación con el pasado sino a un estado del presente. Nunca es el recuerdo de lo que fue sino la apertura del ahora” (p. 11).

<sup>3</sup> Se a presença do ambiente cenográfico remete à ausência arquitetônica da torre, a presença das mulheres em cena também remete à ausência de tantas outras figuras femininas silenciadas pela história, seja pela morte, pelo desaparecimento ou pelo trauma. Ana Bursztyn-Miranda, em 2020, no cinedebate de *Torre das Donzelas*, organizado pelo comitê Volta Dilma, atenta à necessidade de falar de quem não sobreviveu; entre alguns nomes, menciona Heleny Guariba e ressalta: “... a gente cantou, cantou na torre para sair, eu me lembro até hoje da gente cantando aquela música pra Heleny sair. Ela saiu num dia de início de abril de 71 e é desaparecida política até hoje ...”. Ana afirma que no filme devemos ver além dos vivos e rememora, ainda, a última carta que Ísis Dias de Oliveira escreveu à família dizendo: “quando eu não puder mais falar vocês falarão por mim”.

O filme *Torre das Donzelas*<sup>1</sup> (2018), de Susanna Lira, potencializa uma memória que não somente menciona um passado, mas se apresenta como um estado de presente (presença e ausência)<sup>2</sup>. Lira coloca em tela mulheres que enfrentaram a tortura do Estado e que estão ali *em ato*: não *representam* somente aquilo que foi, mas *apresentam* aquilo pelo que passaram e aquilo em que se transformaram. São elas: Ana Bursztyn-Miranda; Maria Aparecida Costa; Rita Sipahi; Rioco Kayano; Rose Nogueira; Elza Lobo; Dulce Maia; Nair Benedicto; Leslie Beloque; Eva Teresa Skazufka; Robêni Baptista da Costa; Guida Amaral; Marlene Soccas; Maria Luiza Belloque; Nair Yumiko Kobashi; Ieda Akselrud Seixas; Dilma Rousseff; Lenira Machado; Ana Mércia; Ilda Martins da Silva; Iara Glória Areias Prado; Ana Maria Aratangy; Darci Miyaki; Vilma Barban; Telinha Pimenta; Sirlene Bendazzoli; Nadja Leite; Leane Ferreira de Almeida; Maria Aparecida dos Santos; Lucia Salvia Coelho; e Janice Theodoro da Silva.

Esses créditos surgem apenas ao fim da película, quando já o espectador já teve oportunidade de desenvolver uma relação com essas mulheres por meio de seus testemunhos e da corporalidade posta em cena. As estratégias cinematográficas de Lira se dão a partir da construção de um espaço que, na busca por reconstruir as celas do presídio Tiradentes, na ala conhecida como torre das donzelas, alude a uma ausência, uma topologia que fisicamente não mais existe, mas é presentificada pela direção de arte, que remonta o lugar, na presença (e na ausência) daquelas que foram presas políticas e que vivenciaram o sítio da prisão em todas as suas experiências físicas e sensíveis<sup>3</sup>. Percebe-se que ali as partilhas do sensível definem “ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência” (Rancière, 2009, p. 16); o regime estético “funda, a uma só vez, a autonomia da arte e a identidade de suas formas com as formas pelas quais a vida se forma a si mesma” (Rancière, 2009, p. 34).

Nessa perspectiva, este estudo, integrado ao projeto *Experiências Políticas como Apropriações Estéticas: Lugares, Imaginários e Modos de se Dar a Ver*, propõe analisar

<sup>4</sup> O quadriculamento instala “cada indivíduo no seu lugar; e em cada lugar, um indivíduo”. Essa lógica exige a evitação das “distribuições por grupos”, a decomposição das “implantações coletivas” e a análise das “pluralidades confusas, maciças ou fugidias” (Foucault, 2014, p. 140). As organizações disciplinares criam, preservam e tentam perpetuar, com inteligência e eficiência, seus próprios sistemas de vigilâncias.

<sup>5</sup> Os conceitos de paisagem anestésica e espaço estético são desenvolvidos em tese de doutorado de autoria de Aline Vaz (2021) a partir de Milton Santos (1988), em que a apropriação das paisagens se dá por intermédio do movimento interativo. Nesse caso, o espaço seria determinado como um conjunto articulado de coisas e seres que se relacionam ao ver, perceber e habitar experiências sensíveis. Ou seja, “o espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima, ou seja, a sociedade em movimento” (Santos, 1988, p. 26). Há também um diálogo com os conceitos de casa-calabouço (Fischer, 2006) e casa-concha (Bachelard, 1989), e a primeira se caracteriza por aprisionar insidiosamente, configurando-se, portanto, em uma paisagem anestésica, enquanto a segunda se define por acolher, benevolente, como um berço que protege as experiências sensíveis para então atirá-las (inseri-las) no mundo de complexas possibilidades de encontros e apropriações de lugares físicos e simbólicos, assim possibilitando a constituição de espaços estéticos.

<sup>6</sup> A definição do termo, tomada a partir da ideia de Fontanille (2014) no que diz respeito à atitude do sujeito de “continuar o curso da vida apesar de X” (p. 70), enfatiza a importância das reticências em sua expressão gráfica e simbólica: “A pontuação, aqui, funciona como abrigo de interrogações, exclamações, pontos e vírgulas (incertezas, perplexidades, pausas) de uma vida cujo curso não é interrompido. As reticências indicam a omissão de algo que não se quer ou não se pode revelar, uma suspensão ou hesitação, além da alusão a aberturas de possibilidades, que no traçado dos três pontos representariam caminhos a serem percorridos (ressalvadas as incertezas que se aninham entre as fendas do incógnito)” (Vaz, 2021, p. 24).

como as mulheres que um dia estiveram impositivamente enclausuradas em um ambiente delimitado pelo *quadriculamento*<sup>4</sup> subvertem as condições opressoras da *paisagem anestésica* – comprimida pela rarefação de apropriações físicas e afetivas –, transformando-a em *espaço estético* – constituído pelo movimento relacional fluido e ondulante inerente às vicissitudes do conviver que possibilita, na medida da conformação de suas características ambientais, a apropriação e a compreensão do ser e estar no mundo (Vaz, 2021)<sup>5</sup>. É importante observar como essas apropriações e transformações da paisagem anestésica para o espaço estético se deram tanto no presídio Tiradentes, na torre das donzelas, durante o regime militar, quanto no período das filmagens de *Torre das Donzelas*, que durou sete anos, adentrando o momento em que a presidenta Dilma Rousseff sofre o processo de impeachment e as ex-presas políticas apropriam-se do cenário cinematográfico de Lira, construindo novas experiências estéticas e estéticas e fazendo de uma arquitetura cenográfica (inicialmente a coisa em si – a paisagem) espaço de memória como processo de preenchimento e apropriação relacional.

### Imagens de uma Torre em Movimento

“... O que que é a prisão? Ela é um controle do espaço e do tempo e define o que você faz no seu cotidiano, e como você faz, e te isola. Então, qual era nosso objetivo? Não nos isolar, ter o controle do nosso espaço, dentro das nossas possibilidades, e do nosso tempo ...”. As palavras são de Dilma Rousseff no filme *Torre das Donzelas* e nos motivam, aqui, a analisar como as mulheres, que um dia foram encarceradas, reinventam, primeiramente, o lugar opressivo do presídio Tiradentes, para décadas depois transformarem a ausência desse lugar então demolido. Para isso, mantém-se alçada a memória, compartilhando-a no reencontro com aquela arquitetura – cenográfica, agora – e no encontro com o espectador, conseguindo, assim, cumprir o objetivo exposto por Rousseff: superar o isolamento, controlar espaços e tempos ultrapassando outrora as restrições dos quadriculamentos da cela e, mais de 40 anos depois, também as delimitações do *enquadramento* fílmico, construindo e possibilitando experiências estéticas coletivas.

Assim, vamos ao encontro de Jacques Fontanille (2014) ao tratar da vida coletiva e interativa como substâncias, das quais emergem formas de vida: para o pesquisador, haveria uma categoria genérica do *ser/estar junto, agir com ou agir contra*, podendo originar experiências interacionais arranjadas em *estilos figurais*. Desse modo, destaca-se o seguinte esquema: *ser e fazer com > conviver > forma de vida humana*. Torna-se possível mergulhar analiticamente na “relação entre o que se passa nas formas de vida e o que já foi compreendido e estabelecido nas práticas” (Fontanille, 2014, p. 68). Ao olharmos para as mulheres de *Torre das Donzelas* – no intra e no extratela –, a partir dos estudos de Vaz (2021), percebemos a subversão da paisagem anestésica delineada pelo convívio apático que paralisa e não renova, ou seja, que não permite *continuar contra ou despeito de*, constituindo o espaço estético por meio do que Algirdas J. Greimas (2002) considera *escapatórias* – construções sensíveis que desautomatizam o cotidiano. Efetiva-se, de uma forma ou de outra, a “prática de Spinoza que [ênfase adicionada] condensa várias dimensões do ‘curso de vida’ onde [ênfase adicionada] perseverar, na verdade, não é somente ‘continuar’, mas ‘continuar contra ou despeito de’ algo que impediria de continuar” (Fontanille, 2014, p. 70). Juntas no convívio interativo e afetivo, elas perseveram *apesar de...*<sup>6</sup>: quando o cotidiano se torna insuportável, seja nos anos ditatoriais (quando eram presas políticas) ou no Brasil prestes a destituir uma presidenta eleita (Dilma Rousseff, ex-habitante da torre), dá-se o encontro entre feminilidades integrantes de variadas histórias de resistência e transgressão, subvertendo as condições anestésicas das situações ambientais:

... os envolvidos na circunstância de privação repentina de significados são capazes de criar significados substitutivos e restabelecer as relações sociais interrompidas ou, mais que isso, ameaçadas de ruptura. Portanto, mais do que uma coleção de significados compartilhados, o senso comum decorre da partilha, entre atores, de um mesmo método de produção de significados.... Portanto, os significados são reinventados continuamente ao invés de serem continuamente copiados. As situações de anomia e desordem são resolvidas pelo próprio homem comum justamente porque ele dispõe de um meio para interpretar situações (e ações) sem sentido, podendo, em questão de segundos, remendar as fraturas da situação social. (Martins, 1998, pp. 4-5)

O cotidiano seria, portanto, construído pela interação dos significados compartilhados entre os sujeitos da relação social e pela instabilidade vivida:

O vivido em Schutz é o vivido dos significados que sustentam as relações sociais. Mas, em Lefebvre, o vivido é mais que isso: é a fonte das contradições que invadem a cotidianidade de tempos em tempos, nos momentos de criação. (Martins, 1998, p. 5)

Pensar no cotidiano experienciado de forma relacional e inventiva, a partir de José de Souza Martins (1998), nos leva à reflexão sobre como o cotidiano pode tornar-se ponto de referência de esperanças renovadoras da sociedade. Martins observa o mundo de todos os dias como abrigo do tempo e da eficácia das vontades individuais, daquilo que faz a força da sociedade civil. Como uma hipótese desafiadora aos estudos do cotidiano e do homem comum, o autor parte da proposição de Karl Marx (1961, p. 203) de que “os homens fazem a sua própria História, mas não a fazem como querem e sim sob as circunstâncias que encontram, legadas e transmitidas pelo passado”.

Em *Torre das Donzelas*, ao colocar em tela as circunstâncias de um passado que intervém nas formas de vivenciar o presente, com a reconstrução arquitetônica de um espaço físico transformado em ruínas, Lira situa as mulheres outrora vitimadas em posições de restituição de suas histórias, que se misturam à história de um país que parece se empenhar em escondê-las sob destroços. Para tal reconstrução espacial sensível não bastaria apenas o esforço de uma direção de arte, mesmo que competente e apurada, sob pena de obtermos no filme meramente uma paisagem anestésica constituída por meio do simulacro de uma prisão. A força criativa advém do processo de preenchimento dos lugares físicos e simbólicos pelas personagens, do movimento relacional da corporalidade delas e dos olhares inerentes à feitura e à fruição daquilo que se entende por cinema: “De um lado, há o movimento dos simulacros da cena, oferecido às identificações do público. De outro, o movimento autêntico, o movimento próprio dos corpos comunitários” (Rancière, 2009, p. 18). As mulheres se apropriam do cenário e tomam a tela. São elas que iniciam o filme, delineando uma espécie de planta arquitetônica da torre das donzelas, a escada operando como um elemento de destaque nas linhas que se desenham na lousa. Enquanto esboçam e comentam seus traçados, linhas e palavras se justapõem numa espécie de rememoração e subjetivação – vê-se, por exemplo, que cada desenho da escada ganha formas próprias (Figura 2). A escadaria infere significados sensíveis a partir da experiência peculiar que cada personagem constrói com os degraus, configuradores de elos entre a torre e o espaço exterior, pontes para entradas e saídas. Lira, obviamente, poderia consultar documentos antigos e simplesmente reconstituir a escada imagetivamente; ao optar por trazer à tona as memórias sobre a escadaria, entretanto, confere visibilidade aos processos de apropriação sensível do lugar edificado – em tijolos de argila e de memória. Não mais mera estrutura de cimento inerte, mas estado presente de sensibilidade. Nos momentos finais do filme, Lira escolhe retornar aos desenhos, agora finalizados e assinados pelas respectivas autoras (Figura 3), enfatizando uma vez mais que sim, trata-se de uma *mesma* escada, mas que originou múltiplas caminhadas<sup>7</sup>.

<sup>7</sup>Jorge Larrosa Bondía (2002) observa que “o saber da experiência é um saber particular, subjetivo, relativo, contingente, pessoal. Se a experiência não é o que acontece, mas o que nos acontece, duas pessoas, ainda que enfrentem o mesmo acontecimento, não fazem a mesma experiência. O acontecimento é comum, mas a experiência é para cada qual sua, singular e de alguma maneira impossível de ser repetida. O saber da experiência é um saber que não pode separar-se do indivíduo concreto em quem encarna. Não está, como o conhecimento científico, fora de nós, mas somente tem sentido no modo como configura uma personalidade, um caráter, uma sensibilidade ou, em definitivo, uma forma humana singular de estar no mundo, que é por sua vez uma ética (um modo de conduzir-se) e uma estética (um estilo). Por isso, também o saber da experiência não pode beneficiar-se de qualquer alforria, quer dizer, ninguém pode aprender da experiência de outro, a menos que essa experiência seja de algum modo revivida e tornada própria” (p. 27). Nesta perspectiva, o encarceramento na torre das donzelas é o acontecimento comum, mas a experiência é individual: tão logo, o espectador, impossibilitado de resgatar para si a experiência dessas mulheres, poderá construir, a partir do dispositivo fílmico, sua própria experiência em acordo com as particularidades sensíveis de que dispõe para ser afetado por um novo acontecimento comum.

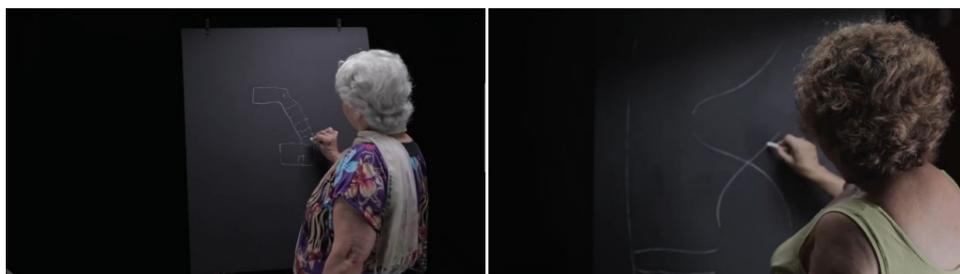


Figura 2: Esboços da escada  
Nota. Frames do filme Torre das Donzelas.

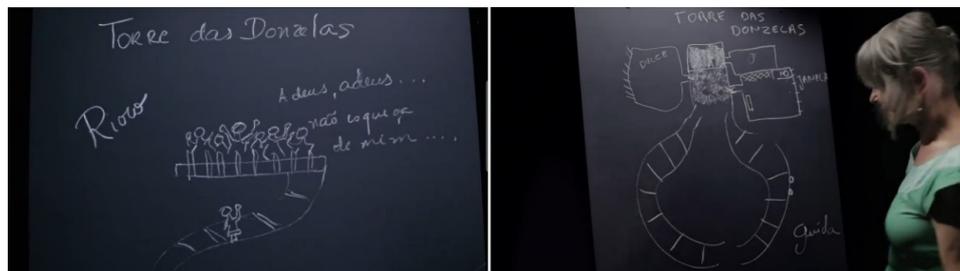


Figura 3: Desenhos finalizados da escada  
Nota. Frames do filme Torre das Donzelas.

Entre o que a torre um dia foi em aspectos físicos e o que se tornou em termos de memória, surge uma terceira imagem: a do cenário construído pela direção de arte do filme (Figura 4). Não é a torre que um dia esteve edificada no centro de São Paulo em tempos ditatoriais, tampouco aquela que vive na memória das ex-prisioneiras: é configuração cenográfica que reitera uma ausência, simulacro que, uma vez preenchido pela presença das mulheres, vai ganhando contornos afetivos, constituindo significações. Ana Bursztyn-Miranda, no cinedebate de *Torre das Donzelas*, observa que a torre cenográfica não era a torre: “todo mundo que chegava lá tinha um estranhamento, depois começava a conversar”. Assim como as mulheres que adentram o espaço e observam tudo com atenção (Figura 5), buscando (re)conhecer semelhanças, interagindo com objetos e criando uma relação com aquele novo lugar, a câmera de Lira passeia lentamente pelo ambiente, enfocando objetos cenográficos, muitos deles livros, mencionados por Dilma Rousseff como uma possibilidade de subverter o isolamento (Figura 6). Note-se que há ainda uma quarta imagem, produzida na experiência da espetatorialidade: não familiarizado com a torre do regime militar provavelmente – portanto não carregando a memória de tal prisão – e impossibilitado de adentrar o cenário in loco (como as personagens que transitam pelo ambiente), o espectador, ao ter o olhar mediado pela câmera e seguir o seu movimento, percorrendo a tela do cinema afetado pelo espaço fílmico, formula, por sua vez, uma imagem particular.



Figura 4: Cenário de Torre das Donzelas  
Nota. Frames do filme Torre das Donzelas.



Figura 5: Personagens transitam pelo cenário  
Nota. Frames do filme Torre das Donzelas.

<sup>8</sup> A CNV teve por finalidade apurar violações de direitos humanos ocorridas entre 18 de setembro de 1946 e 5 de outubro de 1988. Lançado em 2018 e iniciado sua produção 7 anos antes, a trajetória do filme de Lira traça um caminho próximo à comissão. Vemos que para além da reconstrução dos fatos jurídicos, a CNV motiva uma quebra do silenciamento em circuitos midiáticos e manifestações artísticas. A partir desse momento formaliza-se no país o rompimento com a dita “reconciliação amnésica”, manifesta pela “moda do esquecimento”, em que “as frases banais (“virar a página”, “reconciliar-se para construir o futuro”, “pacificar”) expressam o desejo utópico de igualar no esquecimento” (Sarlo, 2016, p. 39), um igualamento amnésico do passado que interfere no presente.



Figura 6: Objetos do cenário  
Nota. Frames do filme Torre das Donzelas.

A movimentação é essencialmente atribuída ao espaço estético, pois faculta ao observador o processo de apropriação da paisagem, viabilizando a saída de estados estáticos/anestésicos para estados estéticos ao possuir o lugar que se revela entre as mediações sensíveis das relações, de ordem afetiva e comunicacional. Assim como temos um conjunto de imagens associadas à ideia da torre das donzelas, temos também uma interação de movimentos que a preenchem. Há um transcorrer histórico que se passa desde o período ditatorial, iniciado em 1964 e finalizado 21 anos depois, passando pela promulgação da Lei nº 12.528, de 16 de maio de 2012, que instituiu a Comissão Nacional da Verdade (CNV)<sup>8</sup> no primeiro mandato da presidenta Dilma Rousseff, até a sua reeleição, em 2014, e o consequente processo

<sup>9</sup>O processo de impeachment como um acontecimento histórico também interferiu no resultado da obra. Conforme relata Susanna Lira no cinedebate, durante as filmagens, que ocorreram no cenário da torre, Dilma Rousseff não conseguiu participar: “Foi no meio do impeachment. Lembra que ela marcou duas vezes com a gente de ir lá no estúdio e não conseguiu ir porque adiantavam a defesa do impeachment? Sempre rolava alguma coisa”. Rousseff, então, aparece em cena apenas fornecendo depoimentos individuais (consequentemente, as companheiras de outrora não puderam estar com ela).

<sup>10</sup>Ana Bursztyn-Miranda relatou durante o cinebate a dificuldade enfrentada por Lira para realizar o filme: “Várias companheiras eram contra, porque a gente já foi muito usada, né? Os militantes em geral. Então você não sabe muito bem quem é, não é da nossa geração, não viveu isso, qual é o olhar dela, o que ela vai falar, teve uns jornalistas que distorciam um pouco as coisas que a gente falava, então foi muito preocupante e houve um embate ali, né? Uma que hoje é *fanzoca* da Susanna. Tiveram que fazer reuniões para debater com a Susanna porque não estavam querendo fazer esse filme. E tem companheiras maravilhosas que não fizeram, eu sinto pena disso até hoje”.

de impeachment, concluído em 2016<sup>9</sup>. Essas movimentações, que têm início com um golpe militar e anos depois se deparam, no momento de produção do filme, com uma democracia novamente posta em risco, funcionam como motores para que as mulheres convidadas por Lira aceitem participar das filmagens<sup>10</sup>, subvertendo, assim, lembranças potencialmente opressivas por meio da presença de seus corpos atuantes e resistentes, que tomam a tela pelo movimento relacional com o cenário, preenchido pelas interações humanas (Figura 7): emocionam-se no reencontro, abraçam-se e percorrem o ambiente juntas, curiosas com a reconstrução da torre; sentam-se em círculos e rememoram momentos que vivenciaram no presídio Tiradentes; e, do topo da escadaria, entoam juntas, novamente, a canção com que tantas vezes celebraram despedidas de companheiras que deixavam o cárcere, muitas das quais até hoje desaparecidas.



Figura 7: Encontro das personagens  
Nota. Frames do filme *Torre das Donzelas*.

O movimento no ambiente de uma prisão é, sem dúvida, limitado. Não obstante, pode ser relacional, entretido nas pequenas minúcias do dia a dia. Essa movimentação, em certa medida restrita, mas que possibilita construções sensíveis, é enfatizada pelo olhar de Lira ao reiterar planos detalhados enfocados nas mãos das mulheres (Figura 8). Mesmo quando as personagens se encontram estáticas, relatando suas histórias em frente à câmera, as mãos movimentam-se e se comunicam com os closes selecionados pela diretora, funcionando como elo entre o corpo e as coisas do mundo e como realizadoras que buscam no espaço fílmico (re)fazer tarefas cotidianas levadas a cabo no cárcere, como atividades culinárias e de artesanato. As mãos, por vezes percorrendo o corrimão da escadaria, atuam como personagens que escrevem, tricotam, cortam e desenhavam, efetivando processos criativos e proporcionando ênfase e sustentação a discursos e posturas.

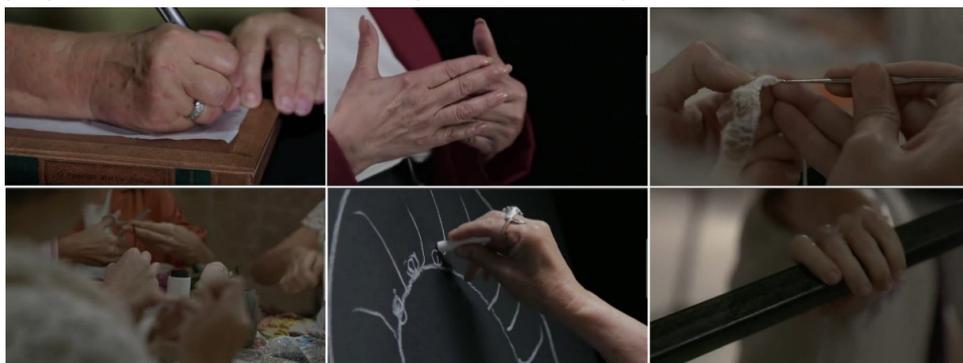


Figura 8: Enfoque nas mãos  
Nota. Frames do filme *Torre das Donzelas*.

*Torre das Donzelas* supera a mera representação de uma prisão à medida que mostra – no conjunto de imagens simbólicas – que o ambiente do cárcere, primeiramente mantido pelo regime ditatorial e depois remontado por meio dos elementos cinematográficos, é modulado pelas formas de vida das mulheres, as quais, uma vez ali instaladas, contaminam e subvertem, em certa extensão, a condição primordialmente opressiva a que são expostas. Os depoimentos de Nair Benedicto e Telinha Pimenta ressaltam a apropriação de uma paisagem inóspita em um espaço de convívio acolhedor: “Quando a gente foi pra torre a gente encontrou uma sala absolutamente fétida, imediatamente a primeira coisa que a gente fez

foi pedir água, balde e lavar aquilo tudo e tal, porque realmente era insuportável” (*Torre das Donzelas*, 2018, 45:15).

A gente chegou e tinha uma coisa enfileirada de beliche, beliche, beliche, beliche, dava uma impressão horrível. E eu com essa outra arquiteta a gente resolveu mudar, então tiramos todo mundo do celão, lavamos o celão, desmontamos todos os beliches e criamos uns espaços como se fossem salinhas. Esses espaços foram legais, porque a gente tinha maior integração. (*Torre das Donzelas*, 2018, 46:10)

A torre das donzelas era ocupada por habitantes que *apesar de...* tomam esse lugar como espaço de resistência e existência. Conforme observa Rousseff, a torre propiciou-lhes uma experiência política construtiva, mesmo em uma situação extrema de repressão: “Eu acho que nós demos felicidade para nós na pior situação possível; tentar humanizar o absoluto desumano é uma tarefa hercúlea, e aquele número lá de mulheres fez isso um pouco, ou seja, nós ganhamos deles ali” (*Torre das Donzelas*, 2018, 01:22).

### Considerações Finais

Este estudo teve como propósito lançar um olhar analítico ao filme *Torre das Donzelas*, a partir das noções de paisagem anestésica e espaço estético (Vaz, 2021) e com base nas concepções de formas de vida postuladas por Jacques Fontanille, considerando que o convívio e as inerentes interações constroem formas de perseverar *apesar de...* Embora as mulheres tenham enfrentado atrocidades enquanto presas políticas, nas limitações do cárcere acontece um movimento de resistência que se atualiza, seja em tempos ditatoriais ou no período em que transcorrem as filmagens dirigidas por Susanna Lira.

Dilma Rousseff e Lúcia Salvia Coelho rememoram o dia da saída do presídio Tiradentes:

Chegaram e falaram “arruma a mala que você tá saindo”; a mala tinha sido arrumada, desarrumada, arrumada, desarrumada, então, eu percebi que eu ia ter saudades delas também . . . de um lado era a liberdade, mas de outro lado eu estava perdendo também muita coisa, que era esse convívio, né? Tem relações afetivas que você tem, que você herda, essas não, você escolheu, né? Eletivas. São relações eletivas, que você eleger e que a vida te deu, né? É que nem sua família, elas fazem parte da minha família. É diferente eu acho, uma prisão como a nossa e de uma outra que você sai com alívio, é uma conquista, é a sua liberdade, é o resto da sua vida, mas não é a mesma sensação de liberdade. (*Torre das Donzelas*, 2018, 01:24)

No momento em que eu saí, que eu fechei a porta da torre, quer dizer não fechei, acho que fecharam *pra* mim, que eu sai da “Torre”, eu disse “eu não posso sair da torre; a minha possibilidade de fazer alguma coisa era a torre, lá fora eu não tenho chance; então, eu quis voltar pra torre, porque eu sabia que lá dentro a gente conseguia alguma coisa, nós tínhamos todas as mesmas ideias basicamente, a gente era contra a repressão e que eu seria muito mais presa em casa, que de fato fui por toda a circunstância, do que dentro da torre, a torre representava um grito pela liberdade, uma certa liberdade. (*Torre das Donzelas*, 2018, 01:26)

Ambas falam em liberdade. É notável que podemos ser livres em ambientes que se colocam como opressores e ser oprimidos em ambientes que se dão a ver como libertários. Efetivamente, o que determinará de fato se um lugar será redutor ou construtor de possibilidades sensíveis serão as formas de apropriação; paisagens anestésicas podem ser reconstituídas em espaços estéticos por meio de superações que busquem constantemente transformar *incômodos* em *cômodos*, pois são as urgências que estimulam as mudanças radicais: “Essas necessidades ganham sentido na falta de sentido da vida cotidiana. Só pode desejar o impossível aquele para quem a vida cotidiana se tornou insuportável, justamente porque essa vida já não pode ser manipulada” (Martins, 1998, p. 6). Logo, poderá construir um espaço estético aquele que um dia esteve acomodado na paisagem anestésica; há de se constituir na forma de vida automatizada uma perfuração, uma transgressão que viabilize formas de vida estéticas que apresentem possibilidades de (re)existir *apesar de...*

É aí que o reencontro com as descobertas das orientações fenomenológicas ganha novo e diferente sentido. Pois, é no instante dessas rupturas do cotidiano, nos instantes da inviabilidade da reprodução, que se instaura o momento da invenção, da ousadia, do atrevimento, da transgressão. E aí a desordem é outra, como é outra a criação. Já não se trata de remendar as fraturas do mundo da vida, para recriá-lo. Mas de dar voz ao silêncio, de dar vida à História. (Martins, 1998, p. 6)

Guida Amaral, por sua vez, observa, no filme, que a grande vitória da ditadura foi, talvez, o silêncio. A derrubada do presídio Tiradentes foi uma tentativa conveniente de provocar uma espécie de amnésia histórica, assim como o silenciamento do trauma também contribuiu para uma dita reconciliação amnésica com o período ditatorial. Quando Lira busca reconstruir a torre das donzelas, as mulheres que um dia estiveram na condição de presas políticas – buscando sempre subverter essa imposição – também reconstruem suas histórias, não como remendos no tecido esgarçado da peça de roupa que já não veste mais, mas como as tramas de um ser e estar no mundo a partir de experiências de vida. No caso, vivências históricas que em tela são transformadas em experiências estéticas de partilha afetiva, mais uma vez ressignificando paisagens anestésicas como espaços estéticos, em um conjunto de conteúdos axiológicos e sensíveis continuando *apesar de...* Enfim, a torre das donzelas, como conjunto de celas do presídio Tiradentes e como realização cinematográfica, reergue-se altivamente em experiência estética e experiência política. Como adverte Susanna Lira durante o cinedebate, ela não faz um filme *sobre* pessoas; faz um trabalho cinematográfico *com* pessoas, permitindo a produção de uma obra que afeta e se deixa afetar pelas presenças e pelas ausências que, se não se dedicam à talvez impossível reconstrução da memória de um passado, empenham-se em edificar a memória presente.

## Referências

- Vaz, A. (2021). *Nuevo Cine Argentino e políticas neoliberais pós-ditaduras: Paisagens anestésicas e espaços estéticos em Lucrecia Martel e Pablo Trapero* [Tese de doutorado, Universidade Tuiuti do Paraná]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da UTP. <https://bit.ly/3xHrHor>
- Fischer, S. (2006). *Clausura e compartilhamento: A representação da família no cinema de Saura e de Almodóvar*. São Paulo: Annablume.
- Bachelard, G. (1989). *A poética do espaço*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bondía, J. L. (2002). Notas sobre a experiência e o saber de experiência. *Revista Brasileira de Educação*, (19), 20-28. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782002000100003>
- Bursztyn-Miranda, A., Teresa, L., Aires, M., Goffman R., & Lira, S. (2020, 27 de setembro). *Torre das Donzelas* [Debate]. Facebook. <https://bit.ly/3zaJnKi>
- Freud, S. (1996). O estranho. In J. Strachey (Ed.), *Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud* (pp. 233-276). Imago.
- Fontanille, J. (2014). Quando a vida ganha forma. In E. M. F. S. Nascimento & V. L. R. Abriata (Orgs.), *Formas de vida: Rotina e acontecimento* (pp. 55-85). Coruja.
- Foucault, M. (2014). *Vigiar e punir: Nascimento da prisão*. Vozes.
- García, L. I. (2018). *La comunidad en montaje: Imaginación política y postdictadura*. Prometeo.
- Greimas, A. J. (2002). *Da imperfeição*. São Paulo: Hacker.
- Lira, S. (Diretora). (2018). *Torre das Donzelas* [Documentário]. Modo Operante.

Martins, J. S. (1998). O senso comum e a vida cotidiana. *Tempo social*, 10(1), 1-8. <https://doi.org/10.1590/ts.v10i1.86696>

Marx, K. (1961). O 18 Brumário de Luís Bonaparte. In K. Marx & F. Engels. *Obras escolhidas* (2a ed.). Vitória.

Rancière, J. (2009). *A partilha do sensível: Estética e política*. Editora 34.

Santos, M. (1988). *Metamorfoses do espaço habitado*. Hucitec.

Sarlo, B. (2016). *Paisagens imaginárias*. Edusp.

# A Realidade Revisitada: As Imagens de Videovigilância como Elemento de Noticiabilidade na Produção Telejornalística

## **Antonio Pinheiro Torres Neto**

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Membro do grupo de pesquisa Práxis no Jornalismo (PráxisJor-UFC).  
E-mail: antoniopinheiro.cariri@gmail.com

## **Edgard Patrício**

Professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC. Coordenador do grupo de pesquisa PráxisJor (UFC).  
E-mail: edgard@ufc.br

**Resumo:** A cultura da vigilância espalha-se pela sociedade. Os processos de videomonitoramento, enquanto um dos seus elementos, alcançam diversos contextos. No jornalismo, o uso de imagens de câmeras de vigilância tem proporcionado novas dinâmicas para a publicização dos eventos cotidianos. Em meio às transformações midiáticas ocasionadas por tais dispositivos de visibilidade, buscamos neste artigo verificar em que medida o conceito de valor-notícia orienta a seleção jornalística de acontecimentos flagrados por equipamentos de videovigilância. Para isso, realizamos a análise de conteúdo de 53 edições do telejornal cearense CETV 1ª Edição. Por meio do estudo, constatamos, além da recorrência acentuada de situações noticiadas a partir de cenas capturadas por meio do videomonitoramento, a inexistência de evidências de valores-notícia que embasem a seleção dos fatos veiculados.

**Palavras-chave:** telejornalismo, câmeras de vigilância, valor-notícia, CETV 1ª Edição.

## **La Realidad Revisada: Las Imágenes de Videovigilancia como Elemento de Interés Periodístico en la Producción de Noticias Televisivas**

**Resumen:** La cultura de la vigilancia se difunde por la sociedad. En tanto uno de sus elementos, los procesos de videovigilancia llegan a diferentes contextos. En el periodismo, el uso de imágenes de cámaras de vigilancia ha proporcionado una nueva dinámica para la publicidad de los hechos cotidianos. En medio de las transformaciones mediáticas provocadas por tales dispositivos de visibilidad, este artículo busca verificar en qué medida el concepto de valor noticia orienta la selección periodística de los hechos captados por equipos de videovigilancia. Para ello, se realizó el análisis de contenido de 53 ediciones del noticiero televisivo de Ceará CETV 1ª Edição. En el análisis, se encontró, además de la acentuada recurrencia de situaciones reportadas a partir de la captura de escenas realizada por la práctica de la videovigilancia, la inexistencia de evidencias de valores noticia que sustenten la selección de hechos difundidos.

**Palabras clave:** periodismo televisivo, cámaras de vigilancia, valor noticia, CETV 1ª Edição.

## **Reality Revisited: Video Surveillance Images as an Element of Newsworthiness in Television News Production**

**Abstract:** The culture of surveillance spreads into the society. Video surveillance processes, as one of its elements, reach varied contexts. In Journalism, the use of surveillance camera images has provided new dynamics for publicizing everyday events. Amidst the media transformations caused by such visibility devices, this article seeks to verify the extent to which the concept of news value guides the journalistic selection of events caught by video surveillance equipment. For this, we analyzed the content of 53 editions of the TV newscast from Ceará CETV 1ª Edição. With the study, we found, in addition to the accentuated recurrence of situations reported from scenes captured by video surveillance, the lack of evidence of news values that support the selection of broadcasted facts.

**Keywords:** telejournalism, surveillance cameras, news values, CETV 1ª Edição.

Esse artigo surge a partir de uma inquietação envolvendo um processo cada vez mais recorrente: a utilização de imagens de câmeras de vigilância na produção de notícias no telejornalismo. Partimos do pressuposto de que os equipamentos de videomonitoramento estão cada vez mais naturalizados em nosso cotidiano, integrando a paisagem urbana e representando “. . . um olhar que, pela sua multiplicação em locais públicos, semipúblicos e privados, tende a descortinar a cidade e os corpos passantes” (Bruno, 2013, p. 87). É quase inevitável não nos depararmos, em algum momento do dia, com a sua materialidade. Nesse sentido, vivenciar o mundo contemporâneo inclui ter de lidar com esses dispositivos de visibilidade.

No cenário atual, as facetas que envolvem as práticas de vigilância, o que inclui as iniciativas de videovigilância, são amplas. Para entendê-las, precisamos considerá-las em sua complexa abrangência em meio às ações cotidianas, abandonando a noção, desde já, de uma vigilância homogênea ou atribuída a intenções ordenadas por uma única instância, tal como se apresenta, por exemplo, no romance distópico *1984*, de George Orwell (1949). Ao contrário, “. . . os atuais processos de vigilância só podem ser entendidos se levarmos em conta que as ações que os constituem são distribuídas por diferentes setores cujos interesses e perspectivas são múltiplos e não obedecem a nenhum princípio unificado” (Bruno, 2013, p. 25), fazendo emergir, assim, uma verdadeira cultura da vigilância (Lyon, 2018).

O que se pretende dizer com essa expressão? É o sentido . . . de que a vigilância se torna parte de todo modo de vida. Daí meu uso da palavra *cultura*. Não é mais algo apenas externo que se impõe em nossa vida. É algo que os cidadãos comuns aceitam – deliberada e conscientemente ou não –, com que negociam, a que resistem, com que se envolvem e, de maneiras novas, até iniciam e desejam. O que antes era um aspecto institucional da modernidade ou um modo tecnologicamente aperfeiçoado de disciplina ou controle social hoje está internalizado e constitui parte de reflexões diárias sobre como são as coisas e do repertório de práticas cotidianas. (Lyon, 2018, pp. 152-153)

Conforme destaca Firmino (2013), existe um ambiente extremamente favorável ao uso dos equipamentos de videomonitoramento, em virtude da pretensa aptidão que teriam de solucionar os riscos existentes no espaço urbano. Estabelece-se, desta maneira, um forte vínculo entre a ideia de segurança e as práticas de vigilância, fazendo que diversos mecanismos sejam adotados em nosso cotidiano. Para Lyon (2010), “. . . isso se tornou ainda mais óbvio na medida em que inúmeros esquemas de vigilância, com exceção apenas dos exemplos mais absurdos, têm sido aceitos sem resistência” (p. 115).

Assim, ferramentas como os Circuitos Fechados de Televisão (CFTV) e as câmeras de reconhecimento facial passam a ser encaradas tanto pelas políticas públicas governamentais quanto pela iniciativa privada como uma espécie de solução natural para o quadro de insegurança existente nas cidades. “Nesse cenário que articula medo e controle, espaço não vigiado se tornou espaço do desconhecido, do ilícito e, principalmente, local de violência” (Castro & Pedro, 2010, p. 36).

Mas é preciso lembrar que as tecnologias e seus usos são socialmente construídos. Isso significa que há uma necessidade de se questionar os esquemas interpretativos que orientam os julgamentos dos profissionais e dos algoritmos que operam/constituem estes equipamentos. Afinal de contas, como definir quais são os comportamentos e as pessoas que geram suspeitas para os sistemas de videovigilância? Que tipos de exclusão social são criados em virtude da implementação dessas ferramentas? Esses são alguns questionamentos que apontam para a complexidade em torno do assunto e que nos mostram a necessidade de evitarmos a adoção de posturas deterministas ou neutras em relação às tecnologias<sup>1</sup>.

Nesse sentido, e a princípio, as câmeras de vigilância cumprem um papel voltado estritamente para o campo da segurança. Porém, as imagens geradas por elas têm extrapolado o ambiente das salas de controle, onde são gerenciadas, e ganhado ampla visibilidade a partir de sua utilização pelos telejornais brasileiros. Parece-nos evidente que tais dispositivos de visibilidade têm proporcionado novas fronteiras para a produção telejornalística ao ampliarem as possibilidades de obtenção de flagrantes

<sup>1</sup> No Brasil, iniciativas como o projeto “O Panóptico”, desenvolvido pelo Centro de Estudos de Segurança e Cidadania (CESeC) (<http://opanoptico.com.br/>), bem como o Laboratório de Políticas Públicas e Internet (Lapin) (<https://lapin.org.br/>) têm realizado trabalhos de monitoramento e discussão acerca dos impactos sociais provocados pelas tecnologias de videomonitoramento e reconhecimento facial implementadas por instituições de segurança pública em nosso país.

de acontecimentos sociais. Como destaca Oliveira (2019), “inicialmente, sua finalidade é prover segurança, ou seja, a priori, [as câmeras de vigilância] não foram instaladas para finalidades jornalísticas. Entretanto, vez ou outra e despreziosamente, esses dispositivos registram flagrantes, fazendo-o de forma aleatória” (p. 20).

Ao entendermos que possuir a imagem de um fato no momento exato em que ele ocorre é um diferencial essencial para o meio televisivo, sendo a questão visual uma das principais características da televisão (Siqueira, 2018), fica explícita a importância do conteúdo proveniente destes dispositivos tecnológicos para o jornalismo. Ao contar com um olhar maquínico que nunca desliga, as câmeras de vigilância possibilitam o acesso a cenas que, de outro modo, provavelmente não se tornariam de conhecimento público. Em meio a este cenário, “o telejornalismo, enquanto lugar de referência, é um ambiente que tem sido fortemente marcado pela superabundância de exposição de acontecimentos expressos em imagens oriundas de circuitos fechados de televisão e câmeras amadoras” (Andrade, 2018, p. 65).

Apesar da profusão de acontecimentos flagrados por tais dispositivos de visibilidade, precisamos nos lembrar de um elemento básico constituinte da informação jornalística: a relevância. Em outras palavras: nem tudo o que acontece vira notícia ou, para adaptarmos a sentença às questões que mobilizam este artigo, nem todos os acontecimentos flagrados diariamente por câmeras de vigilância são noticiados pelos meios de comunicação. Conforme alerta Fontcuberta (1993), “nenhum meio pode incluir toda a informação que recebe ao longo de um dia, nem sequer durante uma hora. Não existe nem espaço nos meios impressos nem tempo nos audiovisuais capazes de abrangê-la. Portanto, há que se selecionar”<sup>2</sup> (p. 41, tradução nossa). A restrição, claro, também se estende ao ambiente digital, que, apesar de não possuir *a priori* limitação de espaço, vê-se impossibilitado de contar com uma força de trabalho capaz de transformar todos os fatos dotados de relevância jornalística em notícias para veiculação.

<sup>2</sup>No original: “Ningún medio puede incluir toda la información que recibe a lo largo de todo un día, ni siquiera durante una hora. No existe ni espacio en los medios impresos ni tiempo en los audiovisuales capaz de abarcarla. Por lo tanto hay que seleccionar”.

Isso nos direciona à clássica pergunta sobre o que leva um acontecimento, em detrimento de outro, a ser selecionado e transformado em notícia. Esse questionamento tem sido feito há algum tempo por diferentes pesquisadores que investigam a dimensão da noticiabilidade (Hall et al., 1993; G. Silva, 2005, 2014, 2018; M. P. Silva, 2016, 2020; Traquina, 2008; Wolf, 2008). Interessa-nos, nesse sentido, estabelecer, a partir do percurso teórico já sedimentado por esses autores, uma aproximação analítica com um dos aspectos que constituem a noticiabilidade e que pode contribuir no entendimento de uma das fases da produção noticiosa. Estamos nos referindo, mais especificamente, aos *valores-notícia*.

Ao destacarmos os valores-notícia como conceito-chave para este artigo, estamos sinalizando, de forma implícita, em qual etapa da investigação sobre a noticiabilidade centraremos nossos esforços. Assim, ao avançarmos nesta discussão, estamos olhando de forma mais centrada para o momento da seleção primária e consequentemente para as características atribuídas aos acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância. Por isso, a pergunta que colocamos inscreve-se da seguinte maneira: quais são os valores-notícia vigentes quando se trata de analisarmos os fatos publicizados pelo telejornal *CETV 1ª Edição*<sup>3</sup> e, mais especificamente, aqueles flagrados por câmeras de vigilância?

<sup>3</sup> O telejornal *CETV 1ª Edição* (<https://glo.bo/3q0fLIW>) é produzido pela TV Verdes Mares (afiliada da Rede Globo no Ceará), e vai ao ar de segunda-feira a sábado, a partir das 11h45.

### Valores-Notícia e Relevância Jornalística

A legitimidade social da atividade jornalística justifica-se, em grande medida, a partir da suposta capacidade dos profissionais desta comunidade interpretativa (Zelizer, 1993, 2010) de nos relatar aquilo que de mais importante acontece no cotidiano do qual fazemos parte. Conforme ressalta Guerra (2008, p. 112), a verdade e a relevância são as expectativas primeiras em termos de requisitos de qualidade da notícia. Focando especificamente na dimensão da relevância, podemos dizer que é por meio da prática de valoração dos acontecimentos que os jornalistas reiteram diariamente a sua competência para produzir notícias, diante da expectativa do público por conteúdos jornalísticos que sejam relevantes para suas vidas.

O que nos parece central é essa capacidade, constantemente atualizada, que os profissionais do jornalismo teriam de estabelecer quadros de relevância acerca

dos acontecimentos sociais, mesmo diante das transformações produtivas e dos questionamentos sobre seu lugar de referência. Fica evidente então que a informação jornalística precisa, e sempre precisou, atender a essa condição básica da relevância como forma de garantir, ou pelo menos buscar manter assegurado um dos sentidos da sua existência. Dessa forma, quando nos perguntamos sobre como se estabelece a relevância de um acontecimento, abrimos caminho para uma aproximação com o conceito de valores-notícia.

Como explica Wolf (2008), os jornalistas não podem decidir, a cada nova ocasião, desde o princípio, como selecionar os fatos que serão transformados em notícia, pois “. . . isso tornaria o seu trabalho impraticável. A exigência primária é, portanto, a de fazer dessa incumbência uma rotina, a fim de torná-la passível de ser cumprida e administrada. Os valores-notícia servem justamente para isso” (p. 203). Para assimilarmos melhor a sua operacionalidade, precisamos situá-los no contexto mais amplo que envolve a produção da notícia e os diversos elementos que atravessam esse processo. De partida, devemos destacar, com o auxílio de Gislene Silva (2005, 2014, 2018), que valores-notícia e noticiabilidade não são a mesma coisa.

Como forma de tornar mais sistemática a análise da noticiabilidade, a autora propõe dividi-la em três instâncias, ordenando-a em grupos de critérios (de noticiabilidade) que afetam as ações jornalísticas ao longo de todo o percurso de estruturação do conteúdo informativo. Temos assim: 1. critérios de noticiabilidade na origem dos fatos (valores-notícia) – relativos à percepção e seleção do acontecimento; 2. critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos – que abrangem o momento da apuração, narração, hierarquização, edição e publicação do material jornalístico; e 3. critérios de noticiabilidade na visão dos fatos – que também interferem na produção da notícia, mas integram elementos de ordem mais abstrata do campo do jornalismo, como a verdade, a imparcialidade etc. (G. Silva, 2005).

Fica bastante explícito, dessa maneira, que os valores-notícia são apenas um entre tantos critérios que fundamentam a noticiabilidade. Ao localizá-los em uma primeira instância (na origem dos fatos), destaca-se o papel que teriam ao funcionarem como parâmetro para o trabalho dos jornalistas no momento em que esses necessitam valorar os diversos acontecimentos cotidianos. Para Silva (2018), “a ideia central por trás do conceito de valores-notícia continua sendo . . . a percepção de que há características/atributos de determinados acontecimentos que os fazem ter mais ou menos peso noticioso” (p. 323). Seriam essas qualidades atribuídas socialmente aos fatos que justificariam então a elevação destes ao patamar de notícia.

Na perspectiva de Hall et al. (1993), os valores-notícia permitem aos jornalistas decidirem rotineira e regularmente quais “estórias” são noticiáveis e quais não são, quais merecem destaque e quais são as consideradas insignificantes. Nessa mesma lógica de pensamento, Wolf (2008) destaca que os valores-notícia “. . . devem permitir uma seleção do material, feita apressadamente, de modo quase ‘automático’, caracterizada por um certo grau de flexibilidade e de comparação, que seja defensável *post-mortem* e, sobretudo, que não seja suscetível de muitos obstáculos” (pp. 204-205). Não se trataria, deste modo, de entendê-los como uma categorização abstrata, mas sim dentro de uma lógica de tipificação passível de repetição, destinada, assim, a objetivos práticos.

Na percepção de Wolf (2008), os valores-notícia podem ser utilizados de duas maneiras: primeiro, como parâmetro para selecionar os acontecimentos dignos de serem transformados em notícia. E em um segundo instante, eles podem servir como linha-guia para a apresentação do material, sugerindo as qualidades do acontecimento que devem ser ressaltadas, quais devem ser priorizadas, bem como o que deve ser omitido. Assim, os valores-notícia podem ser determinantes, por exemplo, no momento da hierarquização da primeira página de um jornal, na definição da chamada de um telejornal, ou na estruturação da *home* de um site noticioso.

### **Valores-Notícia e Mapas de Significados**

Por meio da argumentação aqui exposta, fica assinalado então o entendimento de que os valores-notícia seriam uma tentativa racionalizada de operacionalizar o

processo através do qual se busca atender às expectativas da audiência em termos de acesso aos fatos mais relevantes. Como nos lembra Zelizer (2010), os jornalistas, enquanto comunidade interpretativa, desenvolvem estratégias e as compartilham como forma de dar sentido ao mundo. Assim, uma das formas de responder, pelo menos inicialmente, por qual motivo o acontecimento X é transformado em notícia, em detrimento de Y, seria olhar para os valores-notícia que lhe são atribuídos. E é isso que os profissionais do jornalismo afirmam e precisam fazer diariamente.

É óbvio que pode existir aqui um dilema, digamos assim, entre a expectativa nutrida, por exemplo, pelos telespectadores do *CETV 1ª Edição* em relação ao que eles esperam assistir no telejornal, em termos de relevância, e ao que de fato lhes é disponibilizado. Nesse sentido, poderíamos muito bem nos perguntar se há uma concordância valorativa real entre audiência e veículo de comunicação<sup>4</sup> quando se trata de escolher e transformar determinados acontecimentos em notícia. A respeito disso, Alsina (2009) sugere que:

. . . essa relação entre o jornalista e seus destinatários estabelece-se por um contrato pragmático fiduciário social e historicamente definido. Os jornalistas têm a incumbência de recompilar os acontecimentos e os temas importantes e dar-lhes sentido. Esse contrato baseia-se em atitudes epistêmicas coletivas, que foram se compondo através da implantação do uso social da mídia como transmissores da realidade social de importância pública. (p. 47)

Parece-nos possível, então, apontar a existência de um horizonte comum de visões de mundo se atualizando e reafirmando através da cobertura jornalística. E são os valores-notícia que exemplificam tal situação, ao funcionarem como parâmetros de valoração para os jornalistas e ao mesmo tempo possibilitarem uma conexão/semelhança com os entendimentos de relevância compreendidos por seu público. Apesar de não estarem escritos em manuais de redação, tampouco serem formalmente transmitidos ou codificados, “. . . os valores-notícia parecem ser largamente partilhados entre os diferentes meios de comunicação . . . e constituem um elemento essencial na socialização profissional, prática e ideologia dos jornalistas” (Hall et al., 1993, p. 225).

Não estamos querendo dizer, contudo, que os valores-notícia são mobilizados de forma semelhante ou na mesma ordem de importância por todos. É possível, sem dúvida, que existam especificidades valorativas em virtude das características que compõem, por exemplo, um programa de radiojornalismo (mais oralizado) e outro de telejornalismo (mais imagético). Isso, porém, não impossibilita que os valores-notícia possam circular em meio às rotinas produtivas dos veículos jornalísticos e que, mesmo nunca sendo explicitamente ensinados, acabem sendo aprendidos através do processo de socialização.

É importante lembrar também que a atribuição de qualidades aos fatos não é uma capacidade cognitiva restrita aos jornalistas. Ela irá “. . . sempre dizer respeito a julgamentos individuais - de jornalistas ou não - projetados sobre os acontecimentos do mundo fenomênico” (M. P. Silva, 2020, p. 3). A diferença propriamente dita é que, ao possuir uma legitimidade social, os jornalistas produzem relatos de relevância acerca da realidade cotidiana de forma pública e coletiva, para um número amplo de pessoas. É isso, aliás, que permite termos acesso a situações que extrapolam o nosso campo de referências mais imediatas, estruturadas, por exemplo, pelo círculo familiar, pelos acontecimentos do bairro etc.

Entretanto, é necessária, como temos dito, uma intersecção entre o sistema de relevâncias compartilhado no ambiente da redação dos veículos de comunicação e aqueles que estão vigentes na vida cotidiana. A esse respeito, Silva e França (2017) nos lembram que os atores do campo jornalístico possuem um forte laço com a cultura e a sociedade com a qual se comunicam, compartilhando perspectivas e valores sociais. Disso resulta um estreitamento constante entre os princípios que orientam as práticas e critérios da comunidade interpretativa dos jornalistas e as concepções que se encontram em voga no ambiente social. Como observa Correia (2005), aquilo que é tematizado como importante pelos veículos informativos não decorre de uma percepção formulada a partir do nada na mente dos jornalistas.

<sup>4</sup> A esse respeito, ver Marcos Paulo da Silva (2020).

Pensamos que é correcto sustentar que o sistema de relevâncias dos jornalistas é construído no âmbito das interações sociais que se produzem no seio do mundo da vida que é a sua própria comunidade interpretativa e na intersecção com outros sistemas de relevâncias, designadamente outras secções do jornal (como a Administração e a Publicidade) e também os da comunidade (regional, nacional, étnica). (Correia, 2005, p. 128)

Como bem destaca Gislene Silva (2018), “. . . a notícia começa e acaba na sociedade” (p. 318). Dessa forma, o processo de avaliação das qualidades atribuídas aos fatos que irrompem no cotidiano não pode ser visto como propriedade apenas dos veículos jornalísticos e deslocado de todo o restante do contexto social. Em outras palavras, os meios de comunicação somente conseguem tornar o mundo dos acontecimentos inteligível para o seu público graças ao compartilhamento de *mapas de significados*<sup>5</sup> consensuais. Isso significa que “. . . temos interesses, valores e preocupações fundamentais, em comum, que estes mapas encorporam ou reflectem. Todos nós queremos manter basicamente a mesma perspectiva acerca dos acontecimentos” (Hall et al., 1993, p. 226).

<sup>5</sup> É importante levarmos em consideração, no momento atual, o papel dos algoritmos enquanto moduladores comportamentais e o consequente papel que eles podem vir a ter na construção de mapas de significado. A esse respeito, ver Bruno et al. (2019).

Assim sendo, os valores-notícia acabam por expressar valores comuns que tomam por base os conhecimentos culturais da vida cotidiana. É exatamente por se fundamentarem nos padrões culturais que são passíveis de modificações, atualizações, rearranjos etc., sempre em diálogo com as concordâncias sociais. Em resumo, “. . . os valores-notícia que caracterizam e tipificam os acontecimentos são atribuídos por sujeitos, os profissionais do jornalismo, fontes e públicos que convivem numa sociedade específica” (Silva, 2018, p. 324).

Na literatura existente sobre valores-notícia não há, como se sabe, um consenso quando se trata de estabelecer uma listagem definitiva das qualidades atribuídas aos eventos para que sejam selecionados e transformados em notícia. Vale aqui destacar o trabalho de mapeamento realizado por Gislene Silva (2005), em que são elencados os valores-notícia propostos por autores que são referência nas teorias do jornalismo. Decidimos escolher como referência para este artigo a proposta de valores-notícia estabelecidos por Gislene Silva (2014). Optamos por esse caminho levando em consideração uma advertência feita pela própria autora (G. Silva, 2018), que nos alerta sobre a necessidade de voltarmos às tipificações por ela enunciadas, avançando na verificação da validade destas no momento atual.

### Proposta Metodológica

Em sua sugestão de valores-notícia para operacionalizar análises de acontecimentos noticiados ou noticiáveis, Gislene Silva (2014) nos apresenta as seguintes categorias: 1. Impacto; 2. Proeminência; 3. Conflito; 4. Tragédia/Drama; 5. Proximidade; 6. Raridade; 7. Surpresa; 8. Governo; 9. Polêmica; 10. Justiça; 11. Entretenimento/Curiosidade; 12. Conhecimento/Cultura. A Tabela 1 demonstra como cada uma dessas qualidades noticiosas pode se expressar.

<b>Impacto</b>	Número de pessoas envolvidas (no fato); número de pessoas afetadas (pelo fato); grandes quantias (de dinheiro).
<b>Proeminência</b>	Notoriedade; celebridade; posição hierárquica; elite (indivíduo, instituição, país); sucesso/herói.
<b>Conflito</b>	Guerra; rivalidade; disputa; briga; greve; reivindicação.
<b>Tragédia/Drama</b>	Catástrofe; acidente; risco de morte e morte; violência/crime; suspense; emoção; interesse humano.
<b>Proximidade</b>	Geográfica; cultural.
<b>Raridade</b>	Incomum; original; inusitado.
<b>Surpresa</b>	Inesperado.
<b>Governo</b>	Interesse nacional; decisões e medidas; inaugurações; eleições; viagens; pronunciamentos.
<b>Polêmica</b>	Controvérsia; escândalo.
<b>Justiça</b>	Julgamentos; denúncias; investigações; apreensões; decisões judiciais; crimes.

<b>Entretenimento/ Curiosidade</b>	Aventura; divertimento; esporte; comemoração.
<b>Conhecimento/ Cultura</b>	Descobertas; invenções; pesquisas; progresso; atividades e valores culturais; religião.

Tabela 1: Categorias de valores-notícia

Nota. Gislene Silva (2014).

Apesar de serem apresentados isoladamente, os valores-notícia funcionam muitas vezes de forma conjunta, produzindo combinações, de modo que quanto mais qualidades forem atribuídas a um determinado acontecimento, maiores serão as chances de ele ser transformado em notícia (Wolf, 2008). Tomamos como referência esta categorização para analisar os acontecimentos noticiados pelo *CETV 1ª Edição*, mais especificamente aqueles flagrados por meio de câmeras de vigilância. Cabe, desta forma, detalhar os procedimentos metodológicos adotados.

A nossa proposta é aliar uma perspectiva exploratória ao método da análise de conteúdo (AC). De um modo geral, a AC é entendida atualmente como um conjunto de técnicas que visam, por meio de procedimentos sistêmicos e de descrição de conteúdo, obter indicadores (quantitativos ou qualitativos) que auxiliem o pesquisador a fazer inferências relativas às condições de produção e/ou recepção de mensagens (Bardin, 2016). Conforme propõe Herscovitz (2010), a análise de conteúdo jornalística:

. . . recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. (pp. 126-127)

O que faremos aqui é lançar um olhar, através da análise de conteúdo, que aponte aproximações ou distanciamentos entre os valores-notícia propostos por Gislene Silva (2014) e as qualidades dos acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância. Ao estabelecermos como recorte temporal os meses de agosto de 2019 e 2020, é importante ressaltar que temos como primeiro objetivo observar a distribuição quantitativa das reportagens desse tipo produzidas pelo telejornal cearense ao longo do período. O comparativo poderá revelar possíveis implicações entre as mudanças impostas pela pandemia da covid-19 à rotina produtiva do *CETV 1ª Edição* e a utilização das imagens de fatos sociais capturados pelos equipamentos de videovigilância como uma forma de atender às necessidades do meio de comunicação em um cenário marcado pelas restrições sanitárias e de mobilidade das equipes.

Em seguida, partiremos para a análise dos valores-notícia que podem ter resultado na definição da seleção primária destes mesmos acontecimentos. Neste caso, faremos a abordagem analítica a partir dos elementos textuais expressos nos créditos inseridos no momento de exibição da notícia. Ou seja, para fins deste trabalho, o conteúdo das matérias não foi considerado na íntegra, destacando-se como insumo de maior nível de hierarquia para verificação dos valores-notícia o Elemento textual 1 (Figura 1).



Figura 1: Acontecimento flagrado por câmera de vigilância

Nota. Frame obtido a partir de notícia veiculada pelo *CETV 1ª Edição*.

Nesta matéria, por exemplo, o excerto que nos interessa é “Assalto em depósito de bebidas no José Walter – Suspeito levou dinheiro e pertences dos funcionários”. É através dele que buscaremos identificar as marcas valorativas do acontecimento. Esse procedimento de codificação será replicado em todas as notícias que integram o recorte temporal desta investigação. Optamos pela escolha deste fragmento textual por entendermos que ele, ao mesmo tempo que apresenta uma visão geral acerca do acontecido, coloca em foco aquilo que é nuclear da notícia, caracterizando, assim, os aspectos que demarcam a sua relevância.

### Um Olhar Analítico Sobre as Qualidades Jornalísticas dos Acontecimentos Flagrados por Câmeras de Vigilância

O *CETV 1ª Edição* é exibido pela TV Verdes Mares, afiliada da Rede Globo, em Fortaleza, no Ceará, e vai ao ar a partir das 11h45 da manhã, de segunda-feira a sábado. O telejornal é apresentado pelos jornalistas Luiz Esteves e Nádia Barros, possui em torno de 1h10 de duração (contando com os comerciais) e é de abrangência estadual. Tem como proposta informativa a publicização de assuntos factuais (notícias do dia) com uma abrangência temática diversa (saúde, educação, política, economia, policial, esporte), tendo em sua estrutura uma forte marca noticiosa voltada à prestação de serviços, aspecto que pode ser visto em quadros como o “Minha Comunidade” e o “A Falta que Você Faz”.

Ao longo dos meses de agosto de 2019 e 2020, o *CETV 1ª Edição* foi ao ar em 53 ocasiões. Constatamos durante este período a publicização, respectivamente, de 29 e 22 acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância. Como uma primeira observação, podemos levantar a hipótese de que essa quantidade significativa aponta para uma regularidade na utilização deste tipo de conteúdo, demonstrando o que comentamos no início do artigo quanto à presença cada vez mais constante de imagens de videovigilância na produção noticiosa telejornalística brasileira:

... de poucos anos para cá, um novo elemento tem comparecido assiduamente nesse jogo discursivo: as imagens oriundas de câmeras de vigilância e as de autoria anônima têm rivalizado com as imagens profissionalmente produzidas pelas emissoras de televisão na composição dos noticiários de todas as ordens, seja nas produções locais, nacionais ou internacionais, e em todos os turnos. (Andrade, 2018, p. 57)

Ademais, parece-nos, à princípio, que essa constância não guarda relação direta com os impactos ocasionados pela pandemia da covid-19 nas rotinas produtivas do telejornal<sup>6</sup>. Tal fato pode ser atestado ao percebermos, por meio do comparativo exposto, que já existia uma acentuada publicização de acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância mesmo antes do início da pandemia. Na realidade, isso não só era recorrente como também se apresentava (em agosto de 2019) em um número maior de ocasiões do que as observadas no mesmo período de 2020 (Tabela 2).

<sup>6</sup> Gostaríamos de destacar que esta pesquisa segue em desenvolvimento no âmbito do doutorado, incorporando um espectro temporal mais amplo – o que irá contribuir para a eliminação de possíveis vieses na interpretação dos dados.

Data	Elemento textual 1	Tema
01/08/2019	“1 ano do acidente na Av. Osório de Paiva – Motorista de caminhão desgovernado é acusado por 30 crimes”;	Trânsito
02/08/2019	“Cobrança de dívida termina em morte – Um homem de 36 anos foi assassinado a golpes de faca em Tianguá”;	Assassinato
03/08/2019	“Flagrante de acidente no Dom Lustosa – Câmera mostra momento em que moto bate em táxi”;	Trânsito
05/08/2019	“Tecnologia no combate ao crime – Equipamentos são usados e testados nas ruas”;	Tecnologia
07/08/2019	“Perseguição termina em acidente – Adolescentes suspeitos de roubar carro de aplicativo são apreendidos”;	Apreensão
12/08/2019	“Crime em Itaitinga – Polícia identifica suspeitos de matarem jovens na Serra do Cruzeiro”;	Assassinato

<b>Data</b>	<b>Elemento textual 1</b>	<b>Tema</b>
12/08/2019	“Família é mantida refém – Bandidos mantiveram parentes no banheiro e roubaram objetos”;	Assalto
14/08/2019	“Assalto a ônibus em Maracanaú – Bandidos armados levam dinheiro do caixa e pertences de passageiros”;	Assalto
15/08/2019	“Ladrão assalta casal no Cocó – Vítimas iriam para o Aeroporto”;	Assalto
15/08/2019	“Roubo a caminho do trabalho – Bandidos levam carro de mulher no Bairro Demócrito Rocha”;	Assalto
15/08/2019	“Marreta e picareta em assalto – Equipamentos são usados por bandidos durante ação em casa lotérica”;	Assalto
15/08/2019	“Assalto em supermercado – Bandido armado rende funcionários e clientes na Parangaba”;	Assalto
16/08/2019	“Mais de 10 arrombamentos – Homem é preso após ser flagrado por câmera de segurança de loja”;	Furto
17/08/2019	“Ladrão de brinquedo – Bandido invade casa no São João do Tauape e leva bicicleta de criança”;	Furto
17/08/2019	“Acidentes no Joaquim Távora – Carros avançam preferencial e batem em outros veículos”;	Trânsito
19/08/2019	“Carro na contramão no Montese – Motorista morre e deixa duas pessoas feridas”;	Trânsito
20/08/2019	“Assaltos sem arma – Polícia investiga homem suspeito de mais de 10 ações”;	Assalto
21/08/2019	“Susto em condomínio no Montese – Moradores acordaram com fogo em apartamento”;	Incêndio
21/08/2019	“Grupo furta pizzaria – Entraram no estabelecimento e levaram maquinas, celulares e comida”;	Furto
22/08/2019	“Mulher é derrubada durante assalto – Bandido e vítima lutam na calçada de prédio”;	Assalto
23/08/2019	“Polícia procura golpista – Homem é suspeito de enganar vendedores de produtos na internet”;	Golpe
24/08/2019	“PM é assaltado em Fortaleza – Bandidos levam arma e pertences de policial que estava a caminho do trabalho”;	Assalto
24/08/2019	“Policial Militar é preso por crime de receptação – O PM foi flagrado com um carro clonado”;	Apreensão
27/08/2019	“Um acidente atrás do outro – Moradores do Papicu querem o reforço da sinalização de cruzamento”;	Trânsito
28/08/2019	“Assalto em pizzaria – Vídeo mostra a ação dos bandidos”;	Assalto
29/08/2019	“Casa furtada no Barroso – Homem leva dois aparelhos de TV e outros objetos de valor”;	Furto
30/08/2019	“Gerentes de banco presos – Eles teriam participado de um desvio de R\$ 59 milhões”;	Apreensão
30/08/2019	“Assalto à casa de comerciante – Bandidos foram muito agressivos, dizem vítimas”;	Assalto
30/08/2019	“Jovem preso injustamente – Família diz que ele é inocente e que estava em casa na hora do assalto”.	Apreensão

Tabela 2: *Flagrantes de videovigilância veiculados pelo CETV 1ª Edição em agosto de 2019*

Nota. *Elaborado pelos autores.*

Analisando as matérias veiculadas pelo *CETV 1ª Edição* em agosto de 2019, percebemos uma certa uniformidade no que diz respeito às temáticas abordadas pelos acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância e apresentados como notícia pelo telejornal cearense. Podemos notar uma publicização constante de fatos relativos principalmente a práticas de violência, totalizando 90% das inserções

(assaltos – 38%, apreensões – 14%, furtos – 14%, assassinatos – 7%, e acidentes de trânsito – 17%). Esse é um quadro que se repete ao olharmos para agosto de 2020, ao menos no que diz respeito aos temas que englobam a violência (Tabela 3).

<b>Data</b>	<b>Elemento textual 1</b>	<b>Tema</b>
<b>03/08/2020</b>	“Assalto em depósito de bebidas no José Walter – Suspeito levou dinheiro e pertences dos funcionários”;	Assalto
<b>03/08/2020</b>	“Homem executado em restaurante – Bandido usando roupa da Polícia invade local no bairro de Fátima”;	Assassinato
<b>03/08/2020</b>	“Criança e mulher vítimas de estupro – Nos dois casos, os suspeitos foram levados para a delegacia”;	Estupro
<b>03/08/2020</b>	“Encapuzados arrombam casa em Caucaia – Polícia prende sete suspeitos e apreende quatro armas nesta madrugada”;	Furto
<b>04/08/2020</b>	“Arrastão no bairro Vila União – Moradores que estavam na calçada foram vítimas de bandidos armados”;	Assalto
<b>05/08/2020</b>	“Bandidos fogem pelo mangue em Caucaia – Houve troca de tiros em operação da Polícia no Parque Soledade”;	Assalto
<b>06/08/2020</b>	“Moto com placa clonada é apreendida – Veículo foi localizado com o auxílio das câmeras de videomonitoramento”;	Apreensão
<b>07/08/2020</b>	“Homem foi morto e pais baleados – Suspeito foi preso e arma do crime encontrada dentro de pote de sorvete”;	Assassinato
<b>11/08/2020</b>	“Polícia recupera carro roubado – Câmeras de monitoramento do SPIA ajudaram na operação”;	Apreensão
<b>12/08/2020</b>	“Assalto a posto de combustíveis no Benfica – Suspeito desce do carro, aborda frentista e leva apurado do dia”;	Assalto
<b>13/08/2020</b>	“Bandido dá uma voadora para roubar moto – Local do crime fica a poucos metros do Batalhão RAI0 no Araturi em Caucaia”;	Assalto
<b>13/08/2020</b>	‘Adolescente é apreendido com carro roubado – Polícia recuperou o veículo e apreendeu uma arma falsa”;	Apreensão
<b>18/08/2020</b>	“Bandidos levam mais de R\$ 30 mil de lotérica – Assalto foi no início da manhã no Conjunto Ceará”;	Assalto
<b>19/08/2020</b>	“Moto roubada, perseguição e prisão – Dois suspeitos foram detidos e veículo foi recuperado no bairro Jacarecanga”;	Apreensão
<b>19/08/2020</b>	“Clientes assaltados em restaurante – Bandidos atiram antes de deixar estabelecimento comercial em Caucaia”;	Assalto
<b>24/08/2020</b>	“Assaltos em Sobral – Moradores relatam que pelo menos 10 casos aconteceram no fim de semana”;	Assalto
<b>25/08/2020</b>	“SPIA flagra pichadores no Jôquei Clube – Dois suspeitos foram detidos e encaminhados à delegacia”;	Apreensão
<b>26/08/2020</b>	“Assalto em Maracanaú – Criminosos levaram carro, celular e carteira de comerciante”;	Assalto
<b>26/08/2020</b>	“Homem leva 2 celulares de loja – Ele aproveita que a vendedora sai e coloca os aparelhos no bolso”;	Furto
<b>27/08/2020</b>	“Bandido age portando alvará de soltura – Ele assaltou um homem no Jôquei Clube e deixou cair o documento”;	Assalto

Data	Elemento textual 1	Tema
29/08/2020	“Assalto no centro de Fortaleza – Suspeito é preso com faca e celular de vítima”;	Assalto
31/08/2020	“Acidente em Juazeiro do Norte – Câmera flagrou momento em que motociclista bateu em carro estacionado”.	Trânsito

Tabela 3: *Flagrantes de videovigilância veiculados pelo CETV 1ª Edição em agosto de 2020*

Nota. Elaborado pelos autores.

Ao elencarmos as matérias de agosto de 2020, fica evidente, novamente, uma predominância de temas relacionados à violência quando se trata dos acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância e publicizados pelo *CETV 1ª Edição*. Com exceção da notícia veiculada no dia 31 de agosto de 2020 (acidente de trânsito 4,5%), todas as outras (95,5%) dão conta de situações envolvendo assaltos (50%), apreensões (23%), assassinatos (9%), furtos (9%) ou estupro (4,5%). A partir do comparativo exposto acima, e ao olharmos para as categorias de valores-notícia propostas por Gislene Silva (2014), poderemos perceber facilmente que fatos desta natureza estão inscritos em uma perspectiva que os valora enquanto Tragédia/Drama. Imbricadas a este valor-notícia temos, por exemplo, situações envolvendo catástrofe; acidente; risco de morte e morte; violência/crime; suspense; emoção e interesse humano.

Analisando as características definidoras dos acontecimentos elencadas nas Tabelas 1 e 2, ou aquilo que lhes é nuclear e está expresso no Elemento textual 1, fica evidente que os contornos valorativos da morte, da violência e do crime (Tragédia/Drama) perpassam a maioria das matérias de ambos os períodos aqui abordados. Em algumas situações, entretanto, parece-nos que a qualidade Tragédia/Drama se apresenta em conjunto com outros valores-notícia, ampliando assim o grau de relevância dos fatos noticiosos, aspecto destacado por Wolf (2008) ao defender que quanto mais combinações forem possíveis entre os *news values*, maiores serão as chances de “recomendação” para a seleção daquele fato.

É o caso, por exemplo, das matérias “Bandido dá uma voadora para roubar moto – Local do crime fica a poucos metros do Batalhão RAIO no Araturi em Caucaia”, de 13 de agosto de 2020; “Bandido age portando alvará de soltura – Ele assaltou um homem no Jôquei Clube e deixou cair o documento”, de 27 de agosto de 2020; “Ladrão de brinquedo – Bandido invade casa no São João do Tauape e leva bicicleta de criança”, de 17 de agosto de 2019; “Assaltos sem arma – Polícia investiga homem suspeito de mais de 10 ações”, de 20 de agosto de 2019, e “PM é assaltado em Fortaleza – Bandidos levam arma e pertences de policial que estava a caminho do trabalho”, de 24 de agosto de 2019. Temos aqui situações em que a prática de delitos (em sua maioria, assaltos) apresenta-se em conjunto com elementos incomuns, inusitados, ampliando assim o grau de noticiabilidade do acontecimento por meio da junção dos valores-notícia Tragédia/Drama e Raridade.

Um outro tipo de situação em que a presença do valor-notícia da Tragédia/Drama funciona de maneira associada pode ser visto em “Arrastão no bairro Vila União – Moradores que estavam na calçada foram vítimas de bandidos armados”, de 4 de agosto de 2020; “Bandidos levam mais de R\$ 30 mil de lotérica – Assalto foi no início da manhã no Conjunto Ceará”, de 18 de agosto 2020; “Assaltos em Sobral – Moradores relatam que pelo menos 10 casos aconteceram no fim de semana”, de 24 de agosto de 2020; “Mais de 10 arrombamentos – Homem é preso após ser flagrado”, 16 de agosto de 2019; e “Gerentes de banco presos – Eles teriam participado de um desvio de R\$ 59 milhões”, de 30 de agosto de 2019. Temos aqui ocasiões nas quais as práticas criminosas (assalto, desvio de dinheiro) estão acompanhadas de ações envolvendo grandes quantias ou que possuem a “qualidade” de afetar um número significativo de pessoas, trazendo Impacto noticioso para o acontecimento.

Temos ainda as notícias que têm como fato central ocasiões nas quais ocorreram práticas delituosas (Tragédia/Drama) e a consequente apreensão dos indivíduos envolvidos na ação (Justiça). Nesta categoria enquadram-se a maioria dos

acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância veiculados pelo *CETV 1ª Edição*. Podemos citar: “Criança e mulher vítimas de estupro – Nos dois casos, os suspeitos foram levados para a delegacia”, de 3 de agosto de 2020; “Encapuzados arrombam casa em Caucaia – Polícia prende sete suspeitos e apreende quatro armas nesta madrugada”, de 3 de agosto de 2020; “Homem foi morto e pais baleados – Suspeito foi preso e arma do crime encontrada dentro de pote de sorvete”, de 7 de agosto de 2020; “Polícia recupera carro roubado – Câmeras de monitoramento do SPIA ajudaram na operação”, de 11 de agosto de 2020; “Moto roubada, perseguição e prisão – Dois suspeitos foram detidos e veículo foi recuperado no bairro Jacarecanga”, de 19 de agosto de 2020; “SPIA flagra pichadores no Jôquei Clube – Dois suspeitos foram detidos e encaminhados à delegacia”, de 25 de agosto de 2020; “Assalto no Centro de Fortaleza – Suspeito é preso com faca e celular de vítima”, de 29 de agosto de 2020. Em relação a agosto de 2019, temos: “Tecnologia no combate ao crime – Equipamentos são usados e testados nas ruas”, de 5 de agosto de 2019; “Perseguição termina em acidente – Adolescentes suspeitos de roubar carro de aplicativo são apreendidos”, de 7 de agosto de 2019; “Crime em Itaitinga – Polícia identifica suspeitos de matarem jovens na Serra do Cruzeiro”, de 12 de agosto de 2019; e “Policia Militar é preso por crime de receptação – O PM foi flagrado com um carro clonado”, de 24 de agosto de 2019.

O panorama verificado anteriormente parece reforçar a noção já conhecida e mencionada por Traquina (2008) em torno da perspectiva negativista que parece circundar o modo de ver dos jornalistas. Para ele, “a visão negativa do mundo criada pelos jornalistas tem as suas raízes nos valores-notícia que os profissionais do campo jornalístico utilizam na seleção dos acontecimentos do mundo real e na construção das ‘estórias’ que contam sobre a realidade” (p. 61). Este é um aspecto, aliás, destacado também por Andrade (2018), que afirma: “quanto mais consequências negativas possuir um acontecimento, maior é a probabilidade de se transformar em notícia. Os fatos noticiáveis, portanto, são aqueles que prioritariamente constituem uma infração, um desvio, uma ruptura” (p. 41). Dessa maneira, a presença preponderante do valor-notícia Tragédia/Drama pode ser encarada como uma consequência dos anseios que envolvem o campo do jornalismo.

Ao mesmo tempo, precisamos lembrar que as câmeras de vigilância, enquanto equipamento de visibilidade, estão integradas em nosso cotidiano com o objetivo de resolver as problemáticas da violência urbana. Ou seja, elas buscam identificar situações que representam a quebra da normalidade, principalmente no que diz respeito às condutas que colocam em risco a segurança dos indivíduos. Isso gera como consequência uma predisposição para a captura de situações que envolvam assaltos, furtos, assassinatos etc.. É evidente que elas podem e acabam flagrando diversos outros tipos de eventos. Porém, pelo menos no caso do *CETV 1ª Edição*, busca-se priorizar e publicizar os acontecimentos, obtidos por estes dispositivos, que possuam como valor-notícia aspectos trágicos e dramáticos.

Por último, vale destacar ainda que a linha editorial do *CETV 1ª Edição* pode ter um papel decisivo nesse contexto ao estabelecer as balizas que orientam o telejornal, definindo assim o seu caráter enquanto instância informativa jornalística. Esses aspectos de cunho mais empresarial, não podemos esquecer, são internalizados pelos profissionais (Breed, 1993), contribuindo diretamente na maneira como agem em suas rotinas diárias. Este fato nos leva a compreender a seleção dos acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância como algo condizente não apenas com o livre-arbítrio dos jornalistas, mas também, em alguma medida, com as condições determinadas pelos meios de comunicação.

### Considerações Finais

Tentando esboçar uma linha propositiva de argumentação, parece-nos que, para além das qualidades atribuídas aos acontecimentos aqui expostos, um elemento determinante para a sua transformação em notícia seria o efeito de realidade proporcionado pelas próprias imagens das câmeras de vigilância. Isso porque as cenas capturadas por tais equipamentos conseguem revelar uma visão do acontecimento que antes era oculta, em virtude das dificuldades para obtê-las.

Estar frente ao fato tão logo ele acabe de acontecer é uma operação trabalhosa. O famoso flagrante, na grande maioria das vezes, requer uma enorme dose de sorte, pelo simples motivo de que não é possível prever um acidente ou um tiroteio. (Oliveira, 2019, p. 14)

Entretanto, ao atuarem de forma onipresente, 24 horas por dia, os dispositivos de videovigilância ampliam o potencial ou as chances de registro de eventos inesperados, disruptivos e consequentemente noticiáveis. Dessa maneira, ao se deparar com esse tipo de material nos telejornais, o espectador acaba sendo tomado pela atitude de pensar: “Não é possível que eu esteja vendo isso!”. Assim, “. . . enquanto o jornalismo trabalha com indícios do crime (aquilo que aconteceu e é reconstituído pela reportagem), as câmeras de vigilância mostram o próprio crime (o ocorrido em tempo real)” (Monteiro, 2009, p. 20).

Ademais, as cenas de acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância pretensamente carregam uma promessa de transparência e de acesso à realidade sem interferências dos jornalistas. Conforme indica Martins (2015), a utilização de imagens como as de câmeras de videovigilância inaugura novos efeitos de real para o jornalismo. De acordo com a pesquisadora, diante de um público espectador letrado nas gramáticas midiáticas e cada vez mais desconfiado em relação a possíveis interferências ideológicas da instância jornalística, os meios de comunicação passam a fazer uso de conteúdos gerados externamente, publicizando acontecimentos de forma “translúcida”.

Nesse sentido, as câmeras de vigilância surgem no contexto do jornalismo e são apresentadas como ferramentas capazes de capturar o real sem interferências, produzindo imagens com um caráter de evidência incontestável. Para Martins (2015), a utilização deste tipo de conteúdo mostra-se como irrecusável às emissoras, pois ele carrega consigo uma promessa ontológica de autenticidade, revelando algo provindo da esfera do real, extrapolando as representações tipicamente performáticas das mídias. Bruno (2013) acrescenta que: “tais imagens, ainda que figurem como registros gravados e estejam deslocadas de seu tempo de captação, parecem conferir às narrativas excessivamente editadas dos jornais um testemunho supostamente mais autêntico do real” (p. 103). Isso nos coloca diante então da seguinte pergunta: até que ponto a categorização de valores-notícia proposta por Gislene Silva (2014) pode explicar efetivamente a seleção e publicização dos acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância?

Fazemos esse questionamento levando em consideração a constatação de que alguns fatos aparentam ser transformados em notícia muito em virtude “apenas” dos flagrantes imagéticos que deles são feitos. Parece ser o caso, por exemplo, das situações: “Assalto em depósito de bebidas no José Walter – Suspeito levou dinheiro e pertences dos funcionários”, de 3 de agosto de 2020; “Moto com placa clonada é apreendida – Veículo foi localizado com o auxílio das câmeras de videomonitoramento”, de 6 de agosto de 2020; “Homem leva dois celulares de loja – Ele aproveita que a vendedora sai e coloca os aparelhos no bolso”, de 26 de agosto de 2020; “Casa furtada no Barroso – Homem leva dois aparelhos de TV e outros objetos de valor”, de 29 de agosto de 2019; e “Assalto à casa de comerciante – Bandidos foram muito agressivos, dizem vítimas” de 30 de agosto de 2019. Será que esses acontecimentos teriam sido selecionados e transformados em notícia pelo *CETV 1ª Edição* caso não tivessem sido flagrados por câmeras de vigilância? Temos as nossas dúvidas.

Destacamos que, ao buscarmos investigar a relevância dos acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância, precisamos ir além das categorias propostas por Gislene Silva (2014). Ir além, contudo, não significa abandonar os valores-notícia propostos pela autora e abrir mão das potencialidades investigativas que eles representam. Sem dúvida alguma, categorias como Impacto, Proeminência, Conflito, Tragédia/Drama, Proximidade, Raridade, Surpresa, Governo, Polêmica, Justiça, Entretenimento/Curiosidade e Conhecimento/Cultura nos ajudam a entender como se processa a valoração produzida diariamente pelos veículos de comunicação ao se depararem com uma infinidade de fatos sociais irrompendo a todo instante, ao mesmo tempo que precisam selecionar aqueles considerados os mais importantes.

Deste modo, tais valores-notícia fornecem subsídios, sim, para investigarmos o processo de seleção noticioso efetuado no campo do jornalismo. Porém, em algumas situações envolvendo acontecimentos flagrados por câmeras de vigilância, parece-nos que precisamos avançar na proposição de outras categorias, ampliando assim a discussão, que perpassa não apenas as qualidades atribuídas aos acontecimentos, mas também se detém sobre o potencial noticioso que as próprias imagens de equipamentos de videovigilância parecem carregar.

Nessa perspectiva, vale lembrar Wolf (2008), que, a respeito da natureza dinâmica dos valores-notícia, afirma: “. . . estes alteram-se no tempo e, mesmo apresentando uma forte homogeneidade dentro da cultura profissional (além das divisões ideológicas, de geração, de meios de expressão etc.), não permanecem sempre os mesmos” (p. 205). Cabe então assinalarmos que existe aqui uma lacuna que nos coloca a necessidade de pensarmos em um valor-notícia (ou valores-notícia) que demonstre as qualidades concernentes às imagens de câmeras de vigilância para o jornalismo.

### Referências

ALSINA, M. R. (2009). *A construção da notícia*. Vozes.

ANDRADE, A. P. G. (2018). *Telejornalismo apócrifo: A construção da notícia com imagens amadoras e de vigilância*. Insular.

BARDIN, L. (2016). *Análise de conteúdo*. 70.

BREED, W. (1993). Controlo social na redacção: Uma análise funcional. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e estórias* (pp. 152-166). Vega.

BRUNO, F. (2013). *Máquinas de ver, modos de ser: Vigilância, tecnologia e subjetividade*. Sulina.

BRUNO, F., BENTES, A. C., & FALTAY, P. (2019). *Economia psíquica dos algoritmos e laboratório de plataforma: Mercado, ciência e modulação do comportamento*. *Famecos*, 26(3), 1-21. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2019.3.33095>

CASTRO, R. B., & PEDRO, R. M. L. R. (2010). Redes de vigilância: A experiência da segurança e da visibilidade articuladas às câmeras de monitoramento urbano. In F. BRUNO, M. KANASHIRO & R. FIRMINO (Orgs.), *Vigilância e visibilidade: Espaço, tecnologia e identificação* (pp. 36-60). Sulina.

CORREIA, J. C. (2005). *A teoria da comunicação de Alfred Schutz*. Livros Horizonte.

FIRMINO, J. R., KANASHIRO, M., BRUNO, F., EVANGELISTA, R. & NASCIMENTO, L. C. (2013). Fear, security, and the spread of CCTV in Brazilian cities: Legislation, debate, and the market. *Journal of Urban Technology*, 20(3), 65-84. <https://doi.org/10.1080/10630732.2013.809221>

FONTCUBERTA, M. (1993). *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Paidós.

GUERRA, J. L. (2008). *O percurso interpretativo na produção da notícia*. Editora UFS.

HALL, S., CHRITCHER, C., JEFFERSON, T., CLARKE, J., & ROBERTS, B. (1993). A produção social da notícia. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e estórias* (pp. 224-249). Vega.

HERSCOVITZ, H. G. (2010). Análise de conteúdo em jornalismo. In C. LAGO & M. BENETTI (Orgs.), *Metodologia de pesquisa em jornalismo* (3a ed., pp. 23-142). Vozes.

LYON, D. (2010). Onze de Setembro, sinóptico e escopofilia: Observando e sendo observado. In F. BRUNO, M. KANASHIRO & R. FIRMINO (Orgs.), *Vigilância e visibilidade: Espaço, tecnologia e identificação* (pp. 115-140). Sulina.

LYON, D. (2018). Cultura da vigilância: Envolvimento, exposição e ética na modernidade digital. In F. BRUNO, B. CARDOSO, M. KANASHIRO, L. GUILHON & L. MELGAÇO (Orgs.), *Tecnopolíticas da vigilância: Perspectivas da margem* (pp. 151-186). Boitempo.

MARTINS, M. O. (2015). *Novos efeitos de real concretizados pelas máquinas de visibilidade: Reconfigurações no telejornalismo perante a ubiquidade das câmeras onipresentes e oniscientes* [Tese de doutorado, Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP. <https://bit.ly/2VV6YNo>

MONTEIRO, E. (2009). *Experiência, narrativa e informação: O uso das novas tecnologias na construção de uma cultura de vigilância na televisão* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Repositório institucional da UFRJ. <https://bit.ly/2VVPXm6>

OLIVEIRA, W. S. (2019). *Os vídeos das câmeras de segurança no telejornal ESTV 1ª Edição: Do monitoramento à notícia* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Espírito Santo]. Repositório institucional da Ufes. <https://repositorio.ufes.br/handle/10/11172>

SILVA, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1), 95-107.

SILVA, G. (2014). Para pensar critérios de noticiabilidade. In G. SILVA, M. P. da SILVA & M. L. FERNANDES (Orgs.), *Crítérios de noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicação* (pp. 51-69). Insular.

SILVA, G. (2018). A engrenagem da noticiabilidade no meio do redemoinho. *Observatório*, 4(4), 308-333. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p308>

SILVA, M. P. (2016). *Entre a narração do cotidiano e o cotidiano da narração: Uma análise da noticiabilidade como categoria cognitiva nas rotinas jornalísticas* [Apresentação de trabalho]. 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Palhoça, Santa Catarina, Brasil.

SILVA, M. P. (2020). Percepção de noticiabilidade em um contexto regional: Análise comparativa entre jornalistas, assessores de imprensa e leitores de Corumbá (MS). *Famecos*, 27, 1-15. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.36718>

SILVA, M. T., & FRANÇA, V. R. V. (2017). *Jornalismo e noticiabilidade: Quem constrói os valores-notícia?* [Apresentação de trabalho]. XXVI Encontro Anual da Compós, Imperatriz, Maranhão, Brasil.

SIQUEIRA, F. C. (2018). A reconstrução da realidade no telejornalismo: Uma análise da coprodução via WhatsApp. *Observatório*, 4(3), 623-649. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p623>

TRAQUINA, N. (2008). *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística – Uma comunidade interpretativa transnacional* (Vol. 2, 2a ed.). Insular.

WOLF, M. (2008). *Teorias das comunicações de massa* (3a ed.). Martins Fontes.

ZELIZER, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(3), 219-237. <https://doi.org/10.1080/15295039309366865>

ZELIZER, B. (2010). Journalists as interpretive communities, revisited. In S. ALLAN (Ed.), *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 219-237). Routledge.

# A Politização de Objetos Esportivos: Redistribuições Simbólicas do Consumo a partir da Vinculação de Atletas a Causas Sociais

## Eliza Bachega Casadei

Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). E-mail: elizacasadei@yahoo.com.br

## Nara Lya Cabral Scabin

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi. Doutora e mestra em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Tem pós-doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM. E-mail: naralyacabral@yahoo.com.br

## Thalita Storel

Mestranda em Comunicação e Práticas do Consumo na ESPM. E-mail: tha.storel@gmail.com

**Resumo:** Diante de um contexto em que manifestações públicas de atletas sobre causas sociais têm sido cada vez mais frequentes, o objetivo deste artigo é debater como se dá o processo de politização dos objetos esportivos. Com base em Rancière, entendemos a politização de objetos esportivos como uma redistribuição simbólica de um bem de consumo que tem seus sentidos deslocados do campo da *polícia* para um espaço de dissenso. A discussão proposta estrutura-se em três tempos: 1. revisão de literatura sobre o ativismo esportivo; 2. recuperação de práticas recentes de ativismo de atletas e objetos esportivos politizados; e 3. mapeamento de processos semióticos a partir dos quais podemos delimitar e definir a politização dos objetos esportivos.

**Palavras-chave:** politização, esporte, consumo, semiótica da cultura, dialogismo.

## La Politización de los Objetos Deportivos: Redistribuciones Simbólicas del Consumo Basadas en la Vinculación de los Deportistas con Causas Sociales

**Resumen:** En un contexto en el que las manifestaciones públicas de deportistas sobre causas sociales han sido cada vez más frecuentes, el objetivo de este artículo es debatir cómo se desarrolla el proceso de politización de los objetos deportivos. A partir de Rancière (1996), entendemos la politización de los objetos deportivos como una redistribución simbólica de un bien de consumo que tiene sus significados desplazados del campo *policial* hacia un espacio de disensión. La discusión propuesta se estructura en tres etapas: 1. revisión de la literatura sobre el activismo deportivo; 2. recuperación de prácticas recientes de activismo deportivo por parte de deportistas y objetos deportivos politizados; y 3. mapeo de procesos semióticos a partir de los cuales podemos delimitar y definir la politización de los objetos deportivos.

**Palabras clave:** politización, deporte, consumo, semiótica cultural, dialogismo.

## The Politicization of Sports Objects: Consumption Symbolic Redistributions Based on Athletes' Connection to Social Causes

**Abstract:** In a context in which public manifestations by athletes about social causes have been increasingly frequent, this article aims to discuss how the process of sport objects politicization takes place. Based on Rancière (1996), we understand the politicization of sport objects as a symbolic redistribution of a consumer good that has its meanings displaced from the *police* field to a space of dissent. We structure the discussion in three stages: 1. literature review on sports activism; 2. recovery of recent sports activism practices by athletes and politicized sport objects; and 3. mapping of semiotic processes from which we can delimit and define the politicization of sport objects.

**Keywords:** politicization, sport, consumption, semiotics of culture, dialogism.

As manifestações públicas de atletas sobre causas sociais têm sido frequentes. Durante a realização dos Jogos Olímpicos de Tóquio, uma reportagem da *Folha de S.Paulo* materializa esse fenômeno ao explicitar em seu título que “Ativismo crescente no esporte desafia regras olímpicas que limitam protestos” (Castro, 2021). Diante desse cenário, o objetivo deste artigo é debater como se dá o processo de politização dos objetos esportivos a partir do discurso público de atletas politicamente engajados. Para isso, observamos práticas recentes de ativismo de atletas e objetos de consumo politizados por eles, com o objetivo de mapear processos semióticos a partir dos quais podemos delimitar e definir a politização dos objetos esportivos.

Nesse percurso, buscamos evidenciar o papel de discursos midiáticos na repercussão e potencialização das manifestações públicas por parte de atletas, organizações atuantes no campo do esporte e consumidores de objetos esportivos. Ao mesmo tempo, por meio da análise dialógica de enunciados que captam processos de politização de objetos esportivos, procuramos identificar campos semióticos que, atravessando tais objetos, tensionam suas fronteiras de sentido.

Dessa forma, veremos que os exemplos destacados oferecem indícios à compreensão de aspectos comuns aos espaços de dissenso abertos e às visibilidades tensionadas/produzidas como parte dos processos de deslizamento semiótico que constituem a politização de objetos esportivos.

### **A Politização dos Objetos Esportivos**

Mas, afinal, como podemos conceitualizar a politização dos objetos esportivos?

Quando nos referimos à politização dos objetos, usamos a distinção proposta por Rancière (1996) entre *política* e *polícia*. Ao passo que a polícia define “a distribuição dos lugares e funções” (p. 42) legitimada na cultura, a política é reconhecida como o lugar do dissenso, o espaço em que as representações socialmente compartilhadas são contestadas e uma nova distribuição simbólica é proposta.

A polícia é “uma ordem dos corpos que define as divisões entre os modos de fazer, os modos de ser e os modos de dizer, que faz que tais corpos sejam designados por seu nome para tal lugar e tal tarefa” (Rancière, 1996, p. 42). A política segue outra lógica: “a atividade política é a que desloca um corpo do lugar que lhe era designado ou muda a destinação de um lugar; ela faz ver o que não cabia ser visto, faz ouvir como discurso o que era só ouvido como barulho” (Rancière, 1996, p. 42). Quando reportamos a politização dos objetos, referimo-nos a uma redistribuição simbólica de um bem de consumo que tem seus sentidos deslocados do campo da polícia (ou seja, do espaço simbólico que já lhe era designado pela cultura) para um espaço de dissenso, a partir da reconfiguração de seus sentidos.

Huff et al. (2021) chamam atenção para o fato de que os mercados não são apenas instâncias de troca de bens, mas também campos políticos, uma vez que os produtos trocados carregam significados. A partir de trocas discursivas de diferentes ordens, os bens estão sujeitos a processos constantes de resignificação e, a partir de sua materialização no discurso público, podem ser caracterizados como atores da luta política quando há disputas pelo significado legítimo dos atos de consumo.

Não nos referimos, contudo, a qualquer redistribuição simbólica. Nos termos de Rancière (1996), a política está vinculada à pressuposição de igualdade. É nesse sentido que

a política é a prática na qual a lógica do traço igualitário assume a forma do tratamento de um dano, onde ela se torna o argumento de um dano principal que vem ligar-se a tal litígio determinado na divisão das ocupações, das funções e dos lugares. (Rancière, 1996, p. 47)

A politização dos objetos relaciona-se a uma redistribuição simbólica que, na esfera pública, realoca os sentidos vinculados a uma mercadoria de forma a tornar o objeto de consumo símbolo do tratamento de um dano percebido – seja ele de ordem econômica, racial, de gênero etc. A mercadoria se torna política quando

seus sentidos passam a estar voltados para práticas representacionais que buscam reposicionar os lugares sociais consolidados.

A politização dos objetos está constituída em torno de movimentações simbólicas, a partir das quais há a “constituição de sujeitos específicos que assumem o dano, conferem-lhe uma figura, inventam suas formas e seus nomes” (Rancière, 1996, p. 52) – assim, a partir de sua circulação pública, são materializadas, nas mercadorias, demandas sociais de diversas ordens. No campo esportivo, não é raro que objetos de consumo sejam fruto de politização, em rearticulações simbólicas conduzidas por diferentes atores sociais (técnicos, jogadores e empresários) e seus posicionamentos na esfera pública. Há muito sabemos que há uma relação de extensão entre as mercadorias patrocinadoras de um atleta e os posicionamentos por ele assumidos na esfera pública. Assim, os sentidos carregados por um atleta são também vinculados aos objetos de que eles são embaixadores.

No caso do esporte e os objetos de consumo vinculados a práticas esportivas, observa-se que a literatura sobre o posicionamento político dos atletas e suas manifestações públicas de ativismo social é incipiente (Brown & Brison, 2018). Enquanto a representação midiática do atleta como ídolo, herói ou modelo de comportamento já foi amplamente mapeada em pesquisas acadêmicas, a construção do atleta como ator político é menos presente (Santos et al., 2020). O ativismo político de atletas, contudo, não é um assunto recente. Durante as décadas de 1960 e 1970, no auge do Movimento dos Direitos Civis, atletas como Muhammad Ali, Bill Russell, Jim Brown e Arthur Ashe defenderam a causa (Brown & Brison, 2018). No Brasil, jogadores de futebol como Sócrates, na década de 1980, foram vozes ativas contra a ditadura militar. Já ao longo dos anos 1990 e 2000, é possível observar um afastamento dos atletas de destaque de movimentos sociais, provavelmente por medo de repercussões financeiras e simbólicas (Brown & Brison, 2018).

Galily (2019) define o ativismo baseado no esporte como algo referente a “ações específicas realizadas por atletas para alterar e mitigar a natureza hegemônica de arranjos, regras, políticas, estatutos ou práticas estruturais ... que servem para reforçar a subordinação, marginalização e exploração de certos grupos” (p. 101). Muito embora o esporte seja uma instância social mediadora de relações e inequidades sociais, há um entorno cultural que faz o esporte ser visto por muitos “como um espaço apolítico onde organizadores, gerentes, treinadores, espectadores e atletas patrocinadores devem se concentrar exclusivamente em seu desempenho” (p. 103) ou, no máximo, nos benefícios da prática como “aptidão física, construção de caráter, trabalho em equipe e entretenimento social” (Galily, 2019, p. 103).

Nesse sentido, o posicionamento público de atletas a favor de causas sociais pode ser alocado dentro dessa definição de ação política, uma vez que redistribui o lugar do esporte como entretenimento para colocá-lo como espaço de contestação pública, em momentos em que o desempenho esportivo fica em segundo plano.

Em um estudo que mapeou o posicionamento sociopolítico de atletas e ex-atletas brasileiros sobre o cenário da pandemia da covid-19 expressos em mídias sociais, Santos et al. (2020) mostram que, “entre atletas em atividade, predominam discursos articulados à promoção e realização de ações como forma de potencializar a imagem positiva da figura do atleta e instituições às quais se vincula” (p. 117). Por outro lado, ex-atletas “têm demonstrado percepções, opiniões, críticas, posicionamentos e ideias sobre o contexto sociopolítico geral e a pandemia, para além do campo esportivo” (p. 117). Os autores atribuem o menor engajamento político de atletas em atividade ao medo de perda de contratos, pois as mercadorias que representam também sofrem um processo de extensionalidade simbólica dos valores por eles defendidos.

Diante disso, Darnell (2012) chama a atenção para o fato de que grande parte dos atletas ativos posiciona suas demandas políticas em campos com pouca controvérsia social ou de maior palatabilidade política. “Posicionar o esporte como um catalisador para o desenvolvimento internacional ou para resolução de conflitos raramente gera controvérsia política, pois tende a confirmar crenças e desejos populares em relação à munificência da cultura esportiva”. Por outro lado, são mais raras as manifestações que partem do princípio de que a cultura dominante do esporte “exige e privilegia

a normatividade e a conformidade – por meio de estruturas interligadas de raça, classe, gênero, sexualidade, habilidade e práticas corporais – ao invés de um local de valores universalmente reconhecidos e celebrados” (Darnell, 2012, p. 66).

Em consonância com tais assunções, Cunningham e Regan (2011) conduziram um estudo com foco em atletas afro-americanos do sexo masculino que atuavam em propagandas, com o objetivo de examinar a influência do tipo de ativismo e do nível de identidade racial nas percepções de confiabilidade e adequação do atleta ao produto. Os autores identificaram que as percepções de confiabilidade foram maiores quando o atleta estava engajado em um ativismo não controverso. Atletas que se posicionam em áreas de ativismo político mais controversas sofrem maiores sanções financeiras.

A politização dos objetos esportivos, nesse sentido, desenha um campo marcado 1. pelo reposicionamento da cultura do esporte como espaço de entretenimento em direção à visibilização do esporte como prática social e política; 2. pela ação de atores sociais vinculados ao esporte que se posicionam na esfera pública a favor de uma causa (da reparação de um dano) e que, por extensão, carregam esses valores às marcas e mercadorias que os patrocinam; e 3. pelo fato de que esses atos públicos reinscrevem a mercadoria em um campo de disputa de sentidos que fazem esse objeto deixar o âmbito da polícia para ocupar o campo da política.

No próximo tópico, detalhamos algumas dessas ações e, na sequência, discutiremos os processos de negociação de sentidos vinculados a essas práticas.

### **Camisetas, Capacetes e a Ressignificação de Objetos Esportivos**

No dia 27 de junho de 2021, véspera do Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+, o Vasco lançou uma camiseta com as cores do arco-íris, símbolo do movimento. O lançamento veio acompanhado de um manifesto contra a homofobia e transfobia no esporte brasileiro que afirmava: “o Vasco da Gama assume para si a responsabilidade de se posicionar diante do tema, sem defender aquilo que é cômodo, mas sim aquilo que é correto” e “o clube será um parceiro daqueles que lutam contra o preconceito relacionado à orientação sexual ou à identidade de gênero de quem quer que seja” (Bocatto, 2021). Após essa ação, o Flamengo também anunciou o lançamento de uma camiseta em apoio ao movimento LGBTQIA+ como parte de sua linha casual.

Mais de dois anos antes das iniciativas dos clubes cariocas, uma ação da agência Y&R para a Kimonos Dojô, marca brasileira de artigos para artes marciais, assinalava o apoio de uma empresa do campo esportivo à causa LGBTQIA+: nomeada “Faixa da Resistência”, a peça fabricada nas cores do arco-íris buscava chamar a atenção para os índices alarmantes de LGBTfobia no Brasil. Além de os valores arrecadados com a venda serem doados para o Coletivo Trans Sol, o lançamento da faixa foi acompanhado pela criação de um site com videoaulas de defesa pessoal.

Para além dos exemplos brasileiros, organizações esportivas de outros países também têm se manifestado sobre causas sociais. As transmissões da liga de futebol americano dos Estados Unidos, por exemplo, são recheadas de espaços possíveis para mensagens, incluindo as dependências do campo e os elementos dos uniformes dos jogadores e das comissões técnicas. Algumas ações envolvendo manifestações políticas e sociais ocorrem há bastante tempo na Liga, como o programa Salute to Service, que arrecada fundos para organizações não governamentais de suporte a grupos que participaram de serviços militares; ou o Crucial Catch, programa destinado à conscientização e tratamento de câncer. Ambos os programas atuam com objetos temáticos vinculados aos times e são apresentados durante os jogos pelos integrantes das equipes, em redes sociais e produções audiovisuais de divulgação e conscientização sobre os temas.

Além disso, intervenções em campo e em partes dos uniformes foram permitidas pela NFL, sempre ligadas a movimentos apoiados pela Liga e com arrecadação de fundos, já que as regras sobre modificações sempre foram muito rígidas, impedindo que os times e os próprios jogadores alterassem qualquer aspecto dos uniformes. Mas, em 2015, surgiu My Cause, My Cleats, uma abertura para modificações em que os jogadores escolhem causas para apoiar e artistas para modificar as

chuteiras, como foi o caso do jogador George Kittle apoiando o programa de apoio militar Tragedy Assistance Program for Survivors (TAPS). Esta iniciativa permite que durante uma semana da temporada regular os jogadores possam modificar suas chuteiras com causas escolhidas por eles próprios e arrecadar doações para elas, podendo inclusive colocar as peças em leilão depois de utilizadas.

Mais recentemente, em 2020, identificamos modulações distintas nos posicionamentos assumidos no bojo da NFL. Pautadas pelas reivindicações sociais associadas ao movimento Black Lives Matter e utilizando a iniciativa Inspire Change, a NFL passou a estampar, no gramado e em objetos do jogo, como a trave, as frases “*It takes all of us*” e “*End racism*”, além de permitir que os jogadores estampassem nomes de pessoas importantes para o movimento e vítimas de racismo na parte de trás de seus capacetes. Não obstante, estes nomes foram selecionados previamente pela própria liga e disponibilizados em uma lista para escolha dos jogadores. Para a temporada de 2021, a liga de futebol americano continuou o que ficou conhecido como “*social justice helmet decals*”. Mas os jogadores podem escolher entre apenas seis mensagens pré-aprovadas pela NFL: “*End racism*”, “*Stop hate*”, “*It takes all of us*”, “*Black lives matter*”, “*Inspire change*” e “*Say their stories*”.

Outra liga de grande expressão nos Estados Unidos, a NBA, também permitiu aos seus jogadores que fizessem protestos em modificações de uniforme a partir de 2020. A liga de basquete também estipulou uma lista de frases possíveis para os jogadores colocarem na parte de trás de suas camisetas de jogo, no lugar dos próprios nomes. Mas, diferentemente da liga de futebol americano, a NBA permitiu o uso de expressões mais realistas usadas por movimentos negros, como “*Black lives matter*”, “*I can’t breathe*” e “*Listen to us*”.

Tendo em mente casos de posicionamentos de atletas e organizações como os que recuperamos brevemente nesta seção, passamos à discussão, na sequência do artigo, dos processos de ressignificação simbólica ensejados nessas ações.

### **Reconfigurações Simbólicas de Objetos Esportivos Politizados**

No início deste trabalho, partimos da reflexão de que há um processo de politização do objeto esportivo que ocorre quando ele deixa o campo da polícia e passa a ocupar o campo da política. Nesse sentido, se tomarmos como pressuposto que “a emancipação social, na verdade, significa a ruptura da concordância entre uma ‘ocupação’ e uma ‘capacidade’” (Rancière, 2010, p. 41), é possível afirmar que objetos esportivos reposicionam lugares sociais consolidados ao vincularem-se a causas sociais, tais como as pautas LGBTQIA+, a luta antirracismo e as demandas feministas.

Para aprofundar nossas reflexões, recorreremos à semiótica da cultura, cujo arsenal teórico permite o entendimento sobre esses processos de negociação de sentidos. A partir da definição de *semiosfera* – entendida como um espaço a partir do qual os processos de semiotização da realidade acontecem –, a semiótica da cultura entende o espaço social como um ambiente marcado por diferentes trocas e negociações de sentidos em relações capazes de produzir novos textos. Tal como exposto por Nunes (2019), “a cultura precisa ser traduzida em um sistema de signos que possa codificá-la” (p. 200), o que se dá em um processo que “gera textos, textos de cultura ou culturais, isto é, a informação codificada de um certo modo que se introduz na memória coletiva”. Nesse sentido, a semiosfera constitui-se como o espaço em que acontece a semiose, “a partir de mecanismos de tradução, permanência, transmissão e exclusão de signos, códigos e textos” (Nunes, 2019, p. 201). As novas mensagens das ambiências comunicacionais advêm desses processos, nos quais certos sentidos ganham prevalência na cultura e outros são excluídos.

Assim, na semiosfera há estruturas nucleares – compostas pelos discursos normalizantes e sentidos consolidados compartilhados socialmente – e estruturas marginais – em que os sentidos ainda estão em disputa, e novos processos de significação estão em processo de consolidação e busca por legitimidade social.

Os sentidos dados aos objetos de consumo são também textos da cultura, que, por um lado, carregam discursos institucionais, disciplinas e modelos normalizantes;

e, por outro lado, são constantemente tensionados por discursos de caráter reativo, capazes de ressignificar esses objetos, alocando-os no campo da política e da dissidência. Para Scherer (2021), uma vez que os sentidos nucleares e marginais dos objetos estão em constante interação, “em alguns momentos há a intersecção de parte dessas esferas e é nesse momento em que novos textos, descontinuidades, rupturas de sentido podem ocorrer” (p. 5). Dessa forma, “a interação desses campos semióticos promove mudanças na estrutura da semiosfera como um todo e esse processo de troca entre elas acontece em locais denominados fronteira” (Scherer, 2021, p. 50).

Na fronteira, “se dão os encontros dialógicos entre diferentes sistemas e em que a produção de novos textos se torna mais intensa e frutífera”, assim, “os elementos mais homogêneos entre os sistemas da fronteira realizam a hibridização, o diálogo e a troca; enquanto que os elementos heterogêneos são realocados oferecendo a possibilidade da criação de novos sentidos, novas composições e novos significados” (Scherer, 2021, p. 6). Os movimentos semióticos de politização dos objetos esportivos podem ser interpretados à luz desse processo. Isso porque ações como a camiseta lançada pelo Vasco operacionalizam o tensionamento entre discursos sobre a masculinidade hegemônica e a homofobia no esporte (que ainda compõem a estrutura nuclear dos sentidos vinculados aos objetos esportivos) e outras formas de vivência das masculinidades (como discurso marginal).

A partir do princípio da bricolagem, é possível notar que tais objetos são atravessados por diferentes campos semióticos que pressionam fronteiras de sentido, conciliando sentidos de diferentes sistemas. Em reportagem da *Folha de S. Paulo* sobre as Olimpíadas de Tóquio, por exemplo, lemos que “As *intenções de cultivar um ambiente de suposta neutralidade política* [ênfase adicionada] durante um megaevento esportivo com representantes de duas centenas de países se chocam com a *realidade de um mundo efervescente e o crescente ativismo de atletas* [ênfase adicionada]” (Castro, 2021). Textualizando o embate entre estrutura nuclear (a defesa da neutralidade política no esporte) e estrutura marginal (o reconhecimento quanto ao crescente ativismo de atletas), o enunciado jornalístico dá a ver o tensionamento entre a inscrição do esporte no campo da política, que se manifesta na ação de instituições que regulam grandes competições esportivas, como o Comitê Olímpico Internacional, por um lado; e sua passagem para o campo da política, marcado pela contestação de representações socialmente compartilhadas, por outro.

A politização dos Jogos Olímpicos (entendidos como espaço de práticas esportivas, mas também como objeto de consumo) diz respeito à abertura de dissenso em torno da possibilidade de ações ativistas por parte de atletas. Ao mesmo tempo, o campo da política busca continuamente cooptar e pacificar a lógica dissidente da política, a exemplo da revisão, pelo próprio Comitê Olímpico Internacional, de suas diretrizes para a regra da Carta Olímpica, que proibia qualquer tipo de manifestação política, religiosa ou racial. Isso porque o novo documento delimita as circunstâncias em que manifestações políticas são permitidas e regula as modalidades em que elas podem ocorrer (Castro, 2021).

Evidentemente, a própria instituição das novas regras abriu espaço para novas contestações: “Para alguns, os avanços foram significativos. Na opinião de outros, insuficientes. A natureza do tema dificulta que se chegue a um consenso” (Castro, 2021). É sintomático que, às Olimpíadas de Tóquio realizadas em 2021, a exemplo de outros objetos esportivos *em politização*, corresponda a abertura de uma instável fronteira de trocas entre diferentes campos semióticos, marcada pela produção particularmente intensa de novos textos culturais, como é próprio dos processos de mudança estruturais na semiosfera.

Ao mesmo tempo, os exemplos extraídos da reportagem da *Folha de S. Paulo* mostram que trocas entre campos semióticos se manifestam em *relações dialógicas* estruturantes de enunciados em circulação em ambiências midiáticas – enunciados estes que, ao mesmo tempo que constituem elementos indiciários da politização de objetos esportivos, também representam forças constitutivas de processos de semiotização/ressemiotização na semiosfera. Entendendo o *dialogismo* tal como concebido na perspectiva do Círculo de Bakhtin – isto é, enquanto a relação eu/outro, que constitui o ser humano, a vida e a linguagem (Brait, 2014) –, é possível

considerar o atravessamento não apenas de enunciados específicos, mas da própria cultura, entendida como texto cultural, por relações dialógicas entre diferentes posições semântico-axiológicas, que se entrecruzam, negociam-se e (re)definem-se mutuamente<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Não à toa, foi o pensamento de Mikhail Bakhtin, juntamente com os formalistas russos, que lançou as bases para a visão de *cultura como texto* proposta pela semiótica da cultura, sendo possível identificar elos importantes entre esta perspectiva e o dialogismo bakhtiniano (Pinto, 2014).

Pelas relações dialógicas, que se caracterizam como arena de valores ideológicos, estabelecem-se identidades e diferenças, constantemente em tensão, em conflito, construídas na e pela linguagem verbal, visual, verbo-visual. Dialogismo não se confunde, portanto, com diálogo, definido como estrutura de comunicação face a face. Há dialogismo em qualquer evento que envolva sujeitos em interação discursiva. (Brait, 2014, p. 515)

De volta ao caso dos Jogos Olímpicos, destaquemos a repercussão de dois episódios específicos: a adoção de uniforme longo pela equipe feminina de ginástica artística da Alemanha e a medalha de prata conquistada pela brasileira Rayssa Leal no skate. Os dois episódios exemplificam movimentos semióticos singulares, porém convergentes, de politização do esporte: enquanto o uso de trajes pelas atletas alemãs deu-se como forma de protesto contra a hipersexualização do corpo feminino, a circulação midiática da conquista de Rayssa Leal, alimentada por declarações da própria esportista, enfatizou a dimensão de “empoderamento” feminino do feito, no sentido de afirmar que skate também pode ser “coisa de mulher”.

O episódio envolvendo a equipe de ginástica alemã repercutiu fortemente em veículos jornalísticos de todo o mundo, que destacaram o caráter “engajado” da opção pelo uso de trajes longos. Uma reportagem da *BBC News Brasil*, por exemplo, destaca o embate entre uma convenção (campo da polícia) e a coragem de desafiar-la em prol da reparação de um dano (campo da política). Esse tensionamento comparece sobretudo em enunciados que relatam, em discurso direto ou indireto, falas de atletas: “‘Esperamos que as atletas que fiquem desconfortáveis com as roupas usuais se sintam encorajadas a seguir nosso exemplo’, disse Sarah Voss”; e “Sarah Voss explicou sua decisão em uma entrevista à emissora pública ZDF. ‘Todas nós, mulheres, queremos nos sentir bem nas nossas peles ...’” (“Sexualização...”, 2021). Como se vê, os enunciados tensionam a tradição que dita o uso de collants cavados em competições a partir de uma posição em defesa do direito da mulher ao próprio corpo.

Em uma rede de relações dialógicas que atravessam diferentes enunciados sobre os Jogos Olímpicos, o embate entre os campos da polícia e da política, materializados em contrapontos como *convenção vs. liberdade e dignidade vs. hipersexualização*, ecoa também no posicionamento público assumido pela ginasta estadunidense Simone Biles, cujas declarações alcançaram expressiva visibilidade em enunciados midiáticos, pautando um intenso debate sobre saúde mental e abuso sexual no esporte. É o caso, por exemplo, do artigo “Simone Biles é gigante no compromisso contra cultura de violência sexual”, publicado na coluna de Maria Carolina Trevisan para o *UOL*:

A ginasta norte-americana Simone Biles, que disse ter sido abusada sexualmente pelo médico esportivo Larry Nassar... A competição mundial em Tóquio trouxe também outras questões que têm sido tratadas em silêncio – quando tratadas – e sem o devido cuidado. A desistência da ginasta americana ... de participar das Olimpíadas obriga diversas instâncias em vários países a pensar sobre a cultura do esporte que encobre casos de violência sexual contra crianças e adolescentes. (Trevisan, 2021)

Por um lado, temos a postura denunciativa assumida por Biles em prol do interesse comum de uma coletividade; por outro, a cultura de violência sexual – e o silêncio que a recobre – como fonte de danos que afetam sobretudo mulheres, crianças e adolescentes. A dialogização dessas posições semântico-axiológicas corresponde também ao tensionamento entre estruturas da semiosfera, uma vez que o discurso ainda marginal da luta por igualdade de gênero no esporte instaura o dissenso em relação a práticas discursivas nucleares representadas por um histórico de abusos e acobertamentos em diferentes modalidades esportivas.

É o mesmo discurso (marginal) da luta por igualdade de gênero que aparece como cerne dos deslizamentos semióticos em jogo na repercussão da medalha

conquistada pela skatista brasileira Rayssa Leal. Neste caso, o dano a ser corrigido pelo posicionamento da atleta diz respeito à desigualdade de oportunidades e participação em modalidades consideradas “masculinas” ainda hoje. Mas aqui o tensionamento entre discursos normalizantes sobre o que seriam “esportes de mulher” e “esportes de homem” e discursos dissidentes de caráter reativo é acionado não por manifestações realizadas durante a competição, mas sim, por declarações dadas por Rayssa em entrevistas após a conquista da prata. É o que mostra a reportagem do *UOL* “Nunca escutei quem dizia que meninas não podem andar de skate”, diz Fadinha” (2021). Abordagem similar pode ser encontrada em matéria publicada pelo portal da *ESPN*, que destaca: “Rayssa Leal dá show também em entrevista e manda recado contra o machismo: ‘Esporte é para todo mundo’” (2021).

Fonte de discursos que parecem ter motivado a ressignificação da competição de skate feminino nos Jogos Olímpicos, a *performance* da atleta como figura midiática expandiu-se também para publicações em redes sociais digitais. Entre uma enxurrada de memes publicados por famosos e anônimos em homenagem à jovem estrela olímpica, a conta oficial da Turma da Mônica no Twitter postou uma ilustração de Rayssa em uma das artes do projeto “Donas da Rua”, que tem como objetivo discutir e favorecer o protagonismo e empoderamento femininos. Também chama a atenção o fato de, no mesmo dia da conquista da medalha de prata pela brasileira, a expressão “skate feminino barato” ter chegado a figurar entre os termos mais buscados no Google, segundo dados do Trends (Fantinato, 2021).

Os exemplos olímpicos de Rayssa Leal e da equipe alemã de ginástica artística, que buscamos recuperar brevemente à luz de relações dialógicas inscritas em enunciados midiáticos, assim como os demais casos discutidos anteriormente no trabalho, sugerem que processos de politização de objetos esportivos inscrevem-se na semiosfera como movimentos transversais a diferentes modalidades esportivas. Embora cada caso possua singularidades, em todos eles temos o deslocamento de sentidos estabilizados em estruturas nucleares por sentidos presentes em estruturas marginais, em interações fronteiriças que ensejam uma profusão de textos culturais.

### Considerações Finais

A politização de objetos esportivos, enquanto movimento de ressemiotização e reposicionamento do próprio esporte na semiosfera – e, por conseguinte, na sociosfera –, encerra o potencial de constante expansão em direção a novos objetos (e práticas) do campo esportivo. Da mesma forma, não é possível apontar um único campo semiótico a atravessar os objetos esportivos, pressionando-os em direção a novas visibilidades, à produção de dissenso e, por conseguinte, à sua politização.

Não obstante, os exemplos analisados ao longo do artigo – de camisas de times de futebol em defesa dos movimentos LGBTQIA+ a manifestações de atletas olímpicas em defesa da igualdade de gênero, passando por ações das ligas de futebol e basquete dos Estados Unidos em apoio à luta antirracista – iluminam regularidades presentes nos processos de ressignificação em jogo em movimentos de politização de objetos esportivos na contemporaneidade. Trata-se de regularidades que nos parecem sugestivas justamente em relação ao que diferencia os processos de politização do esporte identificados nos últimos anos das formas “tradicionais” de manifestação política por atletas e organizações, marcadas pelo apoio a causas institucionais ou protestos dirigidos unicamente ao campo da política institucional.

Em suma, enxergamos como aspecto comum aos casos recentes que buscamos analisar a *contestação de marcadores de diferença* (de gênero, sexualidade e raça) pelo tensionamento de partilhas do sensível respaldadas em discursos normalizantes, convenções e regimes institucionais; dessa forma, tais atos contestatórios buscam deslocar o esporte – e seus objetos – do campo da polícia para o terreno da política, entendida, como nos ensina Rancière (1996), enquanto “prática na qual a lógica do traço igualitário assume a forma do tratamento de um dano” (p. 47).

## Referências

- “Nunca escutei quem dizia que meninas não podem andar de skate”, diz Fadinha. (2021, 26 de julho) *UOL*. <https://bit.ly/3wyoNjU>
- Bocatto, D. (2021, 27 de junho). Vasco lança camisa de apoio ao movimento LGBTQIA+ e diz ‘se negar a aceitar a homofobia e a transfobia’. *ESPN*. <https://bit.ly/3ldSfGT>
- Brait, B. (2014). Mikhail Bakhtin. In A. Citelli, C. Berger, M. A. Baccega, M. I. V. Lopes & V. V. França (Orgs.), *Dicionário de comunicação* (pp. 512-516). Contexto.
- Brown, S., & Brison, N. (2018). More than an athlete: Constitutional and contractual analysis of activism in professional sports. *Sports and Entertainment Law Journal*, 1(2), 249-289.
- Castro, D. E. (2021, 20 de julho). Ativismo crescente no esporte desafia regras olímpicas que limitam protestos. *Folha de S.Paulo*. <https://bit.ly/3Mja2ll>
- Cunningham, G., & Regan, M. (2011). Political activism, racial identity and the commercial endorsement of athletes. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(6), 657-669. <https://doi.org/10.1177/1012690211416358>
- Darnell, S. C. (2012). Paying the price for speaking out: Athletes, politics and social change. *International Council of Sport Science and Physical Education*, 63(1), 63-72.
- Fantinato, G. (2021, 26 de julho). Fada do skate, Rayssa Leal vira hit na web com medalha na Olimpíada. *Tecmundo*. <https://bit.ly/3lgb7Fi>
- Galily, Y. (2019). “Shut up and dribble!”? Athletes activism in the age of twittersphere: The case of LeBron James. *Technology in Society*, 58(1), 101-109. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.01.002>
- Huff, A., Humphreys, A., & Wilner, S. J. (2021). The politicization of objects: Meaning and materiality in the U.S. cannabis market. *Journal of Consumer Research*, 48(1), 22-50. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucaa061>
- Nunes, M. R. F. (2019). Memória do futuro, explosão, pancronia: A semiótica de Lotman e os estudos da memória e do tempo nas teatralidades juvenis. *Bakhtiniana*, 14(4), 192-210.
- Olimpíadas: Rayssa Leal dá show também em entrevista e manda recado contra o machismo: ‘Esporte é para todo mundo’. (2021, 26 de julho). *ESPN*. <https://bit.ly/3NlFtH>
- Pinto, J. (2014). Teorias do signo e da cultura. In A. Citelli C. Berger, M. A. Baccega, M. I. V. Lopes & V. V. França (Orgs.), *Dicionário de comunicação* (pp. 504-507). Contexto.
- Rancière, J. (1996). *O desentendimento*. 34.
- Rancière, J. (2010). *O espectador emancipado*. Orfeu Negro.
- Santos, D. S, Caetano, C. S., & Rufino, T. M. (2020). Atletas, ex-atletas e participação sociopolítica no cenário pandêmico covid-19: Uma análise de perfis do Twitter. *Áskesis*, 9(2), 117-136. <https://doi.org/10.46269/9220.599>
- Scherer, A. (2021, 4 a 9 de outubro). *Fronteiras da diversidade na publicidade contemporânea* [Apresentação de trabalho]. 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, Pernambuco, Brasil.
- Sexualização no esporte: o uniforme que ginastas alemãs estão usando para lutar contra o problema. (2021, 25 de abril). *BBC News Brasil*. <https://bbc.in/3wirbfn>
- Trevisan, M. C. (2021, 30 de julho). Simone Biles é gigante na luta contra cultura de violência sexual. *UOL*. <https://bit.ly/3wknru8>

# Profissão Youtuber: Consequências Sociais e Precarização do Trabalho em Comunicação Social<sup>1</sup>

**Jullie Tenório Ed Din Sammur**

Mestranda em Divulgação Científica e Cultural pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

E-mail: sammurjullie@gmail.com

**Pedro Afonso Cortez**

Professor Auxiliar na Escola de Ciências da Vida da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Professor adjunto no Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Psicologia Forense da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

Doutor em Psicologia pela Universidade São Francisco (USF). Mestre em Psicologia pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

E-mail: cor.afonso@gmail.com

**Ivan Paganotti**

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).

Desenvolve pesquisa com auxílio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), processo nº 2020/15055-9. Líder do Grupo de Pesquisa Checagem, Educação, Comunicação, Algoritmos e Regulação (Checar-Umesp) e membro fundador do Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (MidiAto-USP).

E-mail: ivanpaganotti@gmail.com

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é realizar uma revisão crítica dos impactos do YouTube no potencial desempenho profissional em comunicação social nessa plataforma. Analisamos o conteúdo de 35 artigos sobre o assunto nas bases de dados Scielo e Web of Science. Os resultados evidenciam que o YouTube oferece um vasto campo de atuação não só para comunicadores licenciados, mas também para profissionais de outras áreas de atuação. Isso implica consequências socialmente complexas, que aumentam a disseminação da informação e afetam a atividade da comunicação social, com potencial precarização social do trabalho.

**Palavras-chave:** YouTube, ciberespaço, trabalho, profissões, comunicação.

**Profesión Youtuber: Consecuencias Sociales y Precariedad del Trabajo en Comunicación Social**

**Resumen:** El objetivo de este trabajo es realizar una revisión crítica de los impactos del YouTube sobre el potencial desempeño profesional en comunicación social en esta plataforma. Se analizó 35 artículos sobre el tema de las bases de datos SciELO y Web of Science. Los resultados evidenciaron que YouTube ofrece un amplio campo de acción no solo para los comunicadores con licenciatura, sino también para los profesionales de otras áreas de trabajo. Esto implica consecuencias socialmente complejas, que aumentan la difusión de información y afectan el trabajo de la comunicación social con una potencial precariedad social.

**Palabras clave:** YouTube, ciberespacio, trabajo, profesiones, comunicación.

**Youtuber Profession: Social Consequences and Labor Precariousness in Social Communication**

**Abstract:** This work aims to carry out a critical review of the impacts of YouTube on the potential professional performance in social communication on this website. We analyzed 35 articles on the subject from the Scielo and Web of Science databases. The results evidenced that YouTube provides a vast field of action, not only for communicators with a bachelor's degree but also for professionals from other areas of expertise. This implies complex social consequences, which increase the dissemination of information and affect social communication work with a potential for increasing the social precariousness of work.

**Keywords:** YouTube, cyberspace, work, professions, communication.

<sup>1</sup> Este trabalho atualiza e expande uma versão inicial desta pesquisa apresentada originalmente no XX Congresso de Ciências da Comunicação.

A globalização é um fenômeno crescente que impacta as formas de organização social e os padrões de interação dos indivíduos e sociedades, norteadas pela política econômica neoliberal, que vislumbra construir uma aldeia global de mercados integrados (Carvalho, 2015; Lazzareschi, 2018). Esse processo afetou a vida humana em todas as esferas, incluindo a comunicação e o trabalho nesse campo, o qual enfrentou uma grande expansão das mídias entre regiões distintas (Ravi & Guru, 2016; Sousa, 2020). O crescimento das mídias foi ainda mais potencializado por conta da chamada Era Informacional, cuja agenda é a difusão de informações entre culturas, possibilitando aos indivíduos o acesso às obras, produções e informações advindas do mundo todo (Lima et al., 2016; Silva & Teodoro, 2021).

Essas redes sociais e plataformas colaborativas digitais caracterizam a web 2.0 e permitem que os indivíduos tenham um corpo para interação em ambientes que simulam a vida cotidiana. Pelo alto nível de produção e interação social nesses espaços, essas plataformas tendem a impactar as dinâmicas políticas, econômicas e culturais em uma perspectiva global. Assim, emergem as análises que buscam apreender as relações entre ciberespaço e mundo real, tendo em vista a alta relação entre as produções geradas nesses meios (Polizel & Oliveira, 2021; Santaella, 2016).

Neste trabalho, enfatizou-se a análise dos efeitos gerados na atuação profissional em comunicação social pela plataforma web 2.0 YouTube, que dissemina em larga escala vídeos de produtores de conteúdo independentes. O YouTube se tornou o líder do mercado entre sites de compartilhamento de vídeos, com seu slogan “*Broadcast yourself*”, que significa “Transmita-se” (Chen, 2014). Por meio da plataforma, os usuários podem assistir e postar seus próprios vídeos, o que demonstra o potencial dela no campo da comunicação, pois viabiliza a criação de conteúdos de forma distribuída, por meio de produtores de conteúdo independentes chamados youtubers (Gomes et al., 2018).

Diferentemente do modelo de comunicação adotado anteriormente nas mídias audiovisuais convencionais como a televisão, na qual a produção era concentrada em um único agente licenciado pelo Estado, no YouTube a produção é distribuída e aberta. Em outras palavras, agentes individuais podem se inscrever na plataforma e iniciar a produção do conteúdo, com o intuito de aferir ganhos. Sites como o Google e o YouTube foram desenvolvidos por jovens empreendedores da era *dot-com* e, em um curto período, capitalizaram-se como as novas “gigantes acionárias” das bolsas de valores, dado o alto impacto nos mercados e formas de comunicação entre diferentes agentes sociais (Christin & Lewis, 2021; Lorangeira et al., 2016).

Nesse contexto, o youtuber, produtor de conteúdo, se beneficia da monetização de seus vídeos, tanto por meio da própria plataforma que disponibiliza esta opção como em acordos com empresas que querem divulgar seus produtos e marcas no conteúdo dos vídeos (Budiono & Triyono, 2020; Melo & Freitas, 2017). Essa dinâmica incide na reorganização dos padrões de produção e trabalho da mídia audiovisual, o que denota a centralidade do YouTube no ciberespaço ao tratar sobre as produções e relações de trabalho em comunicação social. Outro impacto de plataformas como o YouTube, em que o conteúdo é produzido pelos usuários, envolve a disseminação de conteúdos ofensivos ou ameaçadores, além da falta de clareza nas políticas de remoção de conteúdo problemático (Keulenaar et al., 2021).

Considerando esse cenário, este estudo tem como objetivo geral questionar de que forma o YouTube tem sido utilizado para trabalho por produtores de conteúdo audiovisual e de que forma essa plataforma afeta as dinâmicas sociais relativas à interface entre trabalho e comunicação social.

## Método

O estudo caracterizou-se como uma revisão da literatura brasileira, latino-americana e internacional, tendo em vista o aspecto da globalização que abrange o tema e, portanto, requer uma apreensão local e internacional sobre a questão. A revisão bibliográfica é uma metodologia importante para a consolidação de um campo de estudos a partir de um ponto em que se atinge uma massa crítica suficientemente diversificada e conceitualmente rica para análise (Martino, 2018). Ainda que

estudos anteriores já tenham feito revisões críticas sobre o papel de plataformas da web 2.0 como o YouTube na redefinição da função social do trabalho (Fuchs, 2015), procuramos fazer acréscimos ao campo de pesquisa por meio de uma sistematização temática e crítica das contribuições mais relevantes nos estudos recentes sobre a plataforma e seus impactos laborais.

Não houve definição de critério temporal *a priori* com o intuito de maximizar o período de cobertura da revisão, que abarcou estudos publicados até 2020. Para resgatar os estudos internacionais, utilizaram-se os descritores “work” e “YouTube” na base Web of Science. A busca resultou em 1367 artigos, sendo filtrados para análise 1347 como artigos científicos disponíveis de forma completa e 21 excluídos por não se apresentarem disponíveis para acesso integral. Com a inspeção dos títulos e resumos, foram excluídos 1310 trabalhos pela inadequação temática. Em suma, integraram esta revisão 36 estudos internacionais.

Com o intuito de resgatar os estudos da literatura brasileira e latino-americana, empregaram-se os descritores “trabalho” e “YouTube” na base de dados Scielo. Esses critérios resultaram em 18 artigos disponíveis em forma completa, os quais foram analisados de forma exploratória quanto à pertinência temática por meio do título e resumo. Essa análise incidiu na exclusão de 13 artigos. No total, foram analisados 41 estudos (36 estudos internacionais e cinco nacionais). Os procedimentos de identificação e seleção dos artigos foram sintetizados na Figura 1, em conformidade com o modelo *PRISMA Statement* para estudos de revisão de literatura (Moher et al., 2015).

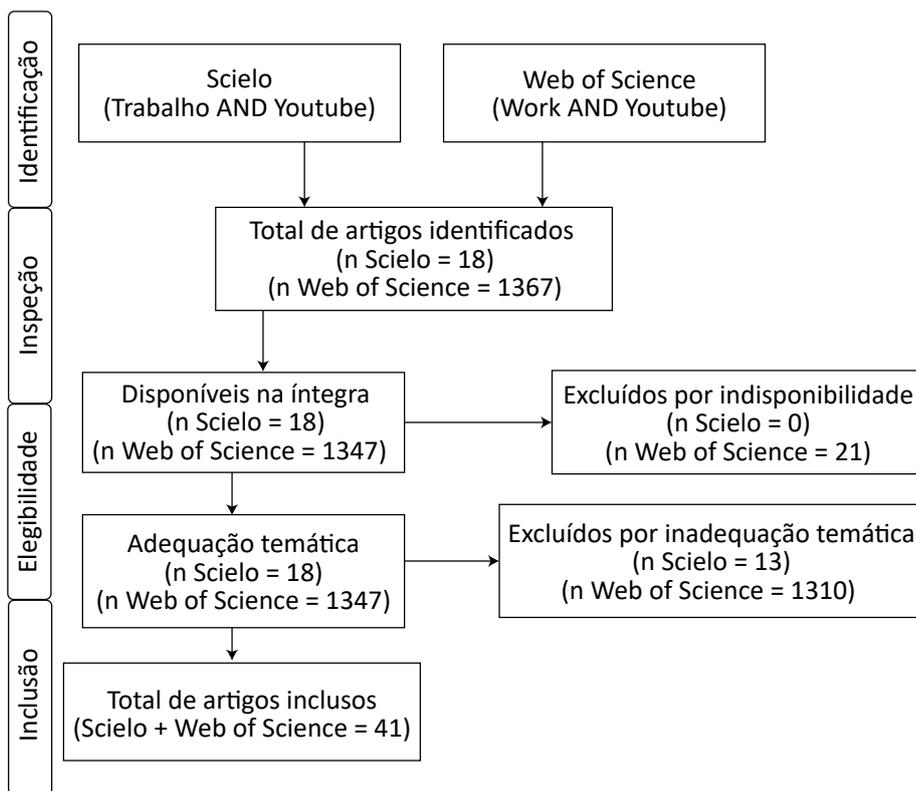


Figura 1: Diagrama de fluxo dos procedimentos de revisão

Nota. Elaborado pelos autores.

A metodologia empregada para classificação das investigações foi a análise de conteúdo (Bardin, 2016). Cada artigo foi considerado um elemento para o corpus de análise. Para as unidades de análise, destacamos nos artigos trechos que tratavam sobre os temas do estudo, a saber, atuação e competências profissionais do comunicador no ciberespaço por meio do YouTube. A proposição das categorias para identificação temática foi realizada *a posteriori*, a partir da predominância do tema nos estudos revisados. Nas diferentes análises a frequência representa a quantidade de artigos em que a questão se mostrou pertinente e, portanto, retrata a ocorrência do tema dentro da literatura revisada. Destaca-se ainda que os procedimentos de revisão e classificação foram replicados de forma independente

por dois pesquisadores, os quais obtiveram, respectivamente, 91% de concordância para a identificação e seleção dos estudos e 89% na classificação das categorias temáticas. Nos casos de discordância entre os dois pesquisadores proponentes, as incongruências foram submetidas a um terceiro pesquisador especialista na área, que decidiu pela inclusão do maior número de estudos e categorias, com o intuito de expandir a compreensão proposta ao tema.

**Resultados**

Dos 41 artigos analisados, a maioria apresentou método qualitativo (31), seguido pelo método quantitativo (10). A análise das informações foi realizada principalmente por meio de análise de conteúdo (19), seguida pela análise de discurso (17) e, por último, análise monográfica (5). A área de formação do primeiro autor do estudo foi predominantemente Comunicação Social (22), Computação (5), Direito (2), Economia (2) e Serviço Social (2). As áreas Contabilidade, Letras, Enfermagem, Psicologia, Biblioteconomia, Biologia, Administração e Nutrição contribuíram cada uma com um único estudo sobre o tema (Tabela 1).

Método	Frequência	Análise	Frequência	Área de formação	Frequência
Qualitativo	31	Análise de conteúdo	19	Comunicação Social	22
Quantitativo	10	Análise de discurso	17	Computação	5
		Monográfica	5	Direito	2
				Economia	2
				Serviço Social	2
				Contabilidade	1
				Letras	1
				Enfermagem	1
				Psicologia	1
				Biblioteconomia	1
				Biologia	1
				Administração	1
				Nutrição	1

**Tabela 1:** Descrição dos elementos bibliométricos e metodológicos  
 Nota. Elaborada pelos autores.

Ao analisar o conteúdo dos 41 artigos, foram criadas oito categorias de saturação do conteúdo explorado: difusão de informação; dominação social; ativismo; exposição de intimidade; produções digitais coautorais; inclusão e bem-estar social; *gameplay*; e consumismo. Oito artigos fizeram parte da categoria difusão de informação, com contribuições relacionadas a divulgação da ciência, fórum de discussão, informação digital e história oral. A categoria dominação social reuniu sete artigos, abordando temas como mídias sociais no local de trabalho, impressão de personalidade, estereótipos profissionais e construção da imagem profissional. Seis artigos constituíram a categoria ativismo, que tratava de assuntos como empatia entre atores sociais, o YouTube como meio ativista, mobilização de apoio e sátiras ao sistema trabalhista. Exposição de intimidade incluiu seis artigos, tratando de temas como exposição de problemas pessoais, proximidade com o público e cultura do reality-show digital. Essas categorias temáticas foram sintetizadas na Tabela 2.

Categorias	Unidades de análise	Frequência
Difusão de informação	Divulgação da ciência	8
	Fórum de discussão	
	Informação digital	
	História oral	

Categorias	Unidades de análise	Frequência
Dominação social	Mídias sociais no local de trabalho	7
	Impressão de personalidade	
	Estereótipos profissionais	
	Construção da imagem profissional	
Ativismo	Empatia entre atores sociais	6
	YouTube como meio para ativismo	
	Mobilização de apoio a atores sociais	
	Sátiras ao sistema trabalhista	
Exposição de intimidade	Exposição de problemas pessoais	6
	Proximidade com o público	
	Cultura do reality-show digital	
Produções digitais coautorais	Fidelizar espectadores	4
	Audiência e engajamento	
	Otimização da conexão	
	Espectador como criador	
	Foco no público jovem	
Inclusão e bem-estar social	Visibilidade	4
	Promoção de valores	
	Motivação social	
	Bem-estar no trabalho	
<i>Gameplay</i>	<i>Hobbies</i>	3
	Direitos autorais	
	Popularidade	
Consumismo	Vídeos <i>unboxing</i>	3
	Convergência midiática	

**Tabela 2:** Categorias temáticas identificadas nos estudos revisados

Nota. Elaborada pelos autores.

A categoria produções digitais coautorais apresentou quatro artigos, cujos temas foram fidelizar espectadores, audiência e engajamento, otimização da conexão, espectador como criador e foco no público jovem. A categoria inclusão e bem-estar social trouxe os temas da visibilidade social, da promoção de valores e bem-estar laboral como elementos fundamentais das produções. A categoria *gameplay* agrupou três artigos e tratou dos temas hobbies, direitos autorais e popularidade. A categoria consumismo esteve presente em três artigos, abordando vídeos *unboxing* e convergência midiática.

## Discussão

Este estudo teve como objetivo revisar criticamente os impactos do YouTube no potencial desempenho de atividades profissionais em comunicação social

na plataforma. Enfatizando-se as contribuições predominantes nesta investigação, é possível vislumbrar um caminho para tal empreitada nas práticas de trabalho em comunicação elencadas nas diferentes categorias analisadas, por meio das quais é possível notar que o trabalho no YouTube pode ser compreendido em alguns focos de atuação predominantes: difusão de informação, dominação social, ativismo, exposição de intimidade, produções digitais coautorais, inclusão e bem-estar social, *gameplay* e consumismo, os quais serão discutidos adiante.

#### *Trabalho como Difusão de Informação*

Ao observar as contribuições prestadas pelos estudos revisados na categoria difusão de informação, verificou-se que o YouTube altera a concepção de trabalho e produção da mídia tradicional, anteriormente concentrada em um único ator social, para uma concepção mais distribuída e interativa (Kennedy, 2010). A produção distribuída acontece quando diferentes indivíduos socializam seus trabalhos por meio da plataforma, incluindo atividades de divulgação profissional, educativas, científicas, além de entretenimento e outros tipos de conteúdo (Cortez & Souza, 2017; Gil, 2017). Neste sentido, é fundamental aos profissionais que pretendem atuar nessas plataformas o desenvolvimento de *soft skills* que os habilitem a agir de forma dinâmica e interativa, considerando maior adequação de práticas comunicacionais que enfatizam essa postura profissional (Lariscy et al., 2009).

Como competência profissional, a dimensão da interatividade incide sobre o fluxo informacional, que passa a ir e vir entre produtor de conteúdo e espectador, além de possibilitar interações entre o próprio público (Gracy, 2007; Kuppelwieser et al., 2013). São exemplos desse tipo de dinâmica casos em que a seção de comentários do YouTube serve como fórum de discussão, propiciando espaço para os usuários debaterem o tema da produção audiovisual, o que demonstra que a informação nesta plataforma não é unilateral (Heald, 2014). Assim, para trabalhar nesse espaço, torna-se fundamental uma postura dialógica e construtiva entre comunicador e espectadores, razão pela qual esses aspectos devem ser reforçados ao longo da formação desse profissional, abrangendo, inclusive, maior aprofundamento sobre construção e disseminação de narrativas por meio de histórias orais (La Rose, 2019) e divulgação técnico-científica (Daun & Gambardella, 2018).

#### *Trabalho como Dominação Social*

Tal como nas mídias tradicionais, o YouTube também tem sido utilizado para práticas profissionais questionáveis numa dimensão ética, o que torna a promoção da ética profissional uma competência a ser explorada na formação para atuação no ciberespaço. O trabalho nesse espaço também pode servir para controle e dominação social, principalmente porque essas ferramentas conseguem captar e rastrear os dados de quem as utiliza (Biel & Gatica-Perez, 2014). Essas informações são apresentadas em relatórios, disponíveis para que produtores de conteúdo e anunciantes sejam capazes de acessá-las e utilizá-las para segmentar o público (Biel & Gatica-Perez, 2013). Esse tipo de relatório pode ser produtivo socialmente quando empregado para difundir de forma responsável anúncios e segmentação de conteúdo, para tornar as informações mais atrativas, desde que adotem e respeitem políticas de privacidade apropriadas para a preservação da dignidade e intimidade das pessoas (Hughes, 2014).

Contudo, nos casos em que essas informações são empregadas para difundir fake news em um determinado grupo, estereótipos destrutivos ou até mesmo para manipular a imagem desse grupo sobre um indivíduo, empresa ou produto, torna-se eticamente questionável o controle propiciado pela plataforma (Biel & Gatica-Perez, 2011; Kelly et al., 2012; Ledbetter, 2018; Velasco & Oliveira, 2016). Por essa razão, é fundamental aos profissionais que pretendem atuar nesta plataforma uma compreensão apropriada de conteúdos relativos à proteção dos direitos das pessoas e coletividades, para que saibam manejar tais informações de forma socialmente responsável e produtiva aos atores sociais envolvidos nesse processo.

### *Trabalho como Ativismo*

No YouTube, a prática profissional ativista acontece quando a plataforma é utilizada para postar vídeos feitos em prol de uma causa ou como forma de manifestação de um ideal social do sujeito ou de um grupo de militância específica. De acordo com os estudos revisados, a principal característica desses vídeos é a atratividade de uma mobilização social, a qual busca sempre a reflexão e a empatia dos espectadores pela causa defendida (Adami, 2016). Nesse sentido, além de produções voltadas para a comunicação informativa, jornalística e direcionada ao consumo, o comunicador deve saber como promover valores humanos, sociais e ambientais. Assim, abranger tópicos como responsabilidade social, direitos de minorias, conflitos territoriais históricos, mediações políticas e econômicas, trajetórias de refugiados internacionais, questões étnico-raciais etc. torna-se desejável na trilha formativa deste profissional (La Rose, 2016; Sitter & Curnew, 2016; Yusof et al., 2020).

Também há casos em que isto é feito como sátira, em que a crítica utiliza o humor para demonstrar a indignação do grupo em relação à pauta ou ao problema em questão (Davies, 2012). O uso de charges, memes, vídeos de comunicação curta e contextualizados para um público específico mostra-se predominante e, portanto, deve integrar as competências de comunicação voltadas ao ativismo (Furtado et al., 2014). Em síntese, é possível elencar que, para atuar por meio do ativismo, além de ter formação humanística ampla voltada aos temas que fazem interface com tópicos de interesse da prática de comunicação, o profissional deve conhecer as modalidades de divulgação no digital, para, então, empregar adequadamente o conteúdo à modalidade com maior adesão do público-chave da ação audiovisual.

### *Trabalho como Exposição de Intimidade*

Outra questão essencial ao se considerar as formas de trabalho no ciberespaço pelo YouTube refere-se ao uso exacerbado da própria intimidade como forma de autopromoção. Os estudos demonstram que é comum entre os youtubers uma exposição excessiva da própria vida para o público como estratégia comunicacional. Como prática de comunicação, a exposição de intimidade objetiva gerar maior vínculo entre espectador e produtor de conteúdo. O público sente-se mais próximo e mais íntimo, conhecendo o dia a dia do youtuber, seus hábitos e até mesmo seus supostos segredos (Raun, 2018). Entretanto, é preciso pensar em que medida esse tipo de informação tem relevância social e qual o impacto subjetivo de se promover, entre futuros comunicadores, a *cultura do reality-show*, com a exposição de aspectos íntimos para alcançar o status de subcelebridade (Jerslev, 2016), o que também ocorre e se torna ainda mais grave com crianças expostas a essa condição (Carvalho & Marôpo, 2020).

Especificamente, os estudos questionam se os comunicadores podem perder a distinção entre público e privado nas próprias vidas ao vivenciarem esse tipo de influência. Essa questão é fundamental, pois esse tipo de estratégia demanda alto nível de habilidades socioemocionais para que o indivíduo seja capaz de manejar intersubjetivamente essas vivências no exercício da profissão. Por esse motivo, ao tratar sobre tópicos associados ao comportamento humano e subjetividade, é necessário que a distinção entre público e privado, bem como formas de proteção e preservação da própria imagem e intimidade, sejam reforçadas com o futuro profissional de comunicação. Assim, permite-se que a transição entre exposição e preservação de intimidade, dimensões profissionais e pessoais, ocorra de forma adequada (Berryman & Kavka, 2018).

Ademais, em um contexto expandido, faz-se mister compreender que tipo de mentalidade essa cultura do reality-show pode provocar nas crianças e jovens que se expõem e são expostos cotidianamente (Montes-Vozmediano et al., 2018). A comunicação de massa tem como efeito colateral a definição de valores socialmente desejáveis que impactam as formas de organização da sociedade e as formas de subjetivação dos sujeitos (Lana, 2017). Nesse sentido, ainda que esse tipo de conteúdo tenha alta adesão e gere audiência para os produtores de conteúdo, é preciso investigar de quais maneiras a reprodução da cultura do reality-show, iniciada nas mídias convencionais e transposta para o YouTube, afeta a vida das pessoas que

produzem e consomem de forma excessiva essas mídias. De modo geral, o íntimo levado ao público de forma descabida pode resultar na excessiva polarização e em conflitos entre grupos por motivos que não cabem à vida pública e, portanto, tendem a mobilizar as massas à barbárie, dificultando o progresso humano e social pautado em valores éticos e socialmente razoáveis.

#### *Trabalho como Produções Digitais Coautorais*

Comparado ao comunicador das mídias convencionais, que precisa de competências profissionais mais dirigidas à área de atuação, o comunicador inserido nas produções digitais precisa ter competências múltiplas. Em outras palavras, o requisito profissional para atuar no ciberespaço tende a ser multifacetado. Isso envolve uma dimensão positiva, ao dotar o trabalho de maior sentido criativo, com a maior complexidade e o enriquecimento das tarefas. Por outro lado, também incide em maior precarização social do trabalho, uma vez que a ausência de especialização cria demandas múltiplas e acúmulo de tarefas e atribuições ao profissional. Assim, o comunicador no digital precisa de habilidades múltiplas para rastrear, atingir e engajar a audiência, além de responder dinamicamente às interações dos inscritos (Gon et al., 2016). Diferentemente das mídias tradicionais, que tendem a dividir o trabalho em pequenas unidades com especialistas naquela tarefa, a produção digital tende a reduzir os processos e demandar a inserção ativa do produtor de conteúdo em todas as etapas de planejamento, execução e avaliação do próprio produto em diferentes dimensões (Arruda et al., 2015).

Ademais, considerando-se que o YouTube possibilita um fluxo bidirecional da produção do conhecimento e informação, é preciso que o comunicador adote uma postura interativa e coautorais. Interatividade e coautoria na concepção das produções digitais envolvem diálogo e negociação constante das linguagens e temáticas das produções por meio de contato direto e indireto com o público, que passa a dirigir o conteúdo das produções junto com o comunicador (Gardner & Lehnert, 2016). Exemplificam esse tipo de produção interativa e coautorais as criações que envolvem o público jovem, que consome maior conteúdo digital e, por isso, tende a inserir na plataforma uma linguagem mais coloquial. Gírias e memes do momento – algumas vezes criados pelos próprios inscritos – são inseridos nos vídeos e temáticas da produção digital. Com o tempo, novas formas de interação e criação podem ser demandadas em coautoria pelo público, e o profissional deve conseguir analisá-las e integrá-las ao conteúdo produzido para aumentar a efetividade das produções digitais (Abhari & Soraya, 2010).

#### *Trabalho como Inclusão e Bem-Estar Social*

Outro ponto que merece destaque é a possibilidade de inclusão social por meio da plataforma, com ênfase para a promoção do trabalho inclusivo e de acesso livre. O YouTube torna-se um canal de disseminação do diverso e de promoção da inclusão a partir do momento que permite aos indivíduos terem voz em canais passíveis de divulgação massiva. A despeito das formas de indexação do conteúdo, que geram maior visibilidade para alguns canais em vez de outros, há uma tendência geral de maior inclusão dos diferentes produtores de conteúdo, uma vez que não há barreiras à entrada na plataforma (Raun, 2014). Isto é, pessoas que fazem parte de minorias e anteriormente não conseguiam trabalhar com comunicação, devido às práticas pautadas em preconceito e discriminação, podem registrar um canal nessa plataforma (Koh, 2013). Assim, diferentemente da grande mídia, em que a produção da informação está centrada exclusivamente nos valores dos pequenos grupos com poder econômico, que possuem arbítrio para definir a entrada e saída dos comunicadores, o YouTube democratiza e desburocratiza, possibilitando aos diferentes atores sociais criarem um canal informacional.

Per si, esta prática permite que valores sociais distintos daqueles preconizados pelos grandes meios de comunicação também ressonem por meio de conteúdo audiovisual, o que dota o comunicador de maior liberdade para o trabalho, mas ao mesmo tempo requer dele maior parcimônia para analisar a implicação e o conteúdo das mensagens geradas. A representatividade e acessibilidade ocasionadas por essa nova forma de geração e disseminação de conteúdo

podem se associar à ocorrência de bem-estar no trabalho, quando mediadas apropriadamente, tal como é o caso dos vídeos que promovem diversão e afetos positivos (Janickle-Bowles et al., 2019). Novamente, um elevado nível de formação humanística, bem como sólidos princípios e reflexões sobre aspectos éticos e direitos sociais são requeridos para manter a inclusão social como tônica no trabalho em comunicação social no ciberespaço. Caso contrário, o produtor de conteúdo pode distorcer a proposta inclusiva da plataforma e promover a exclusão e outros valores respaldados em práticas e ideários segregatícios (Sá & Cunha, 2017).

#### *Trabalho como Gameplay*

O trabalho no ciberespaço por meio do *gameplay* também é um elemento marcante na análise da produção de conteúdo para o YouTube. A prática iniciou-se com jovens que gravavam o momento em que jogavam, suas reações e comentários, contando com alta adesão de outros indivíduos interessados em vê-los performando com diferentes personagens e cenários. Tipicamente esse tipo de atividade laboral começava como um hobby, ou sem intenção de gerar lucro (Hidalgo-Marí & Segarra-Saavedra, 2017). No entanto, como prática profissional, organiza-se dentro e fora do YouTube de forma sistemática. Há diferentes plataformas destinadas a tal fim, visto que esse tipo de produção audiovisual mostra estar em constante expansão. Esse processo pode ser maximizado tendo em vista a inclusão dos jogos digitais entre modalidades esportivas regulares.

Logo, o comunicador deve ser capaz de identificar os jogos preferidos da audiência a que se dirige, atentando-se à linguagem empregada por aquela comunidade de jogos, bem como aos horários de maior adesão daquele público. Nesta modalidade, há a preferência por conteúdo ao vivo e com interação em tempo real, sendo a programação do horário um dos aspectos determinantes, tendo em vista que a segmentação distinta de públicos entre games diferentes tende a alterar as características de consumo da clientela. Como forma de monetização, o *gameplay* propicia ao comunicador espaços para anunciar jogos, marcas e outros produtos associados à franquia da produção audiovisual, além de filiação direta às plataformas de divulgação de conteúdo (Jia et al., 2016). Isso torna fundamental maior apreensão do profissional sobre a dimensão lúdica dos jogos e das formas de aplicação das mídias digitais para produzir e difundir conteúdo de entretenimento direcionado a este foco.

A principal implicação do *gameplay* está na possibilidade de converter em trabalho algo aprendido anteriormente como brincadeira. Se há tempos os garotos gostariam de ser jogadores de futebol, é provável que, com o tempo, os ídolos da juventude estejam entre produtores de conteúdo do YouTube voltados aos jogos e esportes digitais. No *gameplay*, há também a questão de direitos autorais, que os estudos apontam como uma barreira para o desenvolvimento desse tipo de conteúdo. Por esse motivo, políticas de licenciamento e negociação de direitos autorais demonstram ser tópicos relevantes ao bacharel em comunicação social que busca garantir a atuação no ciberespaço. No geral, as empresas que possuem os direitos autorais entram em litígios judiciais com os produtores para obter lucro sobre a exposição do jogo no canal do YouTube (Postel, 2017). Nesse sentido, é preciso pensar em formas de disseminação do conteúdo nessas plataformas que conciliem os interesses dos comunicadores e das criadoras de jogos. Um exemplo de negociações desse tipo abrange a possibilidade de as produtoras obterem lucros indiretos pelo *gameplay* no formato de parceria: os espectadores querem jogar os mesmos títulos que seus ídolos, o que estimula a compra dos jogos e, conseqüentemente, beneficia o criador de conteúdo e a empresa desenvolvedora de jogos.

#### *Trabalho como Consumismo*

Os vídeos de *unboxing* também demonstram uma forma de trabalho no digital por meio da aplicação das mídias para fomentar o consumo. Em linhas gerais, as empresas enviam seus produtos para os youtubers, que gravam vídeos do momento em que abrem os produtos, mostrando reações, opinião sobre o produto e funcionalidade. Para o espectador o vídeo é apresentado como demonstrativo de uso do produto. No entanto, como prática de divulgação, almeja-se vincular a marca à imagem do ídolo

e, conseqüentemente, criar uma demanda de consumo com base na abrangência de público do canal no ciberespaço (Craig & Cunningham, 2017). Na prática, o profissional deve ser apto a identificar a compatibilidade entre públicos e marcas, com o intuito de maximizar a efetividade do anúncio. Assim, para os produtores de conteúdo e para as empresas, há a possibilidade de lucro na maximização das vendas e nos cliques que se transformam em dinheiro.

Ainda voltado ao consumo, a convergência midiática é um tópico a ser explorado. Em muitos casos existentes no YouTube, a convergência entre mídias exige do consumidor diferentes tipos de assinaturas para obter o mesmo tipo de conteúdo com pequenas adaptações. Por essa razão, é fundamental que sejam definidas boas práticas para a proposição de convergência entre mídias que abranjam o YouTube, com o intuito de que não sejam efetivadas práticas desfavoráveis aos espectadores. No geral, o padrão de convergência proposto no YouTube estimula o consumo frenético, repetitivo e massivo de produções que conquistam o público em outros meios e movem inúmeros espectadores para o digital em busca de mais conteúdo (Berto & Silva, 2017). A oferta desses conteúdos com o uso da convergência midiática pode ser efetiva, desde que não sirva unicamente para beneficiar os youtubers e as marcas anunciantes.

Para tanto, é preciso que as múltiplas plataformas proponham aos espectadores conteúdos que, de fato, agreguem valor àqueles que investem na sua aquisição, dentre as diferentes modalidades abarcadas pelo ciberespaço (Carvalho, 2015). Ao profissional cabe, portanto, analisar as diferentes plataformas disponíveis, com o intuito de fazer que a convergência seja benéfica para todos os envolvidos, o que não acontece de maneira usual. Nessa esfera, é preciso facilitar ao futuro comunicador formular princípios transparentes de restrição de conteúdo, produção, difusão, abrangência e segmentação. Outra questão emergente é a necessidade de distinção de conteúdo promocional pago, que não pode ser apresentado como simples crítica desinteressada pelo YouTube – visto que seus elogios aos produtos ou serviços apresentados nos vídeos devem ser considerados no contexto e nos constrangimentos de um conteúdo publicitário. Assim, o exercício da comunicação no ciberespaço deve se respaldar na ética e na garantia dos direitos das pessoas que assistem e interagem com as produções no digital. Há uma linha tênue entre promover o consumismo desenfreado e o consumo direcionado ao público que se beneficia da produção audiovisual e dos anúncios, o que deve ser balizado de forma ética pela prática profissional do comunicador.

### **Considerações Finais**

Este estudo objetivou revisar criticamente os impactos do YouTube no potencial desempenho profissional em comunicação social nessa plataforma. Os diferentes estudos evidenciam que há um vasto campo de atuação, não só para comunicadores licenciados, mas também para profissionais de outras áreas. Isso implica conseqüências socialmente complexas. De modo geral, nota-se maior disseminação da informação e campo de inserção profissional por meio da comunicação social. A despeito disso, maximizam-se as exigências do profissional que pretende atuar nesta área. Maior nível de competências tecnológicas, psicossociais, socioemocionais, de autogestão, entre outras, são requeridas, mas não necessariamente implicam desfechos e conseqüências socialmente positivas para a atuação do profissional e para o público dessas produções.

O maior nível de difusão da informação pode ser positivo, desde que acompanhado de políticas e práticas de regulação desse campo, que substanciem produções éticas que priorizem a educação e conscientização dos atores sociais de modo geral. No outro extremo, incorre-se no risco de compelir os comunicadores a um papel generalista de atuação polivalente e difusa, intensificando-se a precarização social do trabalho que, aliada a ideais de consumismo e dominação, podem utilizar da difusão social como processo socialmente destrutivo em uma perspectiva estrutural e conjuntural.

Pela revisão proposta, há um escopo preliminar e indutivo das potenciais atuações que compõem a profissão youtuber, mas não limitam, nem contingenciam novas

propostas e reinvenções com vistas à promoção de direitos e bem-estar social àqueles que se mobilizarem para constantemente reinventar essa possibilidade de atuação por meio do ciberespaço. Aos educadores, profissionais em interface e habilitados em comunicação social apresenta-se o desafio de desenvolver práticas que mantenham a inclusão e o diálogo democrático como a tônica para atuação e difusão de conteúdo audiovisual dentro e fora dos entrelaçamentos próprios das redes de solidariedade no campo presencial e digital.

## Referências

- Abhari, A., & Soraya, M. (2010). Workload generation for YouTube. *Multimedia Tools and Applications*, 46(1), 91-118. <https://doi.org/10.1007/s11042-009-0309-5>
- Adami, E. (2016). How do you watch a revolution? Notes from the 21st Century. *Journal of Visual Culture*, 15(1), 69-84. <https://doi.org/10.1177/1470412915619456>
- Arruda, M. P., Girão, L. F. A. P., & Lucena, W. G. L. (2015). Assimetria informacional e o preço das ações: Análise da utilização das redes sociais nos mercados de capitais brasileiro e norte-americano. *Contabilidade & Finanças*, 26(69), 317-330. <https://doi.org/10.1590/1808-057x201501540>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. 70.
- Berryman, R., & Kavka, M. (2018). Crying on YouTube: Vlogs, self-exposure and the productivity of negative affect. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 85-98. <https://doi.org/10.1177/1354856517736981>
- Berto, M., & Silva, L. R. M. (2017). Propaganda na era da convergência: Um estudo comparativo da linguagem publicitária audiovisual nos meios internet e televisão. *Enfoques*, 29(2), 93-113.
- Biel, J.-I., & Gatica-Perez, D. (2011). VlogSense: Conversational behavior and social attention in YouTube. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, 7(1), 1-21. <https://doi.org/10.1145/2037676.2037690>
- Biel, J.-I., & Gatica-Perez, D. (2013). The YouTube lens: Crowdsourced personality impressions and audiovisual analysis of vlogs. *IEEE Transactions on Multimedia*, 15(1), 41-55. <https://doi.org/10.1109/TMM.2012.2225032>
- Biel, J.-I., & Gatica-Perez, D. (2014). Mining crowdsourced first impressions in online social video. *IEEE Transactions on Multimedia*, 16(7), 2062-2074. <https://doi.org/10.1109/TMM.2014.2346471>
- Budiono, T., & Triyono, A. (2020). YouTube endorsement and changes in the web 2.0's advertising industry. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 338-351. <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.609>
- Carvalho, B. J., & Marôpo, L. (2020). "Tenho pena que não sinalizes quando fazes publicidade": Audiência e conteúdo comercial no canal Sofia Barbosa no YouTube. *Comunicação e Sociedade*, 37, 93-107. [https://doi.org/10.17231/comsoc.37\(2020\).2394](https://doi.org/10.17231/comsoc.37(2020).2394)
- Carvalho, M. A. C. (2015). Globalização e Neoliberalismo na América Latina: limites entre teoria e prática. *Revista de Humanidades, Tecnologia e Cultura*, 5(1), 1-9.
- Chen, C.-P. (2014). Forming digital self and parasocial relationships on YouTube. *Journal of Consumer Culture*, 16(1), 232-254. <https://doi.org/10.1177/1469540514521081>
- Christin, A., & Lewis, R. (2021). The drama of metrics: Status, spectacle, and resistance among YouTube drama creators. *Social Media+ Society*, 7(1), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305121999660>

- Cortez, P. A., & Souza, M. V. R. (2017). Menos profissionais, mais sujeitos: Formação para a educação popular no Sistema Único de Saúde (SUS). *Revista de Educação Popular*, 16(2), 27-37. [https://doi.org/10.14393/REP\\_v16n22017\\_art02](https://doi.org/10.14393/REP_v16n22017_art02)
- Craig, D., & Cunningham, S. (2017). Toy unboxing: Living in a(n unregulated) material world. *Media International Australia*, 163(1), 77-86. <https://doi.org/10.1177/1329878X17693700>
- Daun, F., & Gambardella, A. M. D. (2018). Educational videos with nutritional approach in YouTube. *Revista de Nutrição*, 31(3), 339-349. <https://doi.org/10.1590/1678-98652018000300007>
- Davies, M. (2012). The aesthetics of the financial crisis: Work, culture, and politics. *Alternatives: Global, Local, Political*, 37(4), 317-330. <https://doi.org/10.1177/0304375412465039>
- Fuchs, C. (2015). The digital labour theory of value and Karl Marx in the age of Facebook, YouTube, Twitter, and Weibo. In E. Fisher & C. Fuchs (Eds.), *Reconsidering value and labour in the digital age* (pp. 26-41). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137478573\\_2](https://doi.org/10.1057/9781137478573_2)
- Furtado, R. A., Carrieri, A. P., & Bretas, P. F. F. (2014). Humor na internet: Trabalhadores utilizam nova estratégia para protestar contra demissões e terceirizações. *Revista de Administração*, 49(1), 33-44.
- Gardner, J., & Lehnert, K. (2016). What's new about new media? How multi-channel networks work with content creators. *Business Horizons*, 59(3), 293-302. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.01.009>
- Gil, M. A. (2017). YouTube videos of "research in action" foster diverse public interest in science. *Ideas in Ecology and Evolution*, 10(1), 27-36.
- Gomes, L. R. R., Kiuchi, C., & Silva, J. O. R. (2018). Youtubers: A nova geração de influenciadores. *Revista Científica UMC*, 3(1), 1-14.
- Gon, M., Pechlaner, H., & Maragon, F. (2016). Destination management organizations (DMOs) and Digital Natives: The neglected "informal expertise" in web 2.0 implementation and social media presence. Insights from the Italian Friuli Venezia Giulia DMO. *Information Technology & Tourism*, 16, 435-455. <https://doi.org/10.1007/s40558-016-0068-x>
- Gracy, K. F. (2007). Moving image preservation and cultural capital. *Library Trends*, 56(1), 183-197. <https://doi.org/10.1353/lib.2007.0050>
- Heald, P. J. (2014). How copyright keeps works disappeared. *Journal of Empirical Legal Studies*, 11(4), 829-866. <https://doi.org/10.1111/jels.12057>
- Hidalgo-Marí, T., & Segarra-Saavedra, J. (2017). The Youtuber phenomenon and its transmedia expansion. Analysis of youth empowerment in social media. *Fonseca, Journal of Communication*, 15, 45-59. <https://doi.org/10.14201/fjc2017154356>
- Hughes, K. (2014). "Work/place" media: Locating laboring audiences. *Media Culture & Society*, 36(5), 644-660. <https://doi.org/10.1177/2F0163443714532981>
- Janickle-Bowles, S. H., Rieger, D., & Connor, W. (2019). Finding meaning at work: The role of inspiring and funny YouTube videos on work-related well-being. *Journal of Happiness Studies*, 20, 619-640. <https://doi.org/10.1007/s10902-018-9959-1>
- Jerslev, A. (2016). In the time of the microcelebrity: Celebification and the Youtuber Zoella. *International Journal of Communication*, 10(1), 5233-5251.
- Jia, A. L., Shen, S., Epema, D. H. J., & Iosup, A. (2016). When game becomes life: The creators and spectators of online game replays and live streaming. *ACM*

- Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, 12(4), 1-24. <https://doi.org/10.1145/2957750>
- Kelly, J., Fealy, G. M., & Watson, R. (2012). The image of you: Constructing nursing identities in YouTube. *Journal of Advanced Nursing*, 68(6) 1804-1813. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2011.05872.x>
- Kennedy, J. (2010). Don't you forget about me. *Journalism Studies*, 11(2), 225-242. <https://doi.org/10.1080/14616700903290635>
- Keulenaar, E., Burton, A. G., & Kisjes, I. (2021). Deplatforming, demotion and folk theories of Big Tech persecution. *Revista Fronteiras*, 23(2), 118-139. <https://doi.org/10.4013/fem.2021.232.09>
- Koh, C. (2013). Exploring the use of web 2.0 technology to promote moral and psychosocial development: Can YouTube work? *British Journal of Educational Technology*, 45(4), 619-635. <https://doi.org/10.1111/bjet.12071>
- Kuppelwieser, V. G., Simpson, M. C., & Chiummo, G. (2013). 1+1 does not always equal value creation: The case of YouTube. *Marketing Letters*, 24(3), 311-321. <https://doi.org/10.1007/s11002-013-9246-1>
- La Rose, T. (2016). AFSCME's social worker overload: Digital media stories, union advocacy and neoliberalism. *Journal of Industrial Relations*, 58(4), 527-542. <https://doi.org/10.1177%2F0022185616638119>
- La Rose, T. (2019). Rediscovering social work leaders through YouTube as archive: The CASW oral history project 1983/1984. *Journal of Technology in Human Services*, 37(2-3), 93-112. <https://doi.org/10.1080/15228835.2019.1609385>
- Lana, L. C. C. (2017). Heroínas pós-feministas: As contradições da produção audiovisual feminina no YouTube. *Revista Estudos Feministas*, 25(3), 1359-1371. <https://doi.org/10.1590/1806-9584.2017v25n3p1359>
- Larangeira, A. N., Cardoso, M., & Kumm, A. A. (2016). Interações temporais na era da convergência: Perspectiva das gerações Y e Z nas redes sociais digitais. *Revista ECCOM*, 7(14), 139-154.
- Lariscy, R. W., Avery, E. J., Sweetser, K. D., & Howes, P. (2009). An examination of the role of online social media in journalists' source mix. *Public Relations Review*, 35(3), 314-316. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.05.008>
- Lazzareschi, N. (2018). Globalização da economia e reestruturação produtiva: As repercussões sociais das novas configurações do trabalho. *Ciências Sociais Unisinos*, 54(1), 93-105. <https://doi.org/10.4013/csu.2018.54.1.09>
- Ledbetter, L. (2018). The rhetorical work of YouTube's beauty community: Relationship- and identity-building in user-created procedural discourse. *Technical Communication Quarterly*, 27(4), 287-299. <https://doi.org/10.1080/10572252.2018.1518950>
- Lima, A. M. S. (2020). Os impactos da globalização no mundo do trabalho. *Revista Terra & Cultura*, 20(39), 32-49.
- Lima, L. P., Nascimento, R. G., & Farias, W. S. (2016). *Influência da globalização nos hábitos culturais: Aprendizagem significativa a partir da relação teoria-prática* [Apresentação de trabalho]. XII Encontro Internacional de Formação de Professores, Uberlândia, MG, Brasil.
- Martino, L. M. S. (2018). *Métodos de pesquisa em comunicação: Projetos, ideias, práticas*. Vozes.
- Melo, M., & Freitas, A. A. (2017). *Comunicação das mensagens de propaganda realizadas pelos vloggers brasileiros do YouTube* [Apresentação de trabalho]. 10º Congresso Latinoamericano de Varejo e Consumo, São Paulo, SP, Brasil.

- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., Shekelle, P., Stewart, L. A., & PRISMA-P Group. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. *Systematic Reviews*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/2046-4053-4-1>
- Montes-Vozmediano, M., García-Jiménez, A., & Menor-Sendra, J. (2018). Teen videos on YouTube: Features and digital vulnerabilities. *Comunicar*, 26(54), 61-69. <https://doi.org/10.3916/C54-2018-06>
- Polizel, A. L., & Oliveira, M. A. (2021). Corpos e maquinações: Pedagogias culturais e epistemes do corpo no Facebook. *Valore*, 6, 66-78.
- Postel, C. (2017). “Let’s Play”: YouTube and Twitch’s video game footage and a new approach to fair use. *Hastings Law Journal*, 68(5), 1169-1192.
- Raun, T. (2014). Video blogging as a vehicle of transformation: Exploring the intersection between trans identity and information technology. *International Journal of Cultural Studies*, 18(3), 365-378. <https://doi.org/10.1177%2F1367877913513696>
- Raun, T. (2018). Capitalizing intimacy: New subcultural forms of micro-celebrity strategies and affective labour on YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 99-113. <https://doi.org/10.1177%2F1354856517736983>
- Ravi, B. K., & Guru, B. P. M. C. (2016). Theoretical foundations of globalization and media management: A new perspective. *Educacional Research Internacional*, 5(4), 22-32.
- Sá, S. P., & Cunha, S. E. (2017). Haters beyond the hate: Stigma and prejudice against funk carioca on YouTube. *Journal of World Popular Music*, 4(2), 152-170.
- Santaella, L. (2016). O paradigma do sensível na comunicação. *Revista Comunicação Midiática*, 11(1), 17-28.
- Silva, G. B. G., & Teodoro, M. C. M. (2021). Globalização – sob uma perspectiva decolonial – e consumismo: impactos nas relações de trabalho. *Direitos Democráticos & Estado Moderno*, (2), 196-215. <https://doi.org/10.23925/ddem.v0i2.50052>
- Sitter, K. C., & Curnew, A. H. (2016). The application of social media in social work community practice. *Journal Social Work Education*, 35(3), 271-283. <https://doi.org/10.1080/02615479.2015.1131257>
- Velasco, A. D. A. B., & Oliveira, M. C. L. (2016). Sorria: Você está sendo filmado. A espetacularização da prática policial e o trabalho de limpeza moral. *Gragoatá*, 21(40), 380-398. <https://doi.org/10.22409/gragoata.v21i40.33389>
- Yusof, Y., Syed-Ahmad, S. F., Mainal, A., & Murphy, J. (2020). A YouTube analysis of Muslim scholar reactions to Trump’s electoral outcome: Social work implications. *Journal of Religion & Spirituality in Social Work: Social Thought*, 39(1), 1-26. <https://doi.org/10.1080/15426432.2019.1650690>

# Marielle Gigante: A Narrativa de um Crime Político no *Jornal Nacional* da TV Globo

## Lise Chiara

Doutoranda em Mídia e Cotidiano na Universidade Federal Fluminense (UFF), mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Professora substituta na Faculdade de Comunicação Social da mesma instituição.

E-mail: lisechiara6@gmail.com

## Marcelo Kischinhevsky

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), onde dirige o Núcleo de Rádio e TV. Doutor em Comunicação e Cultura pela mesma instituição e bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

E-mail: marcelok@forum.ufrj.br

**Resumo:** Este artigo busca realizar uma análise televisual da narrativa do assassinato da vereadora carioca Marielle Franco, tomando como corpus 15 edições do telejornal líder de audiência no país, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, no mês de março de 2018. No percurso narrativo, o telejornal construiu a imagem de uma “Marielle gigante”, transformando a vereadora em uma heroína e distanciando-a do mundo real. Constatou-se que a construção narrativa do acontecimento teve a dupla função de estreitar vínculos com parcelas da audiência e de resgatar o papel de mediação do telejornalismo. Contudo, até a data da morte, a emissora não havia concedido espaço para a vereadora e sua atuação política no Rio, assim como reproduziu o silenciamento de sujeitos defendidos pela parlamentar.

**Palavras-chave:** telejornalismo, narrativa, análise televisual, *Jornal Nacional*, Marielle Franco.

## **Marielle Gigante: La Narrativa de un Crimen Político en el *Jornal Nacional* de TV Globo**

**Resumen:** Este artículo busca realizar un análisis televisual de la narrativa del asesinato de la concejala de Río de Janeiro Marielle Franco, tomando como corpus 15 ediciones del principal noticiero de televisión en el país, el *Jornal Nacional*, de Rede Globo de Televisão, en el mes de marzo de 2018. En la narrativa, se construyó la imagen de una “Marielle gigante”, transformando a la concejala en una heroína y alejándola del mundo real. Se descubrió que la construcción narrativa del evento tenía la doble función de fortalecer los lazos con la audiencia y de rescatar el papel de mediación del periodismo televisivo. Sin embargo, hasta la fecha de su muerte, la emisora no había dado espacio a la concejala y sus actividades políticas en Río, así como reproducía el silenciamiento de temas defendidos por la parlamentaria.

**Palabras clave:** teleperiodismo, narrativa, análisis televisual, *Jornal Nacional*, Marielle Franco.

## **Giant Marielle: The Narrative of a Political Crime in TV Globo's *Jornal Nacional***

**Abstract:** This article seeks to perform a televisual analysis of the narrative of the murder of Rio councillor Marielle Franco, taking as corpus 15 issues of the leading television news program in the country, the *Jornal Nacional*, of Rede Globo de Televisão, in March 2018. Along the way, the news program built the image of a “giant Marielle”, transforming the councilwoman into a heroine and distancing her from the real world. It found that the narrative construction of the event had the dual function of strengthening ties with audience shares and rescuing the mediation role of television journalism. However, until the date of her death, the station had not given space to the councillor and her political activities in Rio, and reproduced the silencing of subjects defended by the parliamentarian.

**Keywords:** telejournalism, narrative, televisual analysis, *Jornal Nacional*, Marielle Franco.

O horário nobre já havia passado quando a notícia do assassinato da quinta vereadora mais votada nas eleições municipais de 2016 no Rio de Janeiro chegou às redações da mídia de referência. Negra, declaradamente homossexual, nascida e criada no complexo de favelas da Maré, Marielle Franco havia sido morta a tiros numa emboscada quando passava de carro pelo Estácio, bairro central do Rio, na noite do dia 14 de março de 2018. No ataque, seu motorista, Anderson Pedro Gomes, também morreu baleado.

Imediatamente, a repercussão do crime, considerado político pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Rio, tomou o noticiário e as mídias sociais, que operam nos últimos anos como uma segunda tela. Às 23h50, pouco mais de duas horas após o assassinato, o Twitter já registrava 590 mensagens por minuto sobre o assunto. Na manhã seguinte, alcançou os *trending topics* (lista dos temas mais comentados) no Brasil. Segundo levantamento realizado pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV Dapp) (“Morte de Marielle Franco...”, 2018), o crime foi objeto de 1,16 milhão de menções no Twitter entre às 22h de 14 de março e às 16h de 16 de março.

No mesmo período, houve significativo engajamento nas postagens sobre o caso também no Facebook. O levantamento da FGV Dapp (“No Facebook...”, 2018) registrou 427,1 mil reações a 816 postagens em páginas de veículos de imprensa, perfis institucionais e de figuras públicas. As redes sociais serviram de espaço para mobilização e convocação de vigílias e manifestações, realizadas em diferentes cidades do país. As hashtags sobre Marielle Franco organizaram as interações nas mídias sociais e, em meio à forte circulação das chamadas fake news, estabeleceu-se uma disputa discursiva em torno do crime e da própria trajetória da vereadora.

O assassinato tornou-se um acontecimento midiático de repercussão internacional, pivô de uma disputa entre narrativas, contrapondo parcela significativa do jornalismo profissional às mídias sociais, em que circularam campanhas de desinformação visando difamar a vereadora e seu trabalho.

Marielle Franco, eleita pelo Partido Socialismo e Liberdade (Psol), era socióloga, com mestrado em Administração Pública. Em sua trajetória política, esteve à frente de lutas contra o preconceito de gênero, contra o racismo, a violência policial e a atuação de milícias. Mas sua principal bandeira era a defesa dos direitos humanos, militância iniciada após ingressar no pré-vestibular comunitário e perder uma amiga, vítima de bala perdida, num tiroteio entre policiais e traficantes no Complexo da Maré, um dos maiores conjuntos de favelas da América Latina. Na Câmara de Vereadores, Marielle era relatora da comissão especial criada para acompanhar as operações da intervenção militar na segurança pública do Rio de Janeiro, decretada pelo então presidente Michel Temer, logo após o carnaval, em 16 de fevereiro de 2018. A intervenção federal vinha sendo um dos principais alvos de suas críticas em pronunciamentos políticos.

A pergunta “quem matou Marielle Franco?” – depois adaptada para “quem mandou matar?”, com a prisão de dois suspeitos – tornou-se onipresente na mídia de referência e nas redes online. Quatro anos depois, as perguntas ainda ressoam nas mídias sociais, embora o assassinato, enquanto acontecimento jornalístico, tenha desaparecido dos telejornais, retornando às manchetes apenas ocasionalmente.

Advoga-se neste artigo que, apesar do forte fluxo de informações circulando nas mídias sociais, o telejornalismo desempenhou papel central na construção narrativa do acontecimento, reverberando-o em diversas instâncias políticas, agenciando a indignação de parcelas significativas da audiência e buscando sancionar narrativas em torno do crime, associado à ação de milícias no Rio. Para tanto, recorreremos à metodologia de análise televisual de Beatriz Becker (2012) para desenvolver uma leitura crítica da narrativa construída para o caso no telejornal de maior audiência no Brasil: o *Jornal Nacional (JN)*, da Rede Globo de Televisão.

Apesar da multiplicidade de telas em dispositivos digitais e do crescimento da oferta de conteúdo via internet, a televisão ainda mantém centralidade como fonte de informação no Brasil. Segundo o anuário *Mídia Dados 2019* (Grupo de Mídia

São Paulo, 2019), que traça um panorama dos meios de comunicação, a TV alcança 88% da população do país em um período de 30 dias, enquanto a penetração das mídias sociais chega a 83%.

Nesse contexto, o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, destaca-se como o mais importante produto informativo das emissoras de canal aberto. Entre os dias 12 e 18 de março de 2018, semana em que ocorreu o assassinato da vereadora, o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) (<https://bit.ly/3kKixjF>) registrou que o telejornal foi o segundo programa mais assistido em 15 capitais brasileiras, ficando atrás apenas da telenovela exibida na faixa de 21h pela mesma emissora. O *JN* alcançou média de 31,4 pontos de audiência. Ainda de acordo com o Ibope, cada ponto de audiência no ano de 2018 equivalia a 248.647 domicílios e 693.786 pessoas. Ou seja, em apenas uma noite, a notícia do assassinato de Marielle Franco veiculada pelo telejornal da Rede Globo chegou a 21,8 milhões de brasileiros. Assistir ao *JN*, portanto, permanece como uma prática diária de consumo midiático para parcela significativa dos brasileiros.

Embora tenhamos clareza de que o telespectador não é um receptor passivo diante das mensagens transmitidas pelas emissoras de TV, compreendemos que o telejornal funciona como um guia de referência para os principais acontecimentos do país e do mundo, além de contribuir para a produção de sentidos. François Jost (2009) sustenta que a audiência tem certa expectativa quanto à verdade dos fatos apresentados na tela, esperando que a televisão fale sobre o mundo em que ela vive.

Por isso, indagamos: como o *JN* narrou o assassinato da vereadora Marielle Franco? De antemão, observamos que o noticioso exibiu uma extensa cobertura sobre o fato, que ganhou destaque na hierarquização das notícias se comparado a outros acontecimentos da época.

Trabalhos acadêmicos anteriores abordaram a cobertura da morte de Marielle Franco no *Jornal Nacional* com enfoque na representação do negro (Oliveira, 2018), na representação social de gênero (Coutinho & Marino, 2019) ou no impacto gerado na agenda pública (Santos & Bandeira, 2019). A produção de sentidos em torno da parlamentar foi discutida em uma análise cultural comparativa do *Jornal Nacional* e do *Fantástico* (Bertoni, 2018). A proposta deste artigo, no entanto, tem escopo distinto, buscando compreender as estratégias enunciativas utilizadas pelo telejornalismo para construção da imagem de uma representante de minorias sociais.

Torna-se pertinente ainda considerarmos o momento histórico, além dos aspectos políticos e culturais em torno do crime, visto que condicionam o tratamento da notícia e a construção da narrativa. O assassinato aconteceu em um período de intensa polarização política da sociedade. A vereadora era uma representante de minorias sociais e lutava por transformação social e igualdade de direitos, enquanto o jornalismo profissional tende a funcionar como instância legitimadora do *status quo*. Para Berger e Luckmann (2012), o mundo institucional exige legitimação e a imprensa cumpre esse papel, explicando-o e justificando-o. Paralelamente, a internet avança em sua penetração na sociedade. Os usos e as apropriações das mídias sociais, vistas como uma segunda tela, transformam-nas em campo de batalha na produção de sentidos.

Contudo, este estudo – parte de pesquisa mais ampla realizada em nível de mestrado pela primeira autora, sob orientação do segundo autor – não tem a intenção de se inserir no debate sobre a suposta perda de credibilidade do jornalismo profissional, nem identificar os efeitos das mensagens no campo da recepção de telejornais. O objetivo é entender o modo como a narrativa do crime foi construída no *Jornal Nacional*, incluindo sua estrutura, formas de enunciação e, principalmente, as articulações entre os diversos elementos audiovisuais na produção de sentidos, visto que o telejornal opera com linguagem verbal e não-verbal.

### **O Texto do Telejornal**

Os estudos sobre televisão revelam que, além dos aspectos tecnológicos, este meio de comunicação configura-se como uma atividade cultural. Para Raymond Williams (2016), a televisão tanto incorpora aspectos culturais já existentes como também é capaz de conformar novas referências culturais. Contudo, o pesquisador inglês tratou

a inter-relação entre os produtos exibidos pela TV como um processo de sustentação do próprio meio (Fechine, 2013). A grade de programação seria planejada para atrair audiência, constituindo-se de uma série de programas transmitidos em sequência. Por sua vez, cada programa estimula o telespectador a assistir ao próximo da sequência, em um ciclo contínuo que tende a sustentar a audiência em toda a programação, como um feedback. “O que está sendo exibido não é, nos antigos termos, uma programação de unidades separadas com inserções específicas, mas um *fluxo planejado* [ênfase adicionada]” (Williams, 2016, p. 100).

Os programas televisivos funcionariam, assim, como unidades articuladas atuando em conjunto. Becker (2019) destaca, entretanto, que a televisão se expandiu para outras plataformas, fazendo que a ideia do fluxo contínuo se tornasse obsoleta. Acrescentamos ainda que os programas televisivos são integrantes de um contexto cultural, apresentam tipos textuais e gêneros distintos, o que permite a cada um deles ter o próprio modo de se comunicar com a audiência, e por isso podem ser analisados separadamente (Machado, 2003).

Compreendemos por gênero o conjunto de agentes que organizam e padronizam os enunciados em determinada esfera de comunicação. Os gêneros discursivos assumem, assim, um princípio normativo do uso da linguagem. Porém, são categorias flexíveis, mutáveis e heterogêneas, assim como a própria atividade humana (Machado, 2003).

Cabe ressaltar ainda o caráter dialógico, visto que os gêneros discursivos pressupõem interação entre emissor e receptor, ambos com o poder de atribuir significados aos enunciados (Bakhtin, 1997). O discurso é, portanto, construído para um interlocutor. No âmbito da televisão, os gêneros podem ser compreendidos como “modos de trabalhar a matéria televisual” (Machado, 2003, p. 70). Esses modos determinam os tipos de enunciados, permitindo ao telespectador identificar as categorias em que se insere cada programa.

Desta forma, entendemos que o telejornal se estabelece como um gênero discursivo, pois é um modo de operar os elementos audiovisuais, construindo um discurso com palavras, imagens e sons. Também assume caráter dialógico ao falar para uma audiência, além de apresentar tipos de enunciados específicos que são reconhecidos por grande parte dessa mesma audiência. A partir de critérios defendidos por François Jost para classificar os tipos de enunciados na televisão, Yvana Fechine (2013) entende que o telejornal recorre a um modo de enunciação *autentificante*, cujo objeto representado pode ser verificado no mundo real, ou seja, o telejornal apresenta um discurso que afirma constantemente sua verossimilhança e busca se apresentar como uma representação fiel da realidade.

No gênero discursivo do telejornal, a tipologia textual predominante é a narrativa. No entanto, esta não é construída só com palavras: abrange uma variedade de enunciações verbais e não verbais. Desta maneira, podemos entender que o telejornal apresenta um grande texto audiovisual, em que a imagem está inclusa e deve ser compreendida como elemento da mensagem.

Ao contrário da linguagem verbal, as imagens não podem ser classificadas num dicionário. São constituídas como os comportamentos, as atitudes, e os gestos de certa fluidez, formas, cores e enquadramentos, o que as torna difíceis de descrever e interpretar. (Becker, 2012, p. 239)

Becker (2012) ressalta ainda que uma leitura crítica da complexidade do grande texto audiovisual abrange também o contexto em que ele é produzido. Nesse sentido, que grande narrativa foi construída pelo telejornalismo em torno do assassinato da vereadora Marielle Franco, em um contexto de polarização da sociedade brasileira?

### **A Narrativa do *Jornal Nacional* sobre a Morte de Marielle Franco**

Para examinar a narrativa do telejornal e suas enunciações em torno da execução da vereadora Marielle Franco, adotamos a metodologia de Análise Televisual (AT), proposta por Becker como forma de leitura crítica de conteúdos noticiosos que utilizam a linguagem audiovisual.

Estudar a linguagem televisiva significa analisar o modo como a televisão produz sentidos combinando imagens, palavras e outros elementos da narrativa audiovisual, assim como as regras estabelecidas no texto para as relações entre produtores e receptores. (Becker, 2012, p. 242)

O método indica as etapas de pesquisa e procedimentos que devem ser seguidos para levantar dados e desvelar o processo de construção de sentidos – ao menos como planejado na esfera da produção. As etapas da AT equivalem à descrição, à análise e à interpretação das enunciações do grande texto audiovisual. A segunda fase, da análise propriamente dita, abrange levantamento de caráter quantitativo, com seis categorias básicas (estrutura do texto, temática, enunciadores, visualidade, som e edição), e qualitativa, com três princípios de enunciação (fragmentação, dramatização e definição de identidades e valores). A seguir, apontamos o que foi encontrado a partir da aplicação da metodologia proposta.

### **Descrição do Objeto**

Acompanhamos todas as 15 edições do *Jornal Nacional* que foram ao ar em março de 2018, a partir do dia seguinte ao assassinato da vereadora Marielle Franco. A íntegra dos telejornais, exibidos na Rede Globo de Televisão, está disponível no site Globoplay.

Transmitido de segunda a sábado há cinco décadas, o *JN* é o principal telejornal brasileiro. No site Memória Globo, o programa é descrito da seguinte forma:

*O Jornal Nacional* é o principal telejornal em rede da Globo. Tem cerca de 45 minutos de duração e faz a cobertura completa das principais notícias no Brasil e no mundo. Pautado pela credibilidade, isenção e ética, e apresentado por William Bonner e Renata Vasconcellos, o *JN* é líder de audiência no horário nobre. Criado em 1º de setembro de 1969, tornou-se o primeiro telejornal do país a ser transmitido em rede nacional. (“História”, 2022)

Observamos que a descrição acima revela três compromissos subjetivos do programa: credibilidade, isenção e ética. A página sobre os princípios editoriais do jornalismo do Grupo Globo acrescenta que “. . . defenderá intransigentemente o respeito a valores sem os quais uma sociedade não pode se desenvolver plenamente: a democracia, as liberdades individuais, a livre iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a preservação da natureza” (“Princípios Editoriais...”, 2011).

Apesar de tais valores na linha editorial, o *Jornal Nacional* adotou em sua história uma posição conservadora para preservar as relações de poder. Pressionado pela opinião pública, apresentou, em agosto de 2013, o reconhecimento do Grupo Globo de que errou ao apoiar o golpe militar de 1964. No entanto, esteve atrelado a governos subsequentes.

Além disso, o *JN* não havia exibido, até a execução de Marielle Franco, qualquer entrevista, reportagem ou imagem da vereadora que defendia os direitos humanos. Por isso, o telejornal precisou recorrer a vídeos amadores e imagens cedidas por terceiros para atuar na cobertura do assassinato.

### **Análise Televisual: Uma Leitura Crítica do Telejornal**

A metodologia utilizada aponta os elementos do audiovisual a serem examinados em seis categorias básicas e três princípios enunciativos, que aplicamos às edições do *Jornal Nacional* compreendidas entre os dias 15 e 31 de março de 2018, destacando aqui os principais aspectos quantitativos e qualitativos encontrados no percurso metodológico.

#### **Estrutura do Texto**

Na primeira fase da análise, examinamos o modo como o *Jornal Nacional* se apresentou, a formatação das notícias, a organização dos conteúdos, a divisão em blocos e a duração, levando em consideração o tema da morte de Marielle Franco.

Nos 15 dias que acompanhamos, o telejornal apresentou a seguinte divisão: escalada com as manchetes dos principais assuntos de cada edição, seguida de três a cinco blocos, os dois primeiros compostos pelas principais notícias anunciadas na escalada, e o encerramento, com a trilha sonora tema do produto. O assassinato da vereadora e seus desdobramentos ocuparam duas escaladas inteiras e foram citados em outras sete, ou seja, foram manchete de nove edições, mais da metade do total analisado. O mesmo destaque foi observado na organização dos conteúdos nos blocos. O crime foi noticiado por 11 dias nos blocos de maior relevância (73% do total examinado), sendo sete vezes no primeiro bloco e quatro no segundo.

Quanto aos formatos das notícias, observamos reportagens extensas com detalhes dos fatos, notas cobertas mais curtas (em que a notícia é lida pelos apresentadores enquanto as imagens são exibidas), notas secas (notícias sem imagens lidas pelos apresentadores), entrevista, sonoras (só um trecho de uma entrevista editada) e entradas ao vivo de repórteres. A morte de Marielle Franco foi assunto de 29 reportagens e citada em outras duas. O telejornal também tratou do acontecimento em três entradas ao vivo, uma nota coberta e sete notas secas.

O tempo de produção do programa variou entre 34 e 58 minutos durante o período deste estudo. As primeiras edições logo após o assassinato da vereadora foram praticamente temáticas. No dia 15, o crime em questão ocupou 75% do tempo total de produção e, no dia seguinte, 60,2%. Destacamos ainda outras três edições: no dia 17, o noticioso dedicou 33,6% do tempo às informações sobre o assassinato; no dia 19, 46,7%; e, no dia 20, 41,8%.

### **Temática**

Relacionamos os conteúdos privilegiados, identificando as editorias que mais se destacaram no telejornal no período do estudo. Como nosso interesse é o tratamento da notícia sobre a execução de Marielle Franco, deixamos estrategicamente este tema fora das editorias, listando-o separadamente. Com isso, percebemos que esta notícia foi o segundo tema mais presente no *JN*. O assunto foi tratado em 21% do tempo total das edições, ficando pouco atrás da editoria de política, que teve 23,4%, e à frente da editoria internacional, com 8%, e de polícia, com 6,9%. Apenas a edição do dia 31 de março não exibiu notícia relacionada à morte da vereadora. Diante do contexto histórico, também separamos, a título de comparação, as notícias sobre a intervenção federal militar no Rio de Janeiro, apresentadas em apenas 2,2% do tempo de produção total das 15 edições, ficando atrás de previsão do tempo, esportes e meio ambiente. Outros temas como cultura, serviço, saúde, desastres naturais, eleições, cidades, religião, economia e educação também foram tratados pelo telejornal, no entanto, não tiveram mais de 2% cada um.

Os resultados quantitativos da aplicação das categorias estrutura de texto e temática reforçam a percepção de que o *Jornal Nacional* deu significativa ênfase à cobertura jornalística da morte de Marielle Franco, tanto na seleção quanto na hierarquização das notícias.

### **Enunciadores**

Identificamos nesta terceira categoria as diferentes vozes presentes e ausentes na narrativa. Consideramos também a forma como os apresentadores e repórteres expuseram o texto. Em todas as edições em que a execução da vereadora foi notícia, os apresentadores leram os textos diante da câmera, com entonação de voz e fisionomia que expressavam seriedade e consternação. Os repórteres também mantiveram postura clássica diante das câmeras. O enquadramento usado na maioria das “passagens” (quando o repórter aparece falando no vídeo) foi o plano americano, mais tradicional, que mostra a imagem dos jornalistas da cintura para cima. A exceção foi o repórter Danilo Vieira, que apareceu sentado nos degraus do Palácio Pedro Ernesto, sede da Câmara Municipal, e caminhou em direção ao cinegrafista, em uma reportagem de 16 de março de 2018. Neste caso específico, o repórter adotou uma postura menos conservadora para apresentar um texto diferenciado, com certa licença poética.

Com relação aos atores sociais, percebemos que o telejornal ouviu 27 autoridades, nove representantes de entidades da sociedade civil, como a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e a Associação dos Magistrados, além de cinco artistas e intelectuais que comentaram o crime e a relevância das atividades da vereadora. Ao todo, foram 41 entrevistados que já costumam ser fontes dos meios de comunicação. Em menor número, o *JN* ouviu os relatos de outros 14 entrevistados, que eram parentes das duas vítimas, amigos e moradores do Complexo da Maré. Mais seis pessoas, selecionadas nas ruas para as entrevistas no estilo “povo-fala”, também participaram da narrativa. Como Marielle Franco se descrevia nas mídias sociais como “mulher, negra e cria da Maré”, além de se assumir publicamente como homossexual, buscamos as vozes destas minorias sociais nas reportagens exibidas. Entre as vozes acionadas pelo *JN*, encontramos 33 homens, 19 mulheres, sendo uma delas a companheira da vereadora, e uma pessoa trans. Também no total dos entrevistados, foram 41 brancos e 10 negros.

Constatamos, assim, que o *Jornal Nacional* abriu espaço para vozes frequentemente ausentes na mídia. Porém, tais falas estavam longe de uma representação proporcional. Nem mesmo quando a cobertura jornalística se referia a uma representante de minorias sociais, essas vozes prevaleceram na narrativa do telejornal.

Note-se ainda a ínfima participação de vozes populares no telejornal, coincidindo com resultados de pesquisas em outros meios, como a de Luã Chagas (2019), que constatou a ausência de fontes populares nos principais radiojornais do país – exceto quando a pauta se voltava para trânsito ou violência urbana.

### **Visualidade**

Consideramos a maneira como cenários e recursos visuais foram construídos, assim como as imagens usadas para contar a história. As reportagens foram anunciadas em estúdio, onde os apresentadores tinham, ao fundo do cenário, a projeção de fotografias das duas vítimas, fazendo que o telespectador identificasse de imediato o tema tratado, antes mesmo do início da leitura da notícia (Figura 1).



Figura 1: Bancada do *JN* com projeção de imagens das vítimas ao fundo (19/03/2018)

Verificamos também que o *Jornal Nacional* não utilizou imagens gravadas pelos profissionais da emissora para mostrar Marielle Franco. O telejornal recorreu a vídeos do acervo pessoal da própria vereadora, imagens cedidas pela TV Rio Câmara e fotografias. O trabalho dos repórteres-cinematográficos da emissora foi exibido nas reportagens e entradas ao vivo sobre as investigações policiais e as manifestações populares, incluindo imagens aéreas feitas por câmera acoplada a helicóptero.

Para compor a narrativa do crime, o telejornal utilizou ainda imagens captadas por celulares, vídeos de câmeras de segurança e de monitoramento de trânsito, imagens de arquivo, artes no estilo storyboard em simulações da sequência de eventos e recursos gráficos feitos em computador, além da reprodução de documentos. Observamos a frequência de *fade em black* (tela preta) na montagem das reportagens por apenas algumas frações de segundo no corte de uma imagem para outra. Ainda que praticamente imperceptível para o grande público, tal recurso visual imprimiu dramaticidade à narrativa.

O telejornal também recorreu à internet e às redes sociais, exibindo transcrições de postagens e textos de sites, mapas computadorizados com a base do Google Earth e

hashtags publicadas em mídias sociais. Uma das reportagens chegou a apresentar uma hashtag sobreposta a uma imagem (Figura 2) na edição de 15 de março de 2018, associada ao texto verbal “O Complexo da Maré, onde Marielle nasceu e foi criada, estava de luto”.



Figura 2: Panorâmica do Complexo da Maré com sobreposição de hashtag (JN – 15/03/2018)

A apropriação de elementos da linguagem da internet nas imagens indica interação do telejornal com as mídias sociais. Bruns (2011) defende que, na contemporaneidade, o jornalismo deve buscar nas plataformas digitais subsídios para a produção de notícias que mereçam destaque. Tal aspecto evidencia que o *Jornal Nacional* estava atento ao comportamento da sociedade, que se manifestou nas ruas e nas redes sociais online.

### Som

Nesta categoria, relacionamos os elementos sonoros que participaram da construção de sentidos do grande texto audiovisual, incluindo sons ambientes, palavras, ruídos, trilha sonora e até o silêncio. O encerramento da primeira edição após o crime foi em silêncio, sem a tradicional trilha sonora tema do *Jornal Nacional*, o que demonstrou respeito às vítimas. O silêncio também foi um recurso usado no fim de algumas reportagens.

O sobe som de manifestantes gritando palavras de ordem como “Marielle, presente” e de aplausos reforçou a ideia de homenagem à vereadora. Já os sobe sons de um padre rezando no cemitério em reportagem do dia 15 de março e rajadas de tiros associadas à imagem de uma submetralhadora na edição de 19 de março ano enfatizaram a violência e o inesperado da morte. Aumentando ainda mais o tom dramático da narrativa, reportagens exibiram uma música sobre tristeza entoada pelo cantor Caetano Veloso e poemas recitados pelo pai de Marielle e por uma amiga escritora.

### Edição

Descortinamos as montagens do conteúdo audiovisual para compreender como as combinações entre o texto verbal e a imagem foram acionadas para produzir sentidos.

A primeira edição do *Jornal Nacional* após o crime apresentou a repercussão da morte da defensora dos direitos humanos. A notícia de abertura no primeiro bloco destacou a mobilização popular. O jornalista William Bonner leu a notícia diante das câmeras: “Ao longo de toda essa quinta-feira, 15 de março, os brasileiros foram tomados por um sentimento de indignação de tal ordem que, no fim do dia, milhares de pessoas estavam nas ruas para deixar muito claro: os cidadãos de bem deste país exigem a investigação rápida e a punição exemplar dos assassinos”. Desta forma, o telejornal busca se posicionar, alinhando-se a parcela expressiva da opinião pública e, ao mesmo tempo, agenciar e capitalizar o sentimento de surpresa e indignação com o assassinato de uma jovem vereadora que nem sequer havia sido ameaçada de morte.

A combinação das imagens e palavras na montagem das reportagens salientou a deferência do *Jornal Nacional* à trajetória da parlamentar e o reconhecimento da gravidade do crime. Em 15 de março de 2018, a reportagem de Paulo Renato Soares valorizou a história da mulher que venceu na vida, exibindo as luzes da favela à distância: “Se a morte de Marielle teve a intenção de calar a mulher que *se fez ouvir além dos muros da favela* [ênfase adicionada], a partir de hoje a voz dela vai estar ainda mais presente” (Figura 3). Na mesma edição, a reportagem de Mônica Teixeira chegou a exagerar a capacidade de luta da vereadora, sem sequer mencioná-la diretamente, mas tendo sua imagem sorrindo ao fundo: “Uma voz contra *todo tipo de desigualdade e injustiça* [ênfase adicionada], calada violentamente” (Figura 4).



Figura 3: Repórter do JN na Maré (15/03/2018)



Figura 4: Marielle Franco (JN – 15/03/2018)

No dia seguinte, 16 de março, a reportagem de Danilo Vieira deu dimensão mais ampla ao caso, usando uma figura de linguagem no texto verbal (personificação) associada à imagem da bandeira nacional: “A democracia a meio mastro hoje veio pagar sua penitência” (Figura 5)



Figura 5: Bandeira nacional a meio mastro em sinal de luto na Câmara do Rio (JN – 16/03/2018)

Exercendo a função de mediação do jornalismo, o *Jornal Nacional* serviu de intermediário entre a audiência e o poder público, cobrando a elucidação do crime através da linguagem verbal e não verbal: “Em Buenos Aires, um dos cartazes em volta do obelisco perguntava: quem matou Marielle?” (Figura 6). Também criticou as falhas na gestão da segurança pública no estado do Rio de Janeiro, como na reportagem de Carlos de Lannoy, na mesma edição, com imagens de cápsulas de balas ao redor do carro onde as vítimas foram executadas e o seguinte texto verbal: “As cenas de um crime sempre deixam pistas pra investigação. Mas no Rio, na maioria das vezes, elas não levam a lugar nenhum” (Figura 7).

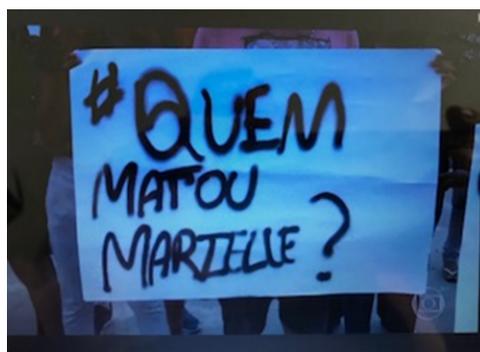


Figura 6: Cartaz (JN – 20/03/2018)



Figura 7: Cápsula de bala (JN – 16/03/2018)

Observamos que a cobrança pelo esclarecimento do assassinato se repetiu em praticamente todas as edições analisadas. O *Jornal Nacional* também reforçou o papel de mediador entre os fatos e a audiência ao exibir reportagens sobre as consequências de campanhas de difamação online que buscaram associar Marielle a um traficante carioca. Entre elas, a reportagem de Mônica Teixeira, em 19 de março: “Uma postagem que se multiplica pelas redes sociais na velocidade de um simples toque dos dedos. E cria uma onda de boatos, informações falsas e calúnias” (Figura 8).

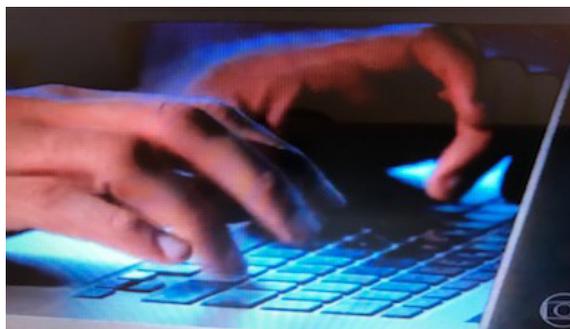


Figura 8: JN (19/03/2018)

Em contraponto às notícias falsas, as edições analisadas revelaram detalhes exclusivos do jornalismo da Rede Globo sobre o crime e as investigações policiais, como o depoimento da assessora de imprensa da vereadora, única sobrevivente do ataque, a informação de que a munição usada pelos atiradores foi desviada da Polícia Federal e imagens da perseguição ao carro das vítimas.

### **Fragmentação**

Observamos neste princípio de enunciação a sequência das notícias no espelho (roteiro) do telejornal, verificando de que forma a distribuição dos conteúdos interferiu no entendimento da complexidade da execução de uma defensora dos Direitos Humanos.

Percebemos que os textos verbais trataram o crime como um fato político, com a “intenção de calar a voz de Marielle” (reportagem de 15 de março de 2018). O depoimento do secretário de Segurança do Rio de Janeiro, general Richard Nunes, na reportagem de Lília Telles, em 29 de março de 2018, confirmou a hipótese de motivação política: “Não há dúvida de que a atuação política dela, o que ela representa politicamente, não só no momento, mas até no futuro o que ela poderia representar, indica que a gente deve ter um olhar mais apurado nessa direção, né? Então, isso é inegável”. No entanto, em 16 de março, reportagem de Mônica Teixeira na editoria de polícia apresentou a notícia do aumento de homicídios no Rio de Janeiro, fazendo um compilado de casos de violência e incluindo o assassinato da parlamentar. Além disso, o ordenamento do espelho das edições examinadas expôs em sequência a cobertura da morte de Marielle Franco e notícias da intervenção federal militar no estado ou de tiroteios. Portanto, apesar do tratamento da cobertura do crime como fato político na maior parte das edições, a fragmentação associou-o à temática da violência no Rio de Janeiro, dificultando a compreensão das questões relacionadas ao assassinato.

### **Dramatização**

Neste princípio enunciativo, verificamos os aspectos que aproximaram a narrativa ao texto da ficção, despertando emoções.

Imagens dos rostos de manifestantes chorando e se abraçando expressaram a tristeza provocada pelas mortes. Tal sentimento foi reforçado por textos verbais, como na reportagem de Danilo Vieira, em 16 de março: “Hoje à tarde, amigos e colegas dela se reuniram para um aperto de mão, um abraço forte, algumas palavras. Qualquer coisa capaz de oferecer algum conforto num momento agudo de tristeza” (Figura 9).



Figura 9: Populares se abraçam durante vigília (JN – 16/03/2018)

A mesma reportagem encerrou com um videoclipe de imagens cuidadosamente selecionadas, remetendo à linguagem poética das imagens, e caracteres do texto de poema recitado pela escritora Conceição Evaristo: “É no espaço de nossa dor que desenhamos a sua luz-mulher, Marielle Franco, as pontas de sua estrela enfeitarão os dias que ainda nos aguardam” (Figura 10).



Figura 10: Videoclipe com poema (JN – 16/03/2018)

Na mesma data, a transcrição de uma postagem de rede social voltou a apresentar a figura de linguagem da personificação, mais usada no gênero literário: “A Maré perdeu uma filha. O conjunto sangra [ênfase adicionada], com suas 16 favelas e seus 147 mil moradores” (Figura 11).

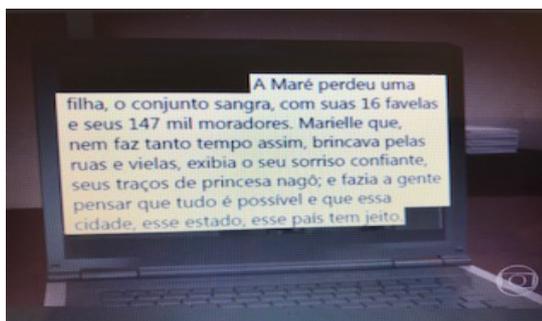


Figura 11: Arte com transcrição de postagem da internet (JN – 16/03/2018)

A aproximação ao discurso poético tanto no tratamento das imagens quanto na forma verbal incorpora ao grande texto do telejornal o caráter emocional das funções poética e emotiva da linguagem, aquelas centradas na elaboração cuidadosa da mensagem, buscando a expressão de sentimentos (Jakobson, 2010).

### **Definição de Identidades e Valores**

Buscamos as marcas enunciativas que indicaram os valores relacionados às notícias e o modo como os conflitos foram avaliados.

A composição dos elementos da narrativa audiovisual expressou a importância da elucidação do crime e cobrou das autoridades. Enumeramos os exemplos.

17 de março: “Quem teve a ousadia de calar Marielle Franco?”.

20 de março: “. . . até agora a polícia não apresentou nenhuma resposta sobre quem matou, quem mandou matar e quais foram os motivos”.

21 de março: “A família tem vivido dias de muita emoção e expectativa. Estão todos preocupados com os poucos resultados apresentados pela investigação até agora”.

22 de março: “São oito dias de dor, de cobranças, de espera por justiça”.

23 de março: “Quem matou, quem mandou matar e por que ela foi assassinada?”.

24 de março: “As famílias esperam que a polícia esclareça: quem são os assassinos, quem mandou matar e quais os motivos”.

26 de março: “E as principais perguntas sobre o crime estão sem resposta”.

27 de março: “Até agora a polícia do Rio não divulgou nenhuma informação sobre os responsáveis pelos assassinatos da vereadora”.

28 de março: “A polícia não dá qualquer declaração sobre o andamento das investigações”.

O *Jornal Nacional* ainda valorizou a história de superação da vereadora. Em 16 de março, o repórter Danilo Vieira apresentou texto verbal que associava a trajetória de Marielle Franco aos contos de ficção, enquanto a imagem mostrava, ao fundo, o Palácio Pedro Ernesto, onde uma faixa ostentava os dizeres “Marielle Gigante”: “A menina pobre que entrou no Palácio. Parece ficção, mas a verdade é que a menina pobre em questão entrou nesse Palácio não para viver uma fantasia, mas para exercer o seu mandato. Alguns podem dizer que agora essa história terminou. Mas há razões para acreditar que quando certos valores se espalham, quem lutava por eles não morre, apenas passa a existir de uma outra forma” (Figura 12).



Figura 12: Repórter em frente à Câmara Municipal com a faixa “Marielle Gigante” (JN – 16/03/2018)

### **Considerações Finais**

Nas edições do *Jornal Nacional* analisadas, os elementos de enunciação indicaram a atenção do programa ao comportamento da audiência diante do crime. O espaço de destaque ocupado pela cobertura do assassinato e o reconhecimento do trabalho da vereadora, percebidos durante as pesquisas quantitativa e qualitativa, podem ser atribuídos não apenas aos critérios de noticiabilidade do fato, mas principalmente à tentativa de aprofundamento do vínculo do telejornal com a audiência. Como o telejornalismo fala para um certo público, a audiência presumida

(Vizeu, 2005), entendemos que esse telespectador idealizado também orienta a seleção, a hierarquização e o tratamento das notícias. As diversas manifestações populares e a grande repercussão do crime nas mídias sociais, observadas no contexto em que a narrativa do *Jornal Nacional* foi produzida, evidenciaram o envolvimento da audiência com o fato.

Dessa forma, o telejornal manteve o “contrato de comunicação” com a audiência. Segundo Charaudeau (2006), os veículos de comunicação precisam ser capazes de preservar a credibilidade e, com isso, garantir a autorização do público para falar, ou melhor, garantir o direito de produzir sentidos. Assim, o telejornal assume um papel de defensor dos direitos humanos e da democracia, mantendo a cumplicidade com uma parcela significativa da audiência e funcionando como importante fonte de conhecimento do cotidiano. Portanto, a narrativa construída preserva o lugar de referência (Vizeu, 2009) da TV diante da atual diversidade de mídias.

Além desse aprofundamento do vínculo, constatamos que o *JN* buscou reforçar a função de mediação do telejornalismo ao refutar fake news de forma didática e ao tomar para si a intermediação com o poder público na cobrança pela elucidação do crime. A utilização de elementos da linguagem da internet nos enunciados estabeleceu ainda certa articulação entre TV e mídias sociais, uma relação de complementaridade, e não de antagonismo. A partir do contexto de uso das plataformas digitais como espaço de disputas argumentativas, o *Jornal Nacional* buscou também maior participação na produção de sentidos em torno da execução de uma defensora dos direitos humanos, construindo uma narrativa em que a motivação política para o crime prevaleceu.

Atenta às recentes transformações sociais, a narrativa do *JN* funcionou como um código negociado ao abandonar o discurso hegemônico dominante de exclusão e subalternidade das camadas populares e valorizar a mulher negra, homossexual, nascida na periferia, que chegou à Câmara Municipal com votação expressiva. É a jornada do herói, adotada na publicidade e na literatura: uma moradora da favela que enfrentou obstáculos e venceu na vida para cumprir uma missão social. Por meio das combinações entre imagens e palavras, as reportagens e transmissões ao vivo atribuíram sentido ao assassinato e à figura da vítima, concebendo uma representação simbólica da parlamentar carioca.

O telejornal, contudo, jamais dera espaço às lutas da vereadora antes de sua morte e nem sequer possuía imagens suas nos arquivos. O destaque dado a Marielle após o crime inseriu-se em uma estratégia de valorização, em que a vereadora foi apresentada como um símbolo, uma heroína capaz de combater “todo tipo de desigualdade e injustiça” e até mesmo de transcender à própria morte, “passando a existir de uma outra forma” como uma “Marielle Gigante” (Figura 13).



Figura 13: Fachada da Câmara Municipal do Rio de Janeiro (JN – 16/03/2018)

Na literatura, a criação discursiva do herói envolve atributos como a imortalidade e a superação de conflitos morais e éticos (Magalhães et al., 2007). Se analisarmos a figura do herói como produto cultural, presente no imaginário desde a Antiguidade, seja como deus ou mito, constatamos que ele é carregado de certa subjetividade, que o distancia do mundo real. A “Marielle Gigante” construída na narrativa do *Jornal Nacional* superou conflitos e transcendeu suas lutas cotidianas, imortalizando-se, como os heróis da literatura. Mas não é exemplo a ser seguido, pois, como heroína martirizada, deixou de habitar o mundo dos vivos.

Para quem permanece no mundo real, fora da grande narrativa consolidada no *JN*, ficou o recado de um morador da favela da Maré, em entrevista no telejornal de 15 de março: “. . . nós não somos ouvidos. Quando nós vamos ser ouvidos, calam as nossas bocas, calam as nossas vozes”. Uma referência à morte brutal da representante eleita para a Câmara Municipal, mas que também pode ser lida a partir do silenciamento e da sub-representação de fontes populares na cobertura telejornalística do caso.

## Referências

- Bakhtin, M. (1997). *Estética da criação verbal*. Martins Fontes.
- Becker, B. (2012). Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: Uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. *MATRIZES*, 5(2), 231-250. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p231-250>
- Becker, B. (2019). Análise televisual convergente: Um procedimento metodológico para leitura crítica dos processos comunicativos de telejornais e programas televisivos. *Galáxia*, (42), 69-81. <https://doi.org/10.1590/1982-25532019339781>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2012). *A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento*. Vozes.
- Bertoni, C. (2018). *Marielle Franco: Análise cultural da produção de sentido das reportagens do Jornal Nacional e Fantástico* [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal de Uberlândia]. Repositório institucional da UFU. <https://bit.ly/3Fu3ynu>
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: Novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 119-140. <https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.342>
- Chagas, L. J. V. (2019). *Entre fontes e jornalistas: A seleção das vozes na construção das notícias na BandNews e na CBN* [Tese de doutorado, Universidade do Estado do Rio de Janeiro]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Uerj. <https://bit.ly/3w6p3GU>
- Charaudeau, P. (2006). *Discurso das mídias*. Contexto.
- Coutinho, I., & Marino, C. (2019). Um oceano de silêncio: Análise das representações sociais de gênero no telejornalismo brasileiro. *Contracampo*, 28(2), 8-22. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v38i2.28446>
- Fechine, Y. (2013). Televisão, digitalização e produção de conteúdos: A importância dos gêneros. In L. Seixas & N. F. Pinheiro (Orgs.), *Gêneros: Um diálogo entre comunicação e linguística* (pp. 195-217). Insular.
- Grupo de Mídia São Paulo. (2019). *Mídia dados 2019*. <https://bit.ly/3w8NaEO>
- História. (2022). *Memória Globo*. <http://glo.bo/3sEJ4DB>
- Jakobson, R. (2010). *Linguística e comunicação*. Cultrix.
- Jost, F. (2009). O que significa falar de “realidade” para a televisão? In I. M. M. Gomes (Org.), *Televisão e realidade* (pp. 13-30). UFBA.
- Machado, A. (2003). *A televisão levada a sério*. Senac.
- Magalhães, H. G. D., Silva, L. H. O., & Batista, D. J. (2007). Do herói ficcional ao herói político. *Ciências & Cognição*, 12, 18-30.
- Morte de Marielle Franco mobiliza mais de 1,16 milhão de menções no Twitter, aponta levantamento da FGV DAPP. (2018). *FGV Dapp*. <https://bit.ly/3sirxAB>

No Facebook, 75% das reações à morte de Marielle Franco destacam luto. (2018). *FGV Dapp*. <https://bit.ly/3kJ3iHT>

Oliveira, W. J. *Análise do discurso do Jornal Nacional: Um estudo de caso de como o negro brasileiro é apresentado no telejornal* [Trabalho de Conclusão de Curso, Centro Universitário Tabosa de Almeida] Repositório institucional Unita. <https://bit.ly/3wcqzW>

Princípios editoriais do Grupo Globo. (2011). *G1*. <http://glo.bo/3ylGvKg>

Santos, M. S., & Bandeira, J. S. (2019, 29 e 30 de outubro). *Quem foi a Marielle Franco noticiada no Jornal Nacional? Uma análise da cobertura do telejornal sobre o assassinato da vereadora* [Apresentação de trabalho]. XI Encontro Internacional de Produção Científica, Maringá, PR, Brasil. <https://bit.ly/3FrqPXj>

Vizeu, A. (2005). *O lado oculto do telejornalismo*. Calandra.

Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Famecos*, 16(40), 77-83. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2009.40.6321>

Williams, R. (2016). *Televisão: Tecnologia e forma cultural*. Ed. PUC-Minas.

# Mediações na expressão e ressignificação das identidades polono-brasileiras

## Larissa Drabeski

Mestre e doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (PPGCOM-UFPR). Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com MBA em Administração e Marketing pela Uninter. E-mail: larissadrabeski@gmail.com

## Valquiria Michela John

Doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná e dos cursos de graduação do Decom/UFPR. Pesquisadora do grupo Nefics/UFPR/CNPq e da Rede Obitel Brasil/UFPR-Unisa. Bolsista PQ2 do CNPq. E-mail: vmichela@gmail.com

**Resumo:** Neste artigo discorremos sobre as mediações comunicativas envolvidas nos espaços de expressão e ressignificação da identidade étnica de integrantes de duas famílias descendentes de poloneses em São Mateus do Sul, município do estado do Paraná. Os dados apresentados são fruto de uma pesquisa de recepção que tinha o objetivo de compreender como os descendentes de imigrantes poloneses utilizam processos comunicativos – produzidos a partir da relação com a mídia ou de outros processos – na construção e ressignificação de suas identidades polono-brasileiras. Os dados obtidos no trabalho de campo foram analisados à luz dos conceitos de identidade, de Hall, e mediações comunicativas da cultura, de Martín-Barbero. O estudo evidenciou uma construção identitária que acontece principalmente por meio das relações familiares, da religião, do pertencimento à comunidade e da expressão da língua polonesa. Todos esses espaços são atravessados pelos usos sociais dos meios de comunicação, que também afetam a constituição das identidades dos sujeitos.

**Palavras-chave:** identidade, imigração polonesa, metodologia dos mundos possíveis, mediações comunicativas.

## Mediaciones en la expresión y resignificación de las identidades polaco-brasileñas

**Resumen:** En este artículo se discuten las mediaciones comunicativas involucradas en los espacios de expresión y resignificación de la identidad étnica de miembros de dos familias de ascendencia polaca en São Mateus do Sul, en el municipio de Paraná (Brasil). Los datos presentados son el resultado de la investigación de recepción cuyo objetivo fue comprender cómo los descendientes de inmigrantes polacos utilizan los procesos comunicativos, producidos a partir de la relación con los medios de comunicación o en otros procesos, en la construcción y resignificación de sus identidades polaco-brasileñas. Los datos obtenidos en el trabajo de campo se tensionan con los conceptos de identidad de Hall y con las mediaciones comunicativas de la cultura de Martín-Barbero. Este estudio evidenció una construcción identitaria que se da principalmente por las relaciones familiares, la religión, la pertenencia a la comunidad y la expresión del idioma polaco. Estos espacios están atravesados por los usos sociales de los medios, que también inciden en la constitución de identidades.

**Palabras clave:** identidad, inmigración polaca, metodología de mundos posibles, mediaciones comunicativas.

## Mediations in the expression and re-signification of Polish-Brazilian identities

**Abstract:** This paper discusses the communicative mediations involved in the expression and re-signification spaces of the ethnic identity of two individuals of Polish descent in São Mateus do Sul, state of Paraná. Data were collected by means of reception research that aimed to understand how the descendants of Polish immigrants use communicative processes – produced from the relationship with the media or other processes – in the construction and re-signification of their Polish-Brazilian identities. This data were confronted with the concepts of identity, by Hall, and communicative mediations of culture, by Martín-Barbero. The study highlights an identity construction that occurs mainly through family relations, religion, community belonging and use of the Polish language. All these spaces are crossed by social media use, which also affect the constitution of the subjects' identities.

**Keywords:** identity, Polish immigration, possible worlds methodology, communicative mediations.

## Introdução

No final do século XIX, uma leva de imigrantes poloneses chegava a São Mateus do Sul, município localizado no sudeste do Paraná. Esse período de migração da Polônia para a região Sul do Brasil foi tão intenso que ficou conhecido como *Gorqczka Brazylijska* – ou febre brasileira. Passados mais de cem anos desse período migratório, São Mateus do Sul ainda guarda traços marcantes da cultura polonesa, e os descendentes dos imigrantes mantêm uma identificação com a etnia de origem dos seus antepassados.

Os processos comunicativos envolvidos na construção dessa identidade cultural são o foco da pesquisa apresentada neste artigo, motivada pelo anseio de compreender como a identidade polono-brasileira é expressa e ressignificada, levando também em consideração como a relação dos sujeitos com os aparatos midiáticos se relaciona à sua formação identitária.

Essas inquietações levaram ao desenvolvimento de uma pesquisa de dissertação norteada pela seguinte pergunta: de que modo os processos comunicativos, especialmente os relacionados aos meios de comunicação, participam da construção da identidade polono-brasileira entre famílias descendentes de imigrantes em São Mateus do Sul? O objetivo geral foi compreender como os processos comunicativos – sejam eles produzidos a partir da relação com a mídia ou não – atravessam a construção e a ressignificação de suas identidades polono-brasileiras.

Com um arranjo multimetodológico, a pesquisa teve duas etapas de aproximação ao campo. Inicialmente, buscando conhecer os descendentes de poloneses em São Mateus do Sul, foram utilizados questionários e observação simples (Gil, 2008), associados ao diário de campo (Galindo Cáceres, 1997) e à fotoetnografia (Achutti, 1997). No segundo momento, a técnica principal utilizada foi a história de família (González, 1995; Jacks & Caparelli, 2006), desenvolvida com duas famílias polono-brasileiras residentes em São Mateus do Sul.

Ao relacionar questões de identidade e família, a problemática desenvolvida nesta pesquisa se insere num contexto mais amplo. O debate em torno da identidade faz parte de uma transformação social que vem do deslocamento das “estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social” (Hall, 2006, p. 7). A pesquisa cujos resultados são aqui apresentados tem ancoragem no conceito de identidade que destaca a fragmentação (Hall, 2006) e a mestiçagem que nos constitui enquanto sociedade (Martín-Barbero, 2015).

Nos próximos tópicos, revisitamos o conceito de identidade com considerações que dizem respeito ao grupo étnico dos poloneses. Na sequência, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados no desenvolvimento da pesquisa e são retomadas as mediações comunicativas da cultura propostas por Martín-Barbero (2015), que foram a base para analisar os dados obtidos durante a pesquisa de campo e compreender os processos comunicativos que despontam na construção dessa identidade.

Entre os achados da pesquisa que são apresentados, destacamos os processos comunicativos praticados por meio da religião, da família, da língua polonesa e da vivência em comunidade, que são espaços para expressão e ressignificação das identidades. Também atuando de forma imbricada e que perpassa todos esses espaços estão os meios de comunicação.

A partir dos conceitos de mediações de ritualidade, tecnicidade e socialidade (Martín-Barbero, 2015), apresentamos reflexões sobre como os usos sociais dos meios atravessam a construção da identidade étnica.

## Identidade Polono-Brasileira

Ao tratar da identidade étnica polonesa, é preciso considerar que os deslocamentos dos sujeitos do seu lugar no mundo social e cultural (Hall, 2006) sempre estiveram

presentes na história da nação polonesa, mesmo antes do processo migratório que trouxe uma leva de imigrantes ao Brasil. A instabilidade territorial e política do estado polonês, que esteve sob o domínio de potências estrangeiras por mais de cem anos, justamente no período em que se deu a migração para o Brasil, é um dos aspectos que aumenta a fragmentação de sua identidade. Ao mesmo tempo, esses mesmos fatores reforçaram outros movimentos de busca de fixação da identidade, como a luta pela reconquista da independência e a tentativa de manutenção da língua, da religião e outros aspectos culturais. Por sua vez, quando ocorreu a migração para o Brasil, o contato dos poloneses com os brasileiros reforçou questões de identidade relacionadas à diferença (Drabeski, 2019).

A relação com o outro – neste caso, com os brasileiros – foi essencial para estabelecer a posição de identidade do próprio grupo de imigrantes poloneses. “A identidade é, na verdade, relacional, e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades” (Woodward, 2000, p 14). Dizer “sou polonês” também implicava dizer “não sou brasileiro” e isso não quer dizer que os imigrantes poloneses e seus descendentes negassem – ou neguem ainda hoje – a nacionalidade e a identidade brasileiras, mas que para sua posição de sujeito, em dados momentos pode ser interessante reforçar a identidade polonesa, enquanto em outros, seu pertencimento à ideia da nação brasileira.

Olhar para esse contexto com a adoção de uma perspectiva teórica-metodológica que considera a fragmentação da identidade cultural, valorizando a hibridação e a mestiçagem, contribui para romper com visões essencialistas sobre etnia e identidade.

Pensando a partir da constituição da identidade étnica, a imigração e a adaptação dos poloneses em solo brasileiros levaram a um processo de identificação que pode ser organizado em três etapas, como apresenta Siuda-Ambroziak (2017). A primeira vai desde o momento da imigração massiva da febre brasileira até a política de nacionalização de Vargas:

O objetivo principal dos imigrantes poloneses naquela época era preservar a identidade polonesa da forma mais original possível por meio da “pureza de sangue”, da religião católica, do conhecimento da língua, das tradições polonesas, da culinária e até da arquitetura típica do país de origem, transmitindo-as intactas, sem modificações, às novas gerações. (Siuda-Ambroziak, 2017, p. 24)

Nesse período a floraram escolas, associações e capelas polonesas, servindo como ponto de referência e de encontro da comunidade. Já no processo de nacionalização houve o fechamento das escolas étnicas e os descendentes de imigrantes precisaram aprender a língua portuguesa como condição de subsistência, e os descendentes de poloneses passaram a se afastar das tradições e costumes e não os repassar às gerações seguintes. Esse período também foi marcado pelos processos de urbanização, modernização e industrialização.

Um novo marco nos processos identitários se deu com a escolha do papa polonês João Paulo II em 1978, caracterizando a terceira fase. Essa fase também é marcada pelas mudanças sociais, políticas e econômicas na Polônia, com sua redemocratização em 1989 e entrada na União Europeia em 2004. O relacionamento entre as autoridades polonesas e os descendentes de poloneses no Brasil se estreitou, levando ao surgimento de instituições que buscavam valorizar a presença polonesa (Siuda-Ambroziak, 2017).

A partir da pesquisa de campo, ficou evidenciado na trajetória das famílias pesquisadas aspectos que remetem às três fases da pesquisa, com ênfase na terceira, já que os sujeitos demonstram um movimento de busca pela expressão de sua identidade polono-brasileira, ainda que não seja a mesma de seus antepassados, já que ela é constantemente ressignificada.

### **Procedimentos Metodológicos**

O desenvolvimento da pesquisa se deu por meio de uma abordagem multimetodológica organizada em três etapas, seguindo a proposição da Metodologia dos Mundos Possíveis (Galindo Cáceres, 1997). A primeira etapa, *exploração*,

é quando o pesquisador configura o objeto a partir da experiência. Nesse momento inicial da pesquisa, a busca foi por conhecer características da população a ser investigada – tais como a relação com a religião, com a língua e com a cultura polonesa, além do consumo de meios de comunicação. Os dados obtidos nessa etapa contribuíram para o desenvolvimento da pesquisa, mas não serão apresentados neste artigo devido ao recorte adotado.

A segunda parte da pesquisa é a *descrição*, momento de observação e organização, que “requer a representação mais próxima possível da composição e organização da vida; cada detalhe é relevante, pois é relevante a identificação de constantes e generalidades” (Galindo Cáceres, 1997, p. 130, tradução nossa)<sup>1</sup>. Essa etapa foi realizada com a observação de três gerações de duas famílias de origem polonesa de São Mateus do Sul, as famílias Przybyszewski (também chamada família do Passo do Meio<sup>2</sup>, em referência à comunidade de origem) e Przyvitowski (também chamada de família da Colônia Iguazu<sup>3</sup>).

<sup>1</sup> Texto original: “requiere una representación lo más cercana posible a la composición y a la organización de la vida; todo detalle es relevante, como relevante es la identificación de las constantes y las generalidades”.

<sup>2</sup> Passo do Meio é o nome da comunidade no interior de São Mateus do Sul, além da presença de famílias de origem polonesa, a região foi marcada pela presença de tropeiros.

<sup>3</sup> Colônia Iguazu é uma das cinco colônias de imigrantes poloneses estabelecidas em São Mateus do Sul.

<sup>4</sup> A religiosidade já havia aparecido como característica importante desse grupo étnico em outras pesquisas sobre o tema, como no caso de Siuda-Ambroziak (2017).

A pesquisa de campo com as duas famílias durou da Páscoa de 2018 até o Natal do mesmo ano. Para observar a identidade étnica e os processos comunicativos nesse ambiente, inspirados no trabalho de Jacks e Capparelli (2006), associamos a história de família (González, 1995) – que permitiu conhecer os processos comunicativos e os traços de identidade em três gerações de cada família numa perspectiva diacrônica – às técnicas de inspiração etnográfica – para compreender como os fenômenos analisados se manifestam no cotidiano numa perspectiva sincrônica. Essas observações foram realizadas durante reuniões familiares organizadas por ocasião da Páscoa e do Natal, duas datas importantes na tradição católica e relevantes para essas famílias que mantêm uma característica marcante da etnia polonesa, a religiosidade<sup>4</sup>. Outro momento escolhido para observação foi durante os jogos da seleção polonesa ocorridos na Copa do Mundo de 2018 com a participação da seleção polonesa de futebol. O evento se mostrou um momento privilegiado para entender as formas como as identidades são expressas e ressignificadas no ambiente familiar e a partir da relação com a mídia.

Os relatos obtidos a partir das entrevistas com os sujeitos foram organizados em uma narrativa da história de família, segundo os passos recomendados por González (1995). A construção narrativa foi desenvolvida com base em um núcleo familiar de cada geração das duas famílias pesquisadas.

A última etapa de desenvolvimento da pesquisa, chamada *significação*, foi o momento de imersão do pesquisador em seu mundo interno para configuração dos sentidos produzidos durante as etapas anteriores (Galindo Cáceres, 1997). Nessa etapa, a análise do material foi executada com auxílio do software NVivo<sup>5</sup> para organização e codificação dos dados. Por fim, os resultados encontrados durante a pesquisa de campo foram analisados de acordo com o conceito de identidade, adotando a perspectiva das mediações comunicativas da cultura (Martín-Barbero, 2015). A visão barberiana da comunicação foi importante por favorecer a articulação entre comunicação e cultura, com a observação de mediações que despontaram durante a pesquisa de campo nas relações dos sujeitos com os meios de comunicação e dentro de outros processos comunicativos.

<sup>5</sup> O software (versão 11) foi utilizado para organizar a transcrição das entrevistas realizadas na pesquisa de campo.

O modelo adotado foi o segundo mapa proposto pelo autor (Martín-Barbero, 2015), também chamado mapa das mediações comunicativas da cultura (Figura 1), que se baseia num eixo sincrônico que engloba as Lógicas de Produção (LPs) e Competências de Recepção ou Consumo (CRs) e um eixo diacrônico que traz as Matrizes Culturais (MCs) e os Formatos Industriais (FIs). Das articulações entre esses eixos surgem quatro mediações: institucionalidade (que medeia a articulação entre MCs e LPs), tecnicidade (mediações entre FIs e LPs), socialidade ou sociabilidade (mediações que surgem entre as MCs e as CRs) e ritualidade (mediações entre FIs e CRs). O mapa traz ainda ao centro a tríade Comunicação, Política e Cultura, central em toda a proposição e que tem uma relação constituinte com todos os elementos.

Ainda que o mapa apresente a proposta de uma visão global da comunicação, há a possibilidade de observar apenas parte do processo. A depender da proposta de análise, Lopes (2018) afirma que é possível adotar o mapa em partes, recaindo em algumas

mediações. No desenvolvimento da pesquisa apresentada, o olhar sobre as relações investigadas recaiu sobre as mediações da tecnicidade, ritualidade e socialidade.



Figura 1: Segundo mapa metodológico das mediações

Nota: Lopes, 2018.

### Espaços de Construção e Expressão de Identidades Étnicas

Os dados obtidos na pesquisa de campo demonstraram vários processos do cotidiano dos sujeitos pesquisados por meio dos quais a identidade polono-brasileira é expressa e ressignificada. Os processos observados em campo apontam que a família, a religião, a comunidade e a língua polonesa se destacam como espaços de apropriações de sentidos que se relacionam à ressignificação da identidade cultural polono-brasileira (Figura 2).

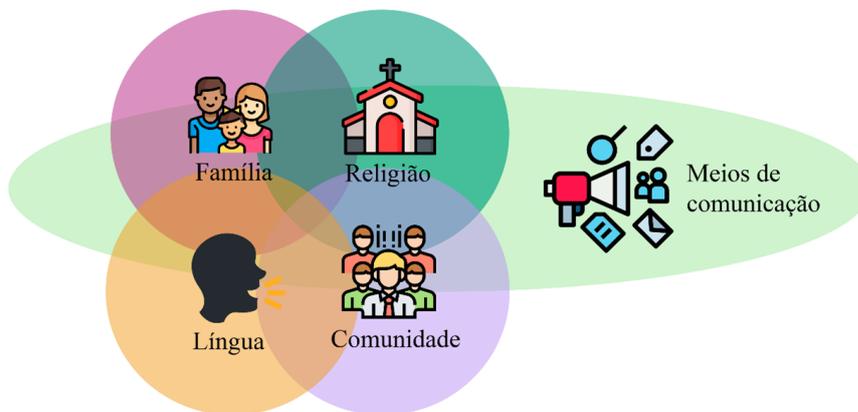


Figura 2: Espaços de ressignificação da identidade étnica

Nota: Elaborado pelos autores, 2019.

Cada um desses espaços dispõe uma circulação própria de sentidos e intersecções entre eles. Cada núcleo familiar tem lógicas próprias de funcionamento e a forma como a identidade é ressignificada também é diferente de uma família para outra. No entanto, a família não está fechada à sociedade, por isso, as relações familiares aparecem muito conectadas à religião, à comunidade e à língua polonesa. Além disso, os meios de comunicação têm presença marcante no cotidiano e permeiam boa parte das produções de sentido em família.

Com relação à língua polonesa, a pesquisa evidenciou que ela ainda é uma forma importante de identificação entre os polono-brasileiros. No entanto, são poucos os participantes da pesquisa que demonstram conhecimento para ler, escrever e falar polonês, a maioria conhece expressões cotidianas, músicas e orações que aprenderam em casa. Como a transmissão linguística se dá principalmente pela oralidade, a família, a religião e a comunidade têm grande relevância para que a língua polonesa ainda esteja presente nesse contexto.

Já a religião, em especial o rito católico, aparece muito relacionada à família como unidade básica de formação dos fiéis, atua no fortalecimento das relações comunitárias e mantém o contato com os fiéis polono-brasileiros por meio da língua polonesa. As comunidades em que se concentrou o estudo (Colônia Iguaçú e Passo do Meio) também têm forte presença das relações familiares e são espaços nos quais o ambiente religioso atua como ponto de encontro e de fortalecimento das noções comunitárias.

Atuando de forma integrada entre todos esses espaços e fora deles estão os meios de comunicação, conforme mostra a representação gráfica, que evidencia uma presença constante dos meios nos espaços de análise. As reflexões a partir das observações quanto ao atravessamento constante dos usos sociais dos meios na construção identitária são examinadas a seguir, a partir das mediações: ritualidade, tecnicidade e socialidade.

### *Ritualidade*

A forma como os usos dos meios, em seus formatos industriais, afeta o cotidiano dos integrantes da família e como isso imprime um ritmo próprio ao cotidiano remonta à mediação da *ritualidade*. Nessa mediação, que traz uma ancoragem na memória, a questão étnica e cultural pode ter papel tanto com relação aos usos sociais quanto às trajetórias de leitura, permeando os tempos e os espaços do cotidiano (Jacks, 2008).

A ritualidade aparece, por exemplo, nos relatos memoriais da primeira geração de ambas as famílias, nos quais é possível compreender como se dava o consumo do rádio e da TV quando chegaram às colônias e como levaram a novas organizações do cotidiano. Na comunidade de Passo do Meio, as famílias se reuniam em volta do rádio e o hábito de consumo era mais próximo à noção de assistir do que somente ouvir, já que eles paravam próximo ao aparelho para prestar atenção no que acontecia. Isso também atraía vizinhos para participar do evento:

Os primeiros contatos com o aparelho radiofônico foi quando eles tinham por volta de 12 anos, graças à Elvira, tia de Nena que tinha o aparelho em casa. Na casa dela se reuniam os vizinhos para escutar, ou talvez fosse melhor dizer “assistir ao rádio”, já que as crianças se sentavam o mais perto possível tentando enxergar de onde vinha o som das notícias e das radionovelas, que se misturavam ao chiado do rádio. Nena, que morava perto da tia, era ouvinte assídua. Antonio ia algumas vezes a cavalo participar daquele momento. Somente depois de casados que Antonio e Nena foram ter o rádio em sua casa. Isso porque Mariano, pai de Nena, não gostava da novidade e dizia que não era bom escutar aquilo. Mariano gostava mais de ler e recebia o jornal *Lud*, que era lido em voz alta para a família. (Drabeski, 2019, p. 112)

<sup>6</sup> Periódico brasileiro editado em língua polonesa e destinado à comunidade polono-brasileira. <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/jornal-escrito-em-polones-procura-leitores-9bxaz3wt7bahl2lgekeorxbgu/>

No final deste trecho, a referência ao jornal *Lud*<sup>6</sup>, que circulava entre a comunidade polono-brasileira, aparece com o registro do hábito do pai de ler o jornal em voz alta para o restante da família. Nesse aspecto, a ritualidade expressa pela leitura do jornal polonês para a família tem uma relação explícita com a expressão da identidade étnica.

Mais tarde, a televisão passou a fazer parte do cotidiano das famílias, momento em que a cultura de massa chegou com força e alterou a rotina desses sujeitos, que viviam até o momento de forma um tanto isolada nas comunidades com forte presença de descendentes de poloneses. Se nos primeiros anos da vida nas colônias em que se estabeleceram os imigrantes, a comunicação se dava exclusivamente nas relações interpessoais e nos contatos com os periódicos destinados à comunidade polono-brasileira (publicados, na sua primeira fase, em polonês), a geração que cresceu com a presença do rádio e da TV teve outra experiência de construção da identidade, mais próxima da cultura de massa brasileira.

O surgimento das novas tecnologias, como aponta Martín-Barbero (2015), provoca um questionamento das identidades culturais, sendo o primeiro aspecto:

... o desafio que se impõe às tentativas de fuga para o passado, à velha tentação idealista de postular uma identidade cujo sentido se acharia na origem ou, de todo modo, lá atrás, por debaixo, fora do processo e da dinâmica da história e da atualidade. (Martín-Barbero, 2015, p. 257)

O segundo aspecto diz respeito ao sentido que as tecnologias assumem, isto é:

... a reativação da lógica evolucionista que reduz, agora radicalmente e sem fissuras, o outro ao atrasado, que converte o que resta de identidade nas culturas diversas em mera identidade reflexa – não têm valor senão para valorizar, pelo contraste, a identidade da cultura hegemônica – e negativa: o que nos constitui é o que nos falta, o que nos constitui é a carência. (Martín-Barbero, 2015, p. 257)

A tecnologia importada dos países centrais representaria a modernização das colônias polonesas, o que alterou o cotidiano tanto no trabalho quanto no lazer das famílias e trouxe novos espaços de ressignificação das identidades culturais mediadas pela tecnologia.

Um momento importante de ressignificação da identidade a partir do consumo midiático diz respeito à visita do papa polonês João Paulo II ao Brasil, em 1980. Na ocasião, a visita foi transmitida pela TV e acompanhada pelos descendentes, reunidos em volta do pequeno aparelho, com imagens em preto e branco, mas que transmitiu grande alegria aos polono-brasileiros. Hoje, canonizado, o São João Paulo II é motivo de devoção entre os sujeitos da pesquisa (Drabeski, 2019).

Os meios de comunicação que chegaram como novidade na primeira geração da família alcançaram a centralidade no cotidiano das famílias hoje. É o que aparece no relato do sujeito da primeira geração da família Przyvitowski (Colônia Iguazu), cuja rotina demonstra a marcação temporal das atividades cotidianas pelos meios: o início do dia é marcado pelo terço na TV, na sequência programas noticiosos e religiosos na TV e no rádio preenchem a manhã e demarcam o horário do banho e do almoço.

Já no caso de um jovem da terceira geração da família Przybyszewski (Passo do Meio), o hábito de assistir à televisão ao mesmo tempo em que se está conectado ao celular foi observado durante uma das entrevistas. Ele consome seus programas preferidos tanto na TV quanto no computador e no celular, sem uma rotina definida, mas de acordo com a sua disponibilidade de tempo. Ou seja, sempre que possível ele está conectado, o que demonstra a centralidade das narrativas midiáticas no seu cotidiano.

Com o surgimento das narrativas sob demanda, o consumo é ajustado ao dia a dia dos receptores. Por outro lado, o midiático ganha ainda mais espaço na rotina dos sujeitos, atravessando com ainda mais força a cotidianidade (Drabeski, 2019).

### *Tecnicidade*

Contribui também para a compreensão dos achados da pesquisa a *tecnicidade*. Essa mediação aponta para um novo estatuto social das técnicas, delineado pelo cenário da globalização. A tecnicidade não é do instrumento, e sim dos saberes, da constituição das práticas produtoras de inovações discursivas e dos modos de percepção social (Lopes, 2018).

As novas tecnologias alteraram a forma de transmissão da história familiar, passando da forma predominantemente oral para novos formatos, com uso de recursos tecnológicos que incluem uma nova gramática, calcada no registro audiovisual. O surgimento de novas tecnologias é representado pela chegada do Facebook e, principalmente, do WhatsApp, que alteraram a forma de contato em família e a forma de conhecimento da história dos imigrantes (Drabeski, 2019).

Além disso, a mediação da tecnicidade traz a noção da compressão de tempo e espaço. Se para as gerações anteriores a Polônia parecia distante, agora, a troca de informações sobre o país é facilitada. É por meio da internet que a entrevistada

da segunda geração da família Przyvitowski (Colônia Iguazu) fica sabendo dos acontecimentos na Polônia. No Facebook, ela consome conteúdos audiovisuais sobre a cultura e as tradições polonesas, que se tornam ponte para que ela e o pai compartilhem sentidos sobre a polonidade. Com esse contato, ela, que toda a vida viveu na mesma colônia, pode se sentir mais perto da terra dos seus antepassados. Nesse cenário de globalização, a mediação da tecnicidade, segundo Martín-Barbero (2015), que retoma o conceito de Milton Santos, atua como conector universal no global.

O uso de aparatos tecnológicos constrói uma nova gramática na relação familiar e mesmo na expressão da polonidade. Nesse sentido, destacam-se o uso de smartphones, que operam principalmente em três lógicas: a primeira é o uso do aparato tecnológico pra apreensão de rituais religiosos relacionados à etnia, como foi observado durante as cerimônias da quaresma, realizadas em polônês e que filmadas por integrantes da família; uma vez registrados, os rituais podem ser revistos, compartilhados e lembrados. Assim, os sujeitos podem produzir conteúdos audiovisuais por meio dos quais podem expressar sua polonidade.

A segunda lógica foi observada em outro momento, durante um jogo da seleção polonesa na Copa do Mundo de 2018. Integrantes da família Przybyszewski estavam reunidos em torno da TV para assistir ao jogo e conversavam acerca de questionamentos e afirmações da identidade étnica. Mas um dos jovens da terceira geração parecia alheio a esse cenário, consumindo um conteúdo diferente em seu celular. Com o uso do aparato tecnológico, o menino escolhe as narrativas que quer consumir e não está mais preso à determinação familiar, ainda que compartilhe o mesmo espaço físico.

Em alguns aspectos, a cotidianidade familiar – mediação presente no primeiro modelo das mediações de Martín-Barbero – continua em operação, no entanto, especialmente as gerações mais jovens estão vivenciando uma experiência de construção de identidade mediada por outra relação com a tecnicidade. “Por sua centralidade na organização social, ela [tecnicidade] percorre o circuito inteiro, modelando a ritualidade, a socialidade e institucionalidade, vale dizer, modela todas as relações porque se define como o estatuto social da técnica” (Ronsini, 2010, p. 7).

Há também diferença de acesso às tecnologias em cada geração. Os mais jovens têm uma facilidade de acesso aos aparatos tecnológicos, que ocupam várias horas do seu dia. Mas para as gerações mais velhas e geograficamente mais afastadas – como é o caso da primeira geração da família do Passo do Meio –, o acesso é restrito, já que não possuem sinal de telefone ou de internet, apenas rádio e TV.

A falta de acesso aos meios eletrônicos aponta para a reflexão de Martín-Barbero (2015) quanto à não contemporaneidade entre tecnologia e usos na América Latina. O acesso limitado às tecnologias opera com uma lógica que afeta a produção de sentidos nesse meio.

No nível cotidiano, encontra-se aí um “buraco semântico” desde o qual as tecnologias são consumidas, ao não poderem ser minimamente referidas a seu contexto de produção: um buraco que as maiorias, nesses países, preenchem semantizando-as com a linguagem da magia ou da religião. (Martín-Barbero, 2015, p. 256)

O deslumbramento pela tecnologia, de um lado, e a falta de condições efetivas para o seu uso no cotidiano, do outro, é o que o autor chama de esquizofrenia.

### *Socialidade*

A terceira mediação destacada na pesquisa é a da *socialidade*. Essa mediação se relaciona aos múltiplos pertencimentos identitários do sujeito, como etnia, geração, gênero, entre outros. Está relacionada também às formas de interação e constituição das identidades dos sujeitos (Ronsini, 2010). Quando vista a partir da mediação da socialidade, a comunicação “é uma questão de fins, da constituição do sentido, do fazer-se e desfazer-se da sociedade” (Jacks, 2008, p. 6).

Destacamos essa mediação durante o primeiro dos jogos da Polônia na Copa do Mundo contra a seleção de Senegal, quando a experiência de assistir ao jogo levantou um debate sobre racismo, que surgiu espontaneamente a partir do sujeito representante da primeira geração da família Przyvitowski (Colônia Iguazu). Ele relatou que muitas vezes presenciou poloneses expressando o fato de não gostarem dos “brasileiros”, forma como se referiam aos não brancos com os quais conviviam na colônia. Nesse momento do relato, ele reproduziu algumas frases que evidenciam questões racistas frequentes naquele espaço, são expressões que demonstram o preconceito e a discriminação existentes na relação entre os descendentes de poloneses e outros grupos a partir da demarcação das diferenças. Esse ponto evoca a problemática de identidade marcada pela diferença (Woodward, 2000; Silva, 2000), diferença reforçada por marcações simbólicas, mas também por condições sociais e materiais. Mesmo o processo de diferenciação simbólica tem relação direta com as relações sociais do cotidiano, pois impactam na definição de quem será incluído ou excluído nesse processo (Woodward, 2000).

Tendo a narrativa midiática como ponto de partida, o sujeito representante da primeira geração da Colônia Iguazu produziu reflexões sobre o cenário da colônia em que cresceu e viveu toda a sua vida, na qual o preconceito racial esteve sempre presente. Ao apontar as formas como o racismo se manifestava na colônia, ele reflete sobre o processo e isso o leva a ressignificar sua identidade enquanto parte da comunidade polonesa. Ao relatar o preconceito praticado pelos poloneses, sua expressão identitária não é predominantemente polonesa, ela se expressa pelo reconhecimento da mestiçagem e, ainda que momentaneamente, o sujeito se distancia da identidade polonesa. Esse processo evoca a noção de identidade de Hall (2006), segundo a qual há identidades contraditórias no indivíduo, empurrando para diferentes direções. Em outros momentos, o mesmo sujeito se referia a outros indivíduos como “brasileiros”, reforçando a sua identidade polonesa para demarcar a diferença. Mas, ao contar que os poloneses eram racistas, ele se reconhece como sujeito mestiço, que está entre a identidade polonesa e a brasileira.

### Considerações Finais

A pesquisa desenvolvida contribuiu para a compreensão de como os usos sociais dos meios de comunicação se relaciona com a construção da identidade étnica polono-brasileira. A perspectiva das mediações permite refletir sobre como os processos comunicativos se relacionam à construção dessa identidade étnica, tanto dentro dos espaços de expressão e ressignificação da identidade étnica (família, religião, comunidade e língua) quanto a partir da produção de sentidos no atravessamento constante dos meios de comunicação e dos aparatos tecnológicos no cotidiano das famílias.

A construção identitária desses sujeitos se mostrou muito relacionada à ressignificação: “as identidades não são apenas herdadas, elas são continuamente tensionadas e ressignificadas por diversos processos que participam da vida dos sujeitos da pesquisa” (Drabeski, 2019, p. 44).

Cientes das possibilidades existentes, não se buscou esgotar a discussão acerca das articulações entre os processos comunicativos e a identidade polono-brasileira entre as famílias estudadas, mas sim apresentar uma construção de significados dentre tantas possíveis diante de um contexto tão rico e complexo.

### Referências

- ACHUTTI, L. E. R. (1997). *Fotoetnografia: Um estudo de antropologia visual sobre cotidiano, lixo e trabalho*. Livraria Palmarinca; Tomo.
- DRABESKI, L. (2019). *Identidade polono-brasileira em São Mateus do Sul - PR: Processos comunicativos de expressão étnica tecidos em família* (Mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR.

GALINDO CÁCERES, L. J. (1997). *Sabor a ti: Metodología cualitativa en investigación social*. Universidad Veracruzana.

GIL, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6a ed.). Atlas.

GONZÁLEZ, J. A. (1995). Y todo queda entre familia: Estrategias, objeto y método para historias de família. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1(1), 135-154.

HALL, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade* (11a ed.). DP&A.

JACKS, N. (2008). Repensando os estudos de recepção: dois mapas para orientar o debate. *Ilha – Revista de Antropologia*, 10(2), 17-35. <https://doi.org/10.5007/2175-8034.2008v10n2p17>

JACKS, N., & Capparelli, S. (Coords.). (2006). *TV, família e identidade: Porto Alegre” fim de século”*. Edipucrs.

LOPES, M. I. V. (2018). Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. *Intexto*, 43, 14-23. <http://doi.org/10.19132/1807-8583201843.14-23>

MARTÍN-BARBERO, J. (2015). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Ed. UFRJ.

RONSINI, V. V. M. (2010). *A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção)* [Trabalho apresentado]. 19º Encontro Anual da Compós, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

SILVA, T. T. (2000). A produção social da identidade e da diferença. In T. T. Silva (Org.), *Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais* (pp. 73-102). Vozes.

SIUDA-AMBROZIAK, R. (2017). Religião na construção da identidade étnica dos polonobrasileiros. In I. R. Augusto, M. C. Dadalto & R. Siuda-Ambroziak (Orgs.), *Subjetividades em trânsito: Memória, emoção, e-imigração e identidades* (pp. 11-38). Bonecker.

WOODWARD, K. (2000). Identidade e diferença: Uma introdução teórica e conceitual. In T. T. Silva (Org.), *Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Vozes.

# Análise da Exposição dos Presidenciáveis do Segundo Turno das Eleições de 2018 no Twitter

## Jéssica Vieira Torres

Mestranda em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Especialista em Comunicação Digital pela mesma instituição.  
E-mail: jessica.torres@usp.br

## Luiz Alberto de Farias

Livre docente e doutor em Comunicação e Cultura pela USP. Professor associado da ECA-USP. Professor Titular da Universidade Metodista de São Paulo.  
E-mail: lafarias@usp.br

**Resumo:** O artigo busca analisar a exposição dos candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad no Twitter durante o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018. Para tanto, por meio de análise de conteúdo das publicações de seus perfis oficiais, foram verificados os temas recorrentes, a interação gerada (curtidas, retweets e comentários) e o layout das publicações. A análise confirmou as hipóteses de que há características comuns entre as postagens de ambos os candidatos, de que as críticas ao oponente geram mais interações do que propostas/agenda política e de que os candidatos utilizam mais as redes sociais para se autopromover do que para expor seus planos.

**Palavras-chave:** eleições 2018, segundo turno, Fernando Haddad, Jair Bolsonaro, Twitter.

## Análisis de la Exposición de los Presidenciables en Segunda Vuelta de las Elecciones de 2018 desde el Twitter

**Resumen:** Este artículo busca analizar la exposición de los candidatos Jair Bolsonaro y Fernando Haddad en Twitter durante la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2018 en Brasil. Por tanto, a partir de un análisis de contenido de las publicaciones en sus perfiles oficiales, se verificaron los temas recurrentes, la interacción generada (Me gusta, retweets y comentarios) y el diseño de las publicaciones. El análisis confirmó las hipótesis de que hay características comunes entre las publicaciones de ambos presidenciables, de que las críticas a los oponentes generan más interacciones que las propuestas/agenda política y de que los candidatos utilizan más las redes sociales para su autopromoción que para el planteamiento de sus planes.

**Palabras clave:** elecciones 2018, segunda vuelta, Fernando Haddad, Jair Bolsonaro, Twitter.

## Analysis of the Exposure of Presidential Candidates in the Second Round of 2018 Elections on Twitter

**Abstract:** The article seeks to analyze the exposition of candidates Jair Bolsonaro and Fernando Haddad on Twitter during the second round of Brazilian presidential elections of 2018. To this end, by content analysis of posts in their official profiles, the recurrent themes, the interaction generated (likes, retweets, and comments), and the posts layouts were verified. The analysis confirmed the hypothesis that the posts of both candidates in Twitter have common characteristics between them, that critics to the opponent generates more interactions than purposes/political agenda, and that candidates use more social media to self-promote than to expose their plans.

**Keywords:** 2018 elections, second round, Fernando Haddad, Jair Bolsonaro, Twitter.

Com o advento da tecnologia, as relações entre as pessoas foram alteradas. A conectividade e as máquinas como intermediadoras possibilitaram a massificação de informações e deram voz ao receptor, que passou a ter também papel ativo em uma comunicação, tornando-se emissor de conteúdo. Nas ambiências digitais, como as redes sociais, por exemplo, o receptor tem poder de escolher quais informações quer consumir, compartilhar e dialogar.

Contudo, apesar das tecnologias possibilitarem a geração de conteúdo por qualquer usuário, surgem fenômenos como a desinformação, à medida que um excesso de informações é criado por inúmeras fontes, porém não necessariamente compostas por fatos verídicos e checados. Como consequência, surgem as fake news, que, de acordo com Gelfert (2018), são notícias intencionalmente criadas com informações falsas ou distorcidas, com o propósito de deturpar a realidade.

Com o poder da comunicação em massa e em tempo real, a internet tornou-se forte aliada em campanhas políticas, permitindo diálogo e aproximação com a população, além da humanização dos candidatos e divulgação de seus ideais.

Para compreender melhor a influência das redes sociais na política, o propósito central deste estudo é verificar a exposição dos presidenciáveis do segundo turno das eleições de 2018 no Twitter e analisar os resultados obtidos, relacionando-os ao resultado das eleições, a partir das publicações feitas em suas páginas oficiais e das interações geradas, a fim de entender se o *recall* gerado impactou no resultado das eleições.

Já como objetivos específicos, propõe-se verificar se existem padrões entre as publicações dos candidatos (tamanho do texto, uso de imagens e layout); evidenciar quais temas geram maior engajamento (comentários, curtidas e compartilhamentos); identificar se a quantidade de seguidores influencia no engajamento; e verificar as publicações de autopromoção e propostas de governo, a fim de analisar a interação e audiência geradas. O problema de pesquisa que norteia este estudo é: a forma como os presidenciáveis se apresentam nas mídias sociais influencia o resultado das eleições?

Para tanto, o objeto de pesquisa será constituído pelo levantamento e análise das publicações feitas por Jair Bolsonaro e Fernando Haddad no Twitter no período de 7 a 28 de outubro de 2018, data em que saiu o resultado da eleição, tendo como base as seguintes hipóteses: há características comuns entre as postagens de ambos os presidenciáveis do segundo turno no Twitter; críticas ao oponente/partido geram mais interações do que propostas/agenda política; os candidatos usam mais as redes sociais para se autopromover do que para expor seus planos.

Para isso, foi utilizada a metodologia de análise de conteúdo, que, segundo Bardin (1977/2016), trata-se de uma análise sistemática que possibilita a compreensão e a investigação profunda de um objeto, tendo um campo de atuação bastante vasto: tudo o que é dito ou escrito.

Ainda de acordo com a autora, a análise de conteúdo permite fazer inferências, em que “o analista tira partido do tratamento das mensagens para inferir conhecimentos” (Bardin, 1977/2016, p. 45), permitindo compreender não apenas a superfície dos textos, mas também os fatores que a determinaram.

Esta pesquisa justifica-se, no atual cenário político, econômico e social, pelo impacto que as eleições presidenciais têm em inúmeros elementos da sociedade desde as campanhas eleitorais, pois, por se tratar da escolha do cargo mais importante no país, afetam relações internacionais, bolsas de valores, organizações públicas e privadas, movimentos sociais e até as relações entre os indivíduos.

Nesse sentido, pode-se vislumbrar a importância da análise proposta, que busca analisar a exposição dos presidenciáveis do segundo turno de 2018 no Twitter e verificar se esta influenciou o resultado das eleições, levando a uma reflexão sobre o impacto que as campanhas digitais podem ter em um processo eleitoral.

Aplicada a metodologia, foram analisadas 465 publicações das páginas oficiais dos candidatos, podendo-se compreender que, de fato, existem similaridades entre as campanhas de ambos os presidenciais.

### **Rádio e TV nas Campanhas Eleitorais**

A televisão e o rádio permitem uma comunicação em massa, o acesso à informação e entretenimento por todas as camadas da sociedade, sem depender de distribuição física e possibilitando a informatização ao vivo (Bucci, 2016).

No Brasil, após o processo de democratização ocorrido na década de 1940, o rádio ganhou relevância durante os períodos eleitorais e, em 1950, foi sancionada uma lei regulamentando o uso do veículo nas campanhas, ainda que de forma paga pelos partidos e candidatos. Foi então criada a Lei nº 1.164, de 24 de julho de 1950, obrigando as emissoras a fixar preços iguais a todos os partidos e a reservar duas horas da programação para as campanhas eleitorais no período de 90 dias antes das eleições.

Apesar da regulamentação, a compra era restrita a partidos e candidatos com boas condições financeiras e, com a necessidade de democratizar o uso da ferramenta, em 1962, foi sancionada a Lei nº 4.115, de 22 de agosto de 1962, determinando o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), o que resultou em uma popularização de campanhas eleitorais e possibilitou que fossem feitas em diferentes meios de comunicação, como a televisão, por exemplo, amplamente utilizada a partir da ditadura militar (1964-1985), período que consolidou essa mídia como a principal ferramenta para divulgar atividades do governo, lemas e canções de incentivo.

Nesse sentido, Bucci (2016) avalia que a televisão ofereceu “uma compensação à ausência de canais democráticos de participação política no país” (p. 173) e, dessa forma, todos foram chamados a assistir ao autoritarismo do militarismo, porém com programações a favor do regime, que reforçavam a visão de patriotismo que este desejava (p. 174):

Isso conferiu ao telespaço público a ambiência de um nacionalismo conservador e afetuoso, embalado por tecnologias ultramodernas que cultuavam a pátria e a mercadoria num ritual único, indivisível, redondo como bola de futebol e transparente como o vidro que recobre a tela da TV. (Bucci, 2016, p. 176)

Dessa forma, o rádio e a televisão eram utilizados principalmente para disseminar as ações do militarismo e aproximá-lo à população.

Já na contemporaneidade, as mídias de massa ainda possuem papel relevante na propaganda política, como no HGPE, visto que, conforme Veiga (2002) analisa, este oferece recursos para que os eleitores decidam seu voto, à medida que os candidatos, seus valores e planos são expostos ao público, permitindo posteriormente um debate social acerca do tema. Contudo, mesmo sendo uma ferramenta de divulgação de políticos, este é visto pelos eleitores como uma forma de convencimento parcial, haja vista que profissionais de comunicação são envolvidos para traçar as estratégias de discurso e a forma como os candidatos serão promovidos ao público.

Porém, apesar da parcialidade, a autora considera que as campanhas políticas são extremamente importantes no processo de decisão da população, visto que:

O eleitor imagina como cada candidato governaria uma vez eleito e identifica que ganhos teria em cada uma daquelas possíveis gestões. Então decide pela opção que acredita lhe render maior ganho. Contudo, esta avaliação dos elementos da disputa é realizada a partir de conhecimentos e informações fragmentados. (Veiga, 2002, p. 184)

### **Redes Sociais**

Algumas mudanças comunicacionais bastante significativas surgiram junto com a internet e as redes sociais, visto que, segundo Recuero (2009), estas permitem que todos os usuários produzam e consumam conteúdos a todo momento, impactando formas

de organização, identidade e mobilização social, além de esta comunicação mediada pelo computador não possibilitar “isolar os atores sociais e nem suas conexões” (p. 24).

Nesse sentido, tudo o que é dito, visto e compartilhado pelos atores no ambiente digital deixa rastro de navegação (Recuero, 2009), permitindo que as plataformas identifiquem e comercializem os interesses e padrões, a fim de obterem receita por meio de informações dos usuários, pois “como o petróleo, os dados são um material que se extrai, refina e se usa de distintas maneiras. Enquanto que quanto mais dados alguém tem, mais usos se pode dar” (Srnicek, 2018, pp. 42-43).

Dessa forma, pelo impacto comunicacional e até financeiro, essas redes têm sido amplamente utilizadas por diversos setores da sociedade, inclusive o político, que busca a aproximação com o eleitorado, a segmentação de mensagens de acordo com os padrões de consumo de informação dos possíveis eleitores e a ampla produção de conteúdos, haja vista que todos podem fazer campanhas e viralizar em pouco tempo, o que se torna interessante em períodos eleitorais, em que usualmente os candidatos lançam suas campanhas próximo às eleições.

Contudo, a livre expressão de opiniões e a ampla produção de conteúdo por qualquer usuário podem gerar fenômenos desinformativos: “os jornais, revistas e portais online da grande imprensa destacam o papel das redes sociais para a radicalização política, com sua intensa circulação de conteúdos enviesados, por vezes extremistas, e fake news” (Jorge Filho, 2019, p. 3).

No ambiente político, as fake news, isto é, notícias intencionalmente falsas, se destacaram mundialmente após as eleições estadunidenses de 2016, entre Donald Trump (Partido Republicano) e Hillary Clinton (Partido Democrata), além do referendo do Brexit para a saída do Reino Unido da União Europeia (Gelfert, 2018).

A campanha de Trump era acusada de envio massivo de fake news, contudo, ele também aproveitava o termo para desmoralizar jornais que o criticavam, alegando que se tratava de inverdades, ou fake news. Já no Reino Unido circulavam nas mídias sociais discursos nacionalistas e a informação falsa de que a Grã-Bretanha pagava € 350 milhões semanais à União Europeia, o que mexeu com as emoções e causou revolta na população (“Art of the lie”, 2016).

Vale ressaltar que o tema também ganhou relevância na política brasileira nas eleições presidenciais de 2018. Segundo o *Congresso em Foco* (Macedo, 2018), as agências de checagem de fatos Lupa, Aos Fatos e Fato ou Fake, do grupo Globo, desmentiram, de 16 de agosto a 25 de outubro de 2018, pelo menos 124 fake news; 104 contra Fernando Haddad e o Partido dos Trabalhadores (PT), do qual faz parte, e 19 contra Bolsonaro e seus aliados.

Em 11 de outubro, o próprio Tribunal Superior Eleitoral (“Fake news: TSE lança página para esclarecer eleitores”, 2018), criou uma página na internet para alertar a população acerca de informações falsas, afirmando: “Nessa página o TSE apresenta links para esclarecimentos oriundos de agências de checagem de conteúdo, alertando para os riscos da desinformação e clamando pelo compartilhamento consciente e responsável de mensagens nas redes sociais”.

### **Contexto Geral: Eleições de 2018**

Após a proibição do Supremo Tribunal Federal (STF), em 2015, de doação de empresas para as campanhas eleitorais, a eleição de 2018 foi a primeira em que os candidatos à presidência utilizaram recursos próprios, do Fundo Partidário (utilizado para despesas do partido, como contas e salários), do Fundo Eleitoral (despesas das campanhas) e doações de pessoas físicas.

Também em 2018, o Congresso Nacional aprovou uma minirreforma eleitoral, possibilitando que o fundo partidário fosse usado também para impulsionamento de conteúdos na internet.

Outro fato a se destacar é a prisão, em abril, do até então candidato do PT, Luís Inácio Lula da Silva, durante a Operação Lava Jato, da Polícia Federal. O ex-presidente foi acusado de receber propina de R\$ 3,7 milhões da empreiteira OAS. Na ocasião, Lula foi condenado em segunda instância a 12 anos e um mês de prisão. Apesar de tentativas do PT, Lula não foi inocentado, fazendo que o partido oficializasse, em 11 de setembro, a candidatura de Fernando Haddad, onze dias após o início do HGPE. Lula era o líder nas pesquisas de intenção de voto para a presidência.

### Primeiro Turno

No dia 6 de setembro, ainda no início das campanhas eleitorais, Jair Bolsonaro levou uma facada durante um comício em Juiz de Fora (MG), acarretando-lhe duas cirurgias abdominais e 23 dias internado. Após a alta hospitalar, o candidato manteve-se em repouso médico, impedindo-o de fazer novos atos nas ruas e de frequentar debates. Como medida, sua campanha foi intensificada nas redes sociais, utilizando majoritariamente o Facebook, Twitter e WhatsApp para a sua divulgação.

O atentado contra Bolsonaro gerou grande repercussão na mídia e aumentou a quantidade de fake news disseminadas nas redes sociais, alegando que a facada não havia de fato ocorrido, que teria sido encenada para vitimizar o candidato, fazendo-o conquistar a empatia do povo, e, por outro lado as notícias acusando o PT (principal opositor de Jair) e a esquerda política de terem encomendado a facada. Ambas as visões foram viralizadas na internet e amplamente veiculadas na mídia. O debate sobre o tema também foi incitado por diversos políticos, como o próprio Jair e Lula, principal representante do PT no país.

Bolsonaro, segundo a *Folha de S. Paulo* (“Bolsonaro diz que facada que recebeu foi ‘atentado político’”, 2018), em entrevista à rádio *Jovem Pan* no dia 24 de setembro, afirmou: “No meu entender foi planejado, político, não tenho a menor dúvida. Me tirando do combate você pega os três, quatro próximos da relação e são muito parecidos”, chorando entre algumas palavras.

Já Lula, após o incidente, afirmou em entrevista à emissora TVT: “Aquela facada tem uma coisa muito estranha, uma facada que não aparece sangue em nenhum momento. O cara que dá a facada é protegido pelos seguranças do Bolsonaro”, indagando a veracidade do fato (“Bolsonaro diz que facada que recebeu foi ‘atentado político’”, 2018).

Como estratégia de comunicação, Bolsonaro postou em suas redes oficiais imagens em que aparece bastante debilitado e, em sua primeira transmissão ao vivo em seu Facebook, criticou Lula e Haddad, conforme exposto pelo jornal *Estado de Minas* (Ayer, 2018): “Está em jogo no momento o futuro de todos. Você, até você que apoia o PT, você é um ser humano também. Vejo muito petista mudando de lado. Isso no Brasil é o jogo do poder” e “Haddad eleito presidente assina no mesmo minuto da posse o indulto de Lula e, no minuto seguinte, nomeia-o chefe da Casa Civil”.

Contudo, após investigações, a polícia federal concluiu que o autor da facada agiu sozinho, descartando a possibilidade de mandantes.

Dessa forma, nota-se que as campanhas e a opinião pública voltaram-se majoritariamente para o ambiente digital em 2018, o que revolucionou as eleições presidenciais no país. Já nos meios tradicionais, como a televisão e o rádio, o HGPE teve um menor impacto para os candidatos, a exemplo de Geraldo Alckmin, que teve a maior coligação e conseqüentemente maior tempo de propaganda, porém foi o quarto candidato nas intenções de voto do primeiro turno, enquanto Jair Bolsonaro, por exemplo, manteve-se líder em todas as pesquisas e obteve apenas oito segundos de propaganda, o que representa 2% do tempo total de Alckmin, reforçando a importância das mídias sociais no processo eleitoral, visto que foi o grande enfoque de campanha de Jair.

Entretanto, a popularidade de Bolsonaro foi bastante controversa. Enquanto crescia nas intenções de votos nas pesquisas, inúmeras manifestações ocorreram no país, a favor e contra o presidenciável. No fim de semana anterior às eleições, no dia 29 de setembro,

o movimento #EleNão, contra Bolsonaro, atraiu atos em 114 cidades, distribuídas nos 26 estados e no Distrito Federal. Em contrapartida, o movimento a favor do candidato contou com eventos em 40 cidades distribuídas por 16 estados. Cabe ressaltar que grande parte das manifestações foram convocadas pelas redes sociais.

Porém, mesmo com as manifestações, Bolsonaro foi o candidato mais votado no primeiro turno, com 46% dos votos, seguido por Fernando Haddad, com 29%.

### **Segundo Turno**

O segundo turno foi marcado por polêmicas envolvendo os dois candidatos e seus respectivos partidos, e não contou com nenhum debate televisionado.

Uma das primeiras polêmicas ocorreu em 10 de outubro, após o logotipo da campanha de Haddad ser alterado, desvinculando a campanha do nome de Lula, que continuava preso, e alterando as cores, substituindo o vermelho de seu partido pelas cores da bandeira do Brasil, assemelhando-se ao logotipo de seu oponente.

Outro aspecto polêmico foi que o segundo turno não contou com nenhum debate televisionado pelos candidatos. Bolsonaro realizou sua campanha por entrevistas, Facebook (valendo-se inclusive de lives), Twitter e pelo WhatsApp; já Haddad utilizou as mesmas ferramentas online, mas também deu enfoque a comícios e viagens, fazendo que sua intenção de voto nas pesquisas aumentasse, enquanto a de Bolsonaro, apesar de ainda favorito, sofresse uma queda.

Ainda, houve monitoramento de robôs a favor dos candidatos. De acordo com o *Estadão* (Favaro, 2018), um estudo feito pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), na semana de 10 a 16 de outubro, identificou 3.989 contas automatizadas no Twitter, responsáveis pela criação de 852,3 mil publicações, cerca de 10,4% das interações gerais. Destes perfis automatizados, 70,7% foram identificados como pró-Bolsonaro, e 28,3% como pró-Haddad. Evidencia-se, portanto, que ambos os presidenciais se valeram de robôs para gerar conteúdos e interação, porém em proporções diferentes.

Por fim, a votação ocorreu no dia 28 de outubro, resultando na vitória de Bolsonaro com 55,13% dos votos, o que representa mais de 57 milhões de eleitores a seu favor.

### **Análise de Conteúdo: Twitter**

Assim, é evidente que o ambiente digital tem influência crescente no processo eleitoral, visto que possibilita aos políticos a disseminação de conteúdo em massa e em tempo real.

O Twitter, por exemplo, tem sido utilizado por alguns candidatos durante as eleições, o que é o caso de Dilma Rousseff, Jair Bolsonaro, Fernando Haddad, Donald Trump e Barack Obama, que atualmente é a segunda pessoa mais seguida no mundo, demonstrando a importância da rede para a esfera política.

No Brasil, a rede social apresenta bastante relevância, pois é o sexto colocado dentre os países com maior número de usuários.

Devido à popularidade do Twitter e ao uso massivo por políticos, propõe-se aqui uma análise de conteúdo das páginas oficiais dos candidatos do segundo turno nas eleições de 2018, Fernando Haddad e Jair Bolsonaro, entre os dias 7 e 28 de outubro de 2018.

Segundo Bardin (1977/2016), a análise de conteúdo possibilita a interpretação de discursos e seus símbolos, resultando em um conjunto de indicadores quantitativos e qualitativos. Essa técnica é amplamente utilizada em análises das comunicações e foi selecionada para esta pesquisa pois permite a interpretação do que está propriamente dito, mas também de aspectos sociológicos, imprescindíveis para este trabalho, visto que o discurso político abrange questões sociais e diferentes contextos.

De acordo com a autora, a análise de conteúdo requer três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

Na pré-análise, é feita a escolha do conteúdo, a formulação de hipóteses e a definição de amostra. Já na exploração do material ocorre a escolha do recorte de pesquisa, como um tema, palavra ou frase, e, por fim, na etapa final ocorre a inferência e interpretação dos resultados (Bardin, 1977/2016).

Neste trabalho, as hipóteses definidas foram: há características comuns entre as postagens de ambos os presidenciáveis do segundo turno no Twitter; críticas ao oponente/partido geram mais interações do que propostas/agenda política; os candidatos utilizam mais as redes sociais para se autopromover do que para expor seus planos.

A amostra selecionada foi de 100% das publicações feitas nas páginas oficiais do Twitter de ambos os candidatos: Fernando Haddad e Jair Bolsonaro. Sendo assim, a amostra representa o universo das postagens realizadas.

Os tweets foram coletados de maneira similar, e os mesmos indicadores foram utilizados na exploração do material: data da publicação, texto de notícia ou autoria própria, conteúdo, presença de imagem ou vídeo, quantidade de comentários, retweets e curtidas.

No tratamento dos dados, os indicadores de cada candidato foram interpretados e comparados.

### Análises

Ao avaliar a quantidade de publicações feitas, de modo geral, ambos os candidatos fizeram posts quase todos os dias, intensificando-os na última semana do segundo turno.

Haddad, nos últimos dias de campanha, publicou sobre o movimento “Vira Voto”, na tentativa de que seus eleitores convencessem outros a votarem nele, além de postar sobre comícios e atos que fez em todo o país.

Já Bolsonaro publicou nos últimos dias acusação de Haddad ter recebido propina, críticas à imprensa, ao Lula e ao PT, além de menções de corrupção e bandidagem.

	Bolsonaro	Haddad
Tweets 2º turno	234	389
Média de tweets por dia	11,14	18,52
Curtidas (total)	7.863.243	5.400.076
Comentários	327.919	455.070
Média de comentários por tweet	1.401	1.170
Retweets	1.835.720	1.260.245
Média de retweets	7.845	3.240

Tabela 1: Comparativo de publicações dos candidatos no Twitter

Nota. Elaborado pelos autores.

Nota-se que Haddad, mesmo publicando 40% mais tweets que Bolsonaro, obteve um engajamento menor, recebendo 32% menos curtidas, 59% menos retweets e 17% menos comentários.

Contudo, apesar de Bolsonaro ter utilizado mais robôs do que Haddad para gerar interação em sua página, ele obteve muitos comentários de eleitores que o admiram. Muitos dos comentários fazem menções ao PT, à corrupção, possuem apelos religiosos ou demonstram esperança por mudança, e uma pequena parcela menciona Haddad em vez do seu partido.

Por outro lado, vale destacar que parte expressiva dos comentários obtidos por Haddad foram feitos também por apoiadores de seu oponente. Em seu tweet mais comentado, podemos evidenciar novamente ofensas a seu partido.

Apesar de terem publicado inúmeros conteúdos, pouco foi dito a respeito de propostas e planos de governo.

	Bolsonaro	Haddad
Tweets 2º turno	234	389
Tweets com propostas	6	7
Média de comentários por tweet geral	1.401	1.170
Média de comentários a propostas	234	167
Média de retweets geral	7.845	3.240
Média de retweets a propostas	3.717	1.325
Média de curtidas geral	33.604	13.882
Média de curtidas propostas	350	116

Tabela 2: Comparação de engajamento: Propostas x Publicações gerais  
 Nota. Elaborado pelos autores.

Os conteúdos específicos dos projetos de governo geraram pouco engajamento para ambos os presidenciais. As publicações tiveram um baixo número de compartilhamentos e comentários pelos usuários da rede social.

Para analisar os posts de propostas, nuvens de palavras foram criadas a fim de destacar os termos mais usados pelos dois candidatos, tendo como base as palavras utilizadas mais de uma vez pelos presidenciais, retirando-se conjunções e advérbios.

Os tweets de Jair sobre seus planos prezam pela comparação entre os dois candidatos, fazendo que o leitor “tire suas próprias conclusões”, e sinalizam que seus planos trariam maior prosperidade ao Brasil, reforçando o discurso nacionalista de sua campanha. O candidato utilizou imagens em todas as postagens e o site [www.bolsonaro.com.br](http://www.bolsonaro.com.br) como apoio.



Figura 1: Nuvem de palavras: Tweets Propostas Bolsonaro  
 Nota. Elaborado pelos autores.

De modo geral, dezoito palavras apareceram com maior frequência nos posts de propostas. Logo, nota-se que são as mesmas, contando com um repertório limitado, com apelo ao futuro e esperança ao país.

Já Haddad fez publicações maiores e com discurso focado em cidadãos de baixa renda, enfatizando que “o povo vai voltar a ter crédito e girar a roda da nossa economia”; mencionou diminuir impostos para os mais pobres, reajuste no programa Bolsa Família e uma transformação do ensino. O presidencial também utilizou um site como apoio ([http://bit.ly/PlanoHaddad\\_](http://bit.ly/PlanoHaddad_)) e, diferentemente de seu opositor, utilizou vídeos para ilustrar as propostas. Evidencia-se que o repertório utilizado pelo petista é mais amplo e com enfoque em lembrar o passado, notado principalmente pelo uso das expressões “voltará”, “vimos” e “promovemos”, por exemplo.



Dessa forma, Bolsonaro se beneficiou da crise do PT e construiu suas narrativas mostrando-se como a esperança do país e expondo-se como herói nacional, oposto à corrupção, crimes e polêmicas envolvendo o partido adversário. Nesse sentido, Farias (2019) avalia que “os mitos ora são efeito de causas não intencionais, ora são construídos” (p. 117). Para tanto, atuam os meios de comunicação, por conta própria ou por agentes cuja intenção é explícita, em “um jogo permanente de construção e desconstrução de mitos” (p. 188).

Com o apelo anticorrupção e anti-PT, Bolsonaro conquistou inúmeros fãs e manteve-se na liderança da corrida presidencial, o que posteriormente o consagrou como presidente do país.

O político utilizou questões sensíveis para a sociedade, como criminalidade e religião, afirmou que estava ao lado do “cidadão de bem”, que em seu mandato haveria segurança, pois os criminosos seriam presos (fazendo alusão também à corrupção na política nacional), atraindo a simpatia da população, mesmo com discursos extremistas.

Assim, a parcela da população insatisfeita com o PT e com os escândalos que ocorriam no país optou pelo voto no candidato do Partido Social Liberal (PSL), revelando uma decisão tomada pela emoção, isto é, com sentimentos de inconformismo, ódio ao outro partido, simpatia e esperança de um futuro melhor.

Quando os elementos objetivos de interpretação são substituídos pelos emotivos, e o *logos* dá lugar ao *pathos*, apelando-se para sentimentos em lugar da razão, fazendo com que grupos predispostos ou sensibilizados a dado comportamento aceitem mais facilmente distorções em favor de suas crenças. (Farias, 2019, p. 106)

Dessa forma, os próprios eleitores de Bolsonaro se tornaram disseminadores das fake news produzidas contra o PT durante toda a campanha nas redes sociais.

### Considerações Finais

É evidente que o ambiente digital assumiu um papel extremamente importante na atualidade, exercendo influência em todas as camadas da sociedade, seja nas relações pessoais, de trabalho, comércio ou política.

Nesse cenário, as mídias tradicionais e a comunicação em massa deram espaço às redes sociais, à personalização e à criação de conteúdo por qualquer usuário. Logo, é possível o consumo de diversos materiais em diversos formatos.

Para atingir as pessoas, que estão cada vez mais conectadas, marcas começaram a investir na divulgação online, produtos foram criados exclusivamente para o consumo digital, cidadãos têm preferido a troca de mensagens por aplicativo em vez de ligações e políticos têm se exposto nas redes sociais, focando suas campanhas no meio digital.

Este trabalho buscou analisar a influência do digital na política, a partir das eleições presidenciais de 2018 e da exposição dos candidatos do segundo turno no Twitter.

Demonstrou-se que o HGPE da rádio e da televisão teve pouca relevância no processo eleitoral, visto que o candidato eleito teve apenas oito segundos no primeiro turno para veicular seu programa político. Com o pouco tempo que teria de exposição nesses canais tradicionais, Bolsonaro focou seus esforços em campanhas online no Twitter, Facebook e WhatsApp para divulgar seus planos de governo. Na tentativa de combatê-lo, Haddad, seu oponente, publicou intensivamente também nas redes sociais, com foco no Twitter e Facebook.

Apesar de estarem em partidos com ideologias políticas opostas, similaridades foram encontradas nos discursos de ambos os candidatos. Houve inúmeras críticas e ofensas ao oponente e o uso de imagens ou vídeos em cerca de metade das publicações do período; sendo assim, o formato de mensagem foi muito semelhante.

Mesmo os dois candidatos tendo publicado uma grande quantidade de conteúdo (Haddad postou em média 19 vezes por dia, e Jair, 11), pouco foi divulgado a respeito de planos e propostas de governo (cerca de 2% dos *tweets*). Apesar de importantes pontos para a escolha de um candidato, estes conteúdos geraram pouquíssima interação nas páginas oficiais.

É importante ressaltar que Haddad enfrentou muitas críticas durante todo o período eleitoral, devido à prisão do principal representante do seu partido, o ex-presidente Lula. Apesar de o candidato alegar que o PT aprendeu com os erros, este não conseguiu desvincular de sua campanha a imagem de corrupção. Bolsonaro aproveitou a crise do partido do oponente e utilizou em seu discurso temas sensíveis à sociedade, como a religião, disse que estaria ao lado do “cidadão de bem” e falou por inúmeras vezes que em seu mandato não teria mais a corrupção que afundou o país, além de afirmar que criminosos seriam punidos e presos.

Enquanto Haddad falou sobre a democracia e os feitos passados de seu partido, Bolsonaro focou na esperança de um futuro melhor para o país.

Dessa forma, Bolsonaro incorporou um discurso sentimentalista que conquistou milhares de fãs, os quais comentaram nas publicações de Haddad, apontando o mal que o PT fez ao país e exaltando o candidato do PSL, idealizado por seus apoiadores como o herói que os salvaria do PT e da corrupção.

Viu-se que os candidatos também se valeram de automatização e fake news para gerar engajamento; apesar de haver mais conteúdos a favor do candidato do PSL do que do PT, as técnicas foram usadas por ambos.

Cabe-nos, portanto, uma reflexão: nem todas as informações que recebemos no ambiente digital são checadas ou verdadeiras. A desinformação da sociedade e a falta de checagem de dados foi utilizada como estratégia para a escolha do cargo mais importante do país: o de presidente. Isso nos mostra o quão frágil a democracia pode se tornar, ficando vulnerável a técnicas de persuasão e fake news, a discursos de ódio e intolerância, facilmente disseminados na web.

## Referências

- Art of the lie. (2016, 15 de setembro). *The Economist*. <https://econ.st/3KulxLF>
- Ayer, F. (2018, 16 de setembro). Bolsonaro critica Lula e Haddad no primeiro pronunciamento depois de facada. *Estado de Minas*. <https://bit.ly/3kq8wYI>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo* (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trans.). 70; Almedina Brasil. (Trabalho original publicado em 1977).
- Bolsonaro diz que facada que recebeu foi ‘atentado político’. (2018, 24 de setembro). *Folha de S.Paulo*. <https://bit.ly/3MFzU0Z>
- Bucci, E. (2016). Televisão brasileira e ditadura militar: Tudo a ver com o que está aí até hoje. *Rumores*, 10(20), 172-193. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2016.117685>
- Fake news: TSE lança página para esclarecer eleitores. (2018, 11 de outubro). *TSE*. <https://bit.ly/3OK7l4q>
- Farias, L. A. (2019). *Opiniões voláteis: Opinião pública e construção de sentido*. Metodista.
- Favaro, C. (2018, 19 de outubro). Aumenta ação de robôs pró-Bolsonaro no Twitter. *O Estado de S.Paulo*. <https://bit.ly/3OXQUlh>
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84-117.

Jorge Filho, J. I. P. (2019). *Debates sobre a regulação de fake news nas eleições brasileiras de 2018: Polarização ideológica e crise de credibilidade do jornalismo* [Apresentação de trabalho]. XVII Congresso de Ciências da Comunicação, Belém, Pará, Brasil.

*Lei nº 1.164, de 24 de julho de 1950.* (1950, 24 de julho). Institui o Código Eleitoral. Presidência da República. <https://bit.ly/3y3aGWu>

*Lei nº 4.115, de 22 de agosto de 1962.* (1962, 22 de agosto). Introduz alterações na Lei nº 4.109, de 27 de julho de 1962, e dá outras providências. <https://bit.ly/38DKSpa>

Macedo, I. (2018, 26 de outubro). Das 123 fake news encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro. *Congresso em Foco*. <https://bit.ly/3EXBTeq>

Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Meridional.

Srnicsek, N. (2018). Capitalismo de plataformas. In N. Srnicsek, *Capitalismo de plataformas* (pp. 39-86). Caja Negra.

TSE aprova resolução sobre plano de mídia do horário eleitoral gratuito para candidatos à Presidência da República. (2018, 29 de agosto). TSE. <https://bit.ly/3kt5WkR>

Veiga, L. (2002). Em busca das razões para o voto: O uso que o eleitor faz da propaganda política. *Contracampo*, (7), 183-208. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i07.482>

# Estruturas de Vídeo sob Demanda<sup>1</sup>

## Luís Enrique Cazani Júnior

Doutor e mestre em Comunicação pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista. Foi bolsista de mestrado e doutorado da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). E-mail: enrique.cazani@unesp.br

<sup>1</sup> Este artigo foi baseado na tese de doutorado *Suspensão, Suspense e Netflix* (Cazani Jr., 2021).

**Resumo:** Procura-se, neste trabalho, discutir as videolocadoras, os repositórios virtuais e os serviços de streaming como estruturas de vídeo sob demanda à luz da teoria da estruturação, proposta por Anthony Giddens. Os parâmetros fundamentais da análise permitiram demonstrar como esses mecanismos surgiram e como são mantidos. Além disso, recuperaram-se seus vínculos midiáticos, seja com o cinema, a televisão ou as tecnologias da informação. Concluiu-se que o ideário da flexibilização defendida por um novo meio, o conteúdo inicial (televisivo e cinematográfico), a apropriação indevida, a perda do controle de matrizes e a produção própria são similaridades em seus processos.

**Palavras-chave:** estruturas, vídeo sob demanda, Giddens.

## Estructuras de Video bajo Demanda

**Resumen:** Este artículo busca discutir las tiendas de alquiler de videos, los repositorios y los servicios de streaming como estructuras de video bajo demanda a la luz de la teoría de estructuración propuesta por Anthony Giddens. Los parámetros de análisis permitieron demostrar cómo surgieron y se mantienen estos mecanismos. Además, se recuperaron sus vínculos con los medios, sea con el cine, la televisión o las tecnologías de la información. Se concluye que lo ideal de flexibilización defendido por un nuevo medio, el contenido inicial (televisivo y cinematográfico), la indebida apropiación, la pérdida de control de las matrices y la propia producción tienen similitudes en sus procesos.

**Palabras-clave:** estructuras, video bajo demanda, Giddens.

## On-Demand Video Structures

**Abstract:** This work seeks to discuss video stores, virtual repositories and streaming services as on-demand video structures in the light of the structuring theory proposed by Anthony Giddens. The basics of the analysis allowed to demonstrate how these mechanisms emerged and are maintained. Furthermore, their media links were recovered, whether with cinema, television, or information technologies. It concluded that ideals of flexibilization defended by a new medium, the initial content (television and cinematographic), the misappropriation, the loss of matrix control, and its own production are similarities in its processes.

**Keywords:** structures, video on-demand, Giddens.

Este artigo examina as videolocadoras, os repositórios virtuais e os serviços de streaming como estruturas que permitem o acesso às obras audiovisuais. Como protocolo metodológico, realizou-se uma leitura dos três modos de recepção de conteúdos a partir da teoria da estruturação, proposta por Anthony Giddens (2009). São parâmetros fundamentais desta investigação: *regra, recurso, regularidade, reflexividade, recursividade, racionalidade e motivação*. Eles permitiram demonstrar como os mecanismos surgiram e são mantidos. Ademais, recuperaram-se seus vínculos midiáticos, seja com o cinema, a televisão ou as tecnologias da informação.

Em um primeiro momento, as videolocadoras foram preponderantes como canal de escoamento de vídeo em suporte magnético. Entretanto, sua esfera de atuação foi comprimida pela pirataria, oriunda da utilização indevida de disco versátil digital e dos repositórios virtuais. Hoje em dia são os serviços de streaming que estão em evidência pelo fornecimento de acesso para histórias. São entradas distintas, associadas por um modo de disponibilização similar, que permitem a assistência não-linear.

### Vídeo sob Demanda: Redirecionamento de Conteúdo e Remediação de Meios

Em *A Vida Digital*, Nicholas Negroponte (1995) notou que há um reprocessamento de produtos midiáticos. Exploram-se economicamente, na nova mídia, os êxitos conquistados em outras como uma “aposta segura”, ao passo que também se pode conhecê-la nesse ínterim:

Um tal redirecionamento sempre caminhou de mãos dadas com o nascimento de qualquer veículo novo. O cinema reutilizou as peças de teatro, o rádio revendeu espetáculos e a TV reciclou os filmes. Portanto, não há nada estranho no desejo de Hollywood de redirecionar seus arquivos de vídeo ou combiná-los com música e texto. (Negroponte, 1995, p. 66)

O que esse excerto não menciona são as possíveis resistências advindas da entrada de uma empresa que atua em um certo meio em outro utilizando-se de seu acervo e/ou adquirindo licenças de anteriores para a adaptação, além da pirataria. Nos estudos ecológicos da comunicação, Neil Postman (1994) centrou nos enfrentamentos: “novas tecnologias competem com as antigas – pelo tempo, por atenção, por prestígio, mas sobretudo pela predominância de sua visão de mundo” (p. 25). Para ele, a mídia é “produto de um contexto econômico e político particular, que traz consigo um programa, uma agenda e uma filosofia que podem ou não realçar a vida” (p. 190). Assim “ela não acrescenta nem subtrai coisa alguma. Ela muda tudo” (p. 27). Entretanto, é necessária uma proximidade de forças para que se tenham embates significativos. De início, trata-se o emergente como complementar até que sua rentabilidade e/ou importância se equipare com o consolidado, gerando a concorrência.

Em perspectiva similar, Jay David Bolter apresentou o conceito de *remediação* para se referir a um processo de melhoramento midiático. Essa perspectiva revisionista é manifestada no seu entendimento de meio: “é aquele que renova. Isto é, aquele que se apropria de técnicas, formas e significado social de outra mídia como tentativa de rivalizar ou remodelar em nome do real”<sup>2</sup> (Bolter & Grusin, 2000, p. 64, tradução nossa). Segundo o autor, a proposição de um uso acarreta alterações significativas naquilo que é já realizado por outro, ainda que o mecanismo atingido possa reagir: “um meio mais novo é imitado e até mesmo absorvido por um mais velho”<sup>3</sup> (Bolter & Grusin, 2000, p. 147, tradução nossa). Logo, existe conflito entre duas forças, renovação e reafirmação: “o que há de novidade nas novas mídias vem das maneiras particulares pelas quais elas remodelam as mídias mais antigas e pelas quais estas se remodelam para responder aos desafios das novas mídias”<sup>4</sup> (Bolter & Grusin, 2000, p. 15, tradução nossa). Essa teoria emana um viés continuísta, centrado na introdução de técnica que usurpa ou questiona um hábito midiático. Assim, a remediação pode ser ocultada, “para que o espectador mantenha a mesma relação com o conteúdo que teria se estivesse no meio original”<sup>5</sup> (Bolter & Grusin, 2000, p. 45, tradução nossa), ou explicitada, quando a “versão é oferecida como melhoria”<sup>6</sup> (Bolter & Grusin, 2000, p. 46, tradução nossa). Há, ainda, casos em que o meio se autorremedia, como nos remakes ou refilmagens.

<sup>2</sup> No original: “a medium is that which remediates. It is that which appropriates the techniques, forms, and social significance of other media and attempts to rival or refashion them in the name of the real”.

<sup>3</sup> No original: “in which a newer medium is imitated and even absorbed by an older one”.

<sup>4</sup> No original: “What is new about new media comes from the particular ways in which they refashion older media and the ways in which older media refashion themselves to answer the challenges of new media”.

<sup>5</sup> No original: “The digital medium wants to erase itself, so that the viewer stands in the same relationship to the content as she would if she were confronting the original medium”.

<sup>6</sup> No original: “Creators of other electronic remediations seem to want to emphasize the difference rather than erase it. In these cases, the electronic version is offered as an improvement, although the new is still justified in terms of the old and seeks to remain faithful to the older medium’s character”.

As videolocadoras, os repositórios virtuais e os serviços de streaming reprocessaram o conteúdo midiático. É preciso investigar como se deu essa ação e os atores envolvidos, discutidos a partir da sua estruturação na próxima seção. Além da produção de obras originais, aponta-se como “melhoria” proporcionada pelas atividades a ausência de sincronização obrigatória, definida por Jesús Martín-Barbero (2002) mediação de “temporalidade social”, ou seja, o “tempo a partir do qual o homem se pensa social” (p. 317). A simultaneidade da recepção gera essa mediação, que não é comum sob demanda. Vale apontar também que uma das primeiras respostas às novas plataformas foi o oferecimento de aplicações assíncronas principalmente como cortesia. A proposição é que o conteúdo permanece como elo, ainda que o modo de acesso mude.

### Estrutura: Regras e Recursos

A teoria da estruturação, proposta pelo sociólogo britânico Anthony Giddens, revela no nome seu componente fundamental: a estrutura. Segundo o autor, ela é constituída por “regras e recursos, recursivamente implicados na reprodução de sistemas sociais” (Giddens, 2009, p. 442). Há bens, seja de natureza material ou imaterial<sup>7</sup>, regidos por normas, sendo os *recursos* e as *regras* indicados respectivamente. Ademais, o ato de reproduzir é tornar a ser produzido; a repetição do ato é revista. Estruturar, na concepção giddensiana, é articular os dois princípios (regras e recursos), fazendo erigir uma sistemática desse relacionamento.

<sup>7</sup> Recurso material é também denominado palpável e alocativo. Já recurso imaterial é chamado de autoritário ou de impalpável pelo autor.

Um recurso *autoritário* ou imaterial difere do recurso *alocativo* ou material. De um lado, tem-se a detenção da racionalidade; do outro, sua materialização. Quando não existe diretriz, esse bem pode ser manipulado ao bel prazer, superando a concentração do agir, indispensável para a feitura de processo único a ser imitado. O regimento mantém o alinhamento: acordos feitos oralmente ou por escrito pelos envolvidos visam à segurança, e elos e domínios são exprimidos nessa articulação. Indo além da feitura do bem, as negociações, os reconhecimentos e as dependências são incluídas na estruturação:

A armazenagem de recursos autoritários e alocativos pode ser entendida como envolvendo a retenção e o controle de informação ou conhecimento, de acordo com os quais as relações sociais são perpetuadas ao longo do espaço-tempo. A armazenagem pressupõe meios de representação da informação, modos de recuperação ou recordação da informação e, como todos os recursos de poder os modos de sua disseminação. (Giddens, 2009, p. 308)

Esclarecidos esses conceitos, acrescenta-se à discussão as videolocadoras. São estabelecimentos comerciais, responsáveis pelo aluguel de fitas e discos que contenham filmes, embora seriados também estivessem presentes no acervo, em menor volume<sup>8</sup>. As mídias, como recursos, são fornecidas pelo distribuidor seguindo uma escala temporal, denominada janelas de exibição, de distribuição ou de estreias, definidas por Luiz Gonzaga Assis de Luca (2004) como “autorizações cronológicas gradativas” (p. 197). O regimento que apoia essa prática é composto pela Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que trata de direitos autorais, e pela Lei nº 10.695, de 1º de julho de 2003. Nelas, são encontrados os recursos de armazenamento e audiovisual conjugados, entre os quais o material proveniente da televisão e do cinema está inserido. Já a natureza do suporte, que era magnética, agora é digital, e a duração da cessão de seu uso é limitada pelo locatário.

<sup>8</sup> Algumas lojas possuíam produção semiprofissional, principalmente, de conteúdo adulto. Todavia, o percentual de originais não chegou a ser expressivo. Existiu, também, produção para distribuição apenas em VHS e DVD.

O videocassete surgiu como instrumento de captura e de reprodução de vídeos. Neste trabalho, o termo simboliza técnicas similares. A veiculação da TV contém produtos diversificados, oriundos do seu arranjo próprio ou do cinematográfico, que são assaltados por essa instrumentalidade. Ocorreram estranhamentos e tentativas de dismantelar seu emprego por empresas do negócio em questão. A terceirização da criação e a diversidade de atuação das entidades dificulta apontar qual polo do mercado audiovisual respondeu com maior afinco a essa investidura, igualando-as.

Edward Jay Epstein (2008) recuperou o confronto notável entre a indústria de tecnologia e as empresas de conteúdo na década de 1970, que culminou na determinação de formato no setor. Segundo o autor, a Universal acionou a justiça

contra a Sony pela criação da modalidade Betamax. A técnica de gravação foi obtida da Ampex por Akio Morita e aprimorada pela Sony. Com isso, outras corporações logo fizeram reclamações legais similares, todavia, nenhuma delas obteve vitória nessa empreitada. Por fim, “depois de enfrentar os estúdios de Hollywood nos tribunais, Morita não conseguiu persuadi-los a lançar suficiente número de títulos no formato Betamax para concorrer com o VHS” (Epstein, 2008, p. 60). Esses padrões sucederam o modelo U-matic, lançado em 1971: o Betamax surgiu em 1975 e o VHS, em 1976. A partir dessa situação crítica, é visível como esse modo de entretenimento já nasceu sendo questionado por atingir diretamente o controle do recurso das organizações.

No exame do período de 1975 até 1985, consoante com a implementação e com a consolidação do videocassete nos Estados Unidos, Shawn Michael Glinis (2015) citou a mudança discursiva após os tensionamentos acerca de direitos autorais. Com sanção favorável à Sony, em 1984, os estúdios tiveram que absorver o consumo doméstico. O que se ressalta é a duração dos debates em torno da ilegalidade e o desprezo pelo setor em expansão. Primeiramente, subtraiu-se o fluxo contínuo televisivo, e é daí que provém a vinculação com a telinha. Depois, com a alta penetrabilidade de fitas pré-gravadas licenciadas por empresas de cinema, superou-se essa característica fundadora, associando-se à telona. Destaca-se, então, a vinculação midiática pelo conteúdo.

Frederick Wasser (2001) revelou que o estúdio 20<sup>th</sup> Century Fox cedeu às investidas financeiras da Magnetic Video Corporation em 1977, iniciando o processo de licenciamento. Porém, como a Fox, os proprietários de direitos não previram a locação das fitas. Conforme explicou o autor, eles tentaram contrair o movimento quando este aflorou, mas foram impedidos legalmente pelo próprio código autoral, que consentia com a conduta sob a luz da chamada “primeira doutrina de venda”. Assim, restaram apenas desestímulos financeiros em relação à perda do controle da obra e de seu uso.

<sup>9</sup>O fomento de obras pode ser considerado capital, isto é, o poder de custear e adentrar no âmbito reunindo elementos capazes de favorecer a criação. Ele resulta de questionamentos sobre a subordinação às distribuidoras e suas regras temporais. Essa honraria conquistada pelo conteúdo original torna-se, também, um elemento destacável que alimenta não só o consumo, mas também a fabricação, enquadrados na ideia de recurso de Giddens (2009). Há marcos exibitivos e produtivos na cadeia de eventos da categoria, acontecimentos que demonstram avanços. Em 2012, a Netflix adota aquilo que se pode chamar de distribuição exclusiva, licenciando *Lilyhammer* para localidades em que a série ainda não havia sido lançada em nenhuma tela. Em seguida, a plataforma investiu nas elaborações próprias, como *House of Cards* e *Hemlock Grove*, além de adquirir o direito de continuar a realização de *Arrested Development*. Elas angariaram nomeações e prêmios no principal evento do setor televisivos em 2013, o Emmy Awards, expandido os limites do fazer e do exhibir da TV. Outros feitos reconhecidos pela crítica são *Transparent* (2015), na Amazon Prime Video, *Cobra Kai* (2018), no YouTube e *The Handmaid's Tale* (2017), para Hulu.

O serviço digital de entrega de vídeo, por sua vez, permite acesso à produção ou catálogo via conexão, predominantemente para streaming, embora haja a possibilidade de download na aplicação. É importante a distinção, porque existe um movimento marginal centrado na transferência de arquivos em repositórios. Cada servidor produz e/ou adquire licença condizente com a diretriz de autor para o comércio. Logo, o recurso pode ser próprio<sup>9</sup> e/ou licenciado. Obras de terceiros são disponibilizadas conforme escala do produtor. Essas aplicações possuem regras próprias de funcionamento, como os termos de uso da Netflix:

Você concorda em usar o serviço Netflix, incluindo todos os recursos e funcionalidades associadas de acordo com as leis, regras e regulamentos aplicáveis ou outras restrições de uso do serviço ou conteúdo previstas nas mesmas. Você também concorda em não arquivar, reproduzir, distribuir, modificar, exibir, executar, publicar, licenciar ou criar trabalhos derivados, colocar à venda ou utilizar (exceto nas formas expressamente autorizadas por estes Termos de uso) o conteúdo e as informações contidas ou obtidas do serviço Netflix ou por meio deste. Você também concorda em não contornar, remover, alterar, desativar, degradar ou adulterar quaisquer das proteções de conteúdo do serviço Netflix, usar qualquer robô, *spider*, *scrapers* ou outros meios automatizados para acessar o serviço Netflix, descompilar, executar engenharia reversa ou desmembrar qualquer software ou outros produtos ou processos acessíveis pelo serviço Netflix, inserir qualquer código ou produto ou manipular o conteúdo do serviço Netflix de qualquer forma ou usar métodos de data mining, coleta de dados ou extração de dados. Além disso, você concorda em não fazer upload, publicar, enviar por e-mail, comunicar ou transmitir de qualquer forma qualquer material designado para interromper, destruir ou limitar a funcionalidade de qualquer software, hardware ou equipamento de telecomunicações associado ao serviço Netflix, incluindo vírus de software, código, arquivos ou programas. A Netflix poderá cancelar ou restringir seu uso do serviço se você violar estes Termos de uso ou se envolver no uso ilegal ou fraudulento do serviço. (NETFLIX, 2021)

A partir do exame da lista *Serviços de Vídeo sob Demanda Disponíveis no Brasil*, publicada pela Agência Nacional de Cinema (Ancine, 2018), foram identificadas

inúmeras origens de ramificações. O Quadro 1 mostra que as diferentes funções da cadeia do negócio audiovisual possuem aplicações. O meio principal tem flexibilizado sua recepção com essas propostas acessórias, objetivando manter seu público. Esse resgate permitiu compreender a vinculação com a televisão, visto que a maioria das aplicações deriva do seu negócio.

Origem	Nome do VoD
Canais de televisão aberta	R7 Play, Globo.tv+ e OldFlix
Canais de televisão fechada	AXN, Canal A&E play, Canal Sony, Cartoon Network Go (CN Go), Play MeuLifetime, Play Seuhistory, Space Go, TNT Go, Fish TV, Watch ESPN ou ESPN Play, Philos TV, NBA TV, Cinemax Go, + Bis e Telecine On
Programadoras de televisão fechada	Fox Play – FOX+, HBO Go, Globosat Play, Cracle e Esporte Interativo Plus
Empacotadora de canais de televisão	PlayPlus <sup>10</sup>
Operadoras de televisão fechada	Clarovídeo, Sky Online, Vivo Play, Net Now e Oi Play
Festivais	My French Film Festival
Locação de dispositivos móveis	Netflix e Netmovies

<sup>10</sup> Foi acrescentada pelo autor.

Quadro 1: Serviços oriundos de estruturas clássicas distributivas

Nota. Elaboração própria.

Outrossim, existem plataformas desconexas do setor, com produção própria, cedida e/ou licenciada (Quadro 2).

Origem	Nome do VoD
Ativismo	Afroflix e LibreFlix
Instituições sociais	Videocamp
Instituições religiosas	Univer Vídeo
Empresas de tecnologia	Microsoft Movies & TV, Xbox Video, Sony Video Unlimited, Enterplay, Google Play e Itunes Store
Rede social, sites, sites de compartilhamento e comunidades	Mubi, Vimeo, Vevo e YouTube
Aplicativos digitais	Planet Kids e Babidiboo.tv
Oferta digital	ScapCine, Looke, SmartVOD, Amazon Prime Video e ChunchyRoll

Quadro 2: Novos atores e serviços de vídeo sob demanda (VoD)

Nota. Elaboração própria.

### Regularidade das Estruturas

A estrutura, que é constituída por regras e recursos, permanece a partir da repetição da dinâmica que articula esses dois elementos. Giddens (2009) propôs a regularidade como condição básica, ou seja, a realização dessa ação de maneira periódica. Esse conceito é fundamental para a compreensão da consolidação de atividades no cenário estudado, avaliando permanências e rupturas.

Além disso, provém dessa teoria o entendimento de que a “estrutura” é coagida a se manter conforme foi programada sob a fiscalização da sociedade. Isso quer dizer que, uma vez instituída, há a repetição e a observação da relação entre regras e recursos. O autor constatou que ocorrem movimentações de reavaliação desse engendramento. Logo, uma modificação pode surgir e reestruturar o labor sob a égide da reflexividade. Essa revisão desencadeia outra circunstância: a recursividade.

De acordo com Giddens (2009), as operações “não são criadas pelos atores sociais, mas continuamente recriadas por eles através dos próprios meios pelos quais eles se expressam como atores” (p. 3). Portanto, alterações em torno de regras ou recursos despontam e são avaliadas, descartadas ou incorporadas e, se não são reiteradas, desaparecerão. E é à luz desses conceitos que, a seguir, são discutidas as locações física e virtual.

#### *Locação Física: Videolocadora*

Historicizar a consolidação das videolocadoras no Brasil é pertinente para entender não só o trânsito do recurso midiático e a reavaliação de regras até então existentes, mas como se logrou a regularidade. Em 2017, Alan Oliveira lançou o documentário *CineMagia: A História das Videolocadoras de São Paulo*, que relatou movimentações pioneiras do segmento na capital paulista, revelando que a fita magnética e a máquina eletrônica incumbida de sua leitura chegaram ao Brasil pelas mãos de pessoas que viajavam para o exterior. Embora polêmico<sup>11</sup>, notou-se, lá fora, um mercado de aparelhos e dispositivos que não existia por aqui. O conhecimento da existência da tecnologia propiciava pedidos desses requisitados *souvenires* para quem estava com uma viagem marcada. Aliás, com a posse do dispositivo, a busca por produções para assistir era constante. Entretanto, conhecer o viajante, depender de sua boa-vontade para realizar compras e a disposição para custear esse ingresso eram fatores importantes nesse trânsito dispendioso. Havia, portanto, a restrição econômica. Outrossim, os cassetes não possuíam traduções nesse período inicial, resultando em um impedimento linguístico, e os padrões de sinais desencadeavam problemas na coloração, o que, mais tarde, foi assumido como função dos distribuidores, isto é, a responsabilidade pela busca da matriz, multiplicação e legendagem.

Oliveira (2017) resgatou os primeiros empreendimentos de locação em São Paulo, além de clubes para intercâmbio. O exemplo mais notável foi de Adelino dos Santos de Abreu, vulgo Ghaba, que fundou a Omni Vídeo no final da década de 1970. Os clientes manifestavam o desejo via telefone e Ghaba tentava supri-lo. Esse empreendimento erigiu aos poucos de um cômodo qualquer na casa de sua sócia, a cineasta Helena Cunha Bueno, e se expandiu até o espaço característico. O acervo, *idem*. As trocas e empréstimos estão no cerne, tendo o segundo sobressaído em sua sucessão. O empenho daqueles que estavam encantados pelas novas possibilidades técnicas levou à superação das limitações. Na produção documental, a ação dos fundadores foi qualificada como “aventureira”. Eles eram, a princípio, consumidores, entretanto, os papéis foram ampliados e esse entusiasmo levou o ofício adiante. Eles vislumbraram rendimentos e aplicaram seu tempo e dinheiro na empreitada. Porém, ao contrário dos Estados Unidos, como já foi apontado, não ocorreram disputas logo no início da atividade por aqui. No país, os aluguéis emergiram da avaliação de que, na periodicidade do assistir, alugar uma maior quantidade de títulos era mais viável do que a posse de poucos títulos.

Os recursos das videolocadoras na fase inicial no Brasil eram importados, então, à medida que se deu início à cópiagem dessas fitas sem a supervisão dos estúdios, os direitos foram infringidos. Oliveira (2017) expôs como exemplo o depoimento de Antônio Fidalgo, proprietário da Video Norte, afirmando que essa empresa gerava dispositivos para locação a partir das obras encontradas na Omni Vídeo no ano de 1982. Como não havia provimento e controle, a cópiagem permitiu expandir o consumo e criar o hábito de alugar, com permanências no encontrar do locador e do locatário.

<sup>11</sup> O estranhamento derivou dos embates entre estúdios e empresas de tecnologia proponentes do videocassete.

<sup>12</sup> Filiações das distribuidoras.

Uma vez estabelecido o comércio, surgiram entidades<sup>12</sup> que exploravam a posse de licenças e buscavam superar a replicação indiscriminada. Um marco foi resgatado pelo documentarista: em 1987, o Conselho Nacional de Cinema (Concine) instituiu um crucial instrumento regulatório que obrigava as videolocadoras a apresentarem as notas fiscais da aquisição de VHS. São distinguidas, assim, “fitas seladas” e “fitas alternativas”, ou seja, as legais das ilegais, respectivamente, adquiridas ou não de seus detentores de direitos. Assim, a prática da cópiagem foi enfraquecendo de tal maneira que chegou ao ponto crítico em que “os estúdios licenciavam – ou de fato, emprestavam – um grande número de cópias às videolocadoras em troca de uma participação nas taxas de locação” (Epstein, 2008, p. 214).

Passando para o final da década de 1990, sobreveio uma mudança significativa no recurso de registro dessas lojas: o VHS passou a ser substituído gradualmente pelo DVD, havendo um longo tempo de convivência entre eles. O VHS cai em desuso e sua fabricação é definitivamente descontinuada em 2008. Porém, as empresas de alugueis foram perdendo sua hegemonia para a notável replicação ilegal das mídias. O conteúdo digital estava além do que as lojas podiam oferecer diante das hierarquias de telas. Obras recém-lançadas eram encontradas facilmente, enquanto videolocadoras eram obrigadas a esperar seu momento na escala temporal.

Gravadores se popularizaram como tecnologia ao serem acoplados aos computadores pessoais. A cópiagem a partir de uma matriz era simples, sendo proveniente de capturas feitas em sessões e de furtos de bases. Dada essa facilidade, o público, que antes se dirigia até as videolocadoras, debandou para os camelódromos, nos quais se podia obter o suporte com o filme em cartaz sem a necessidade de custear uma visita ao cinema com hora marcada ou alugá-lo tardiamente. A multiplicação de discos assemelhou-se ao período de formação: empresas foram comprimidas por atitude similar à praticada nos primórdios, só que não mais sob a égide de empréstimos, visto que o dispositivo ilícito estava ao dispor e por preço acessível.

Filme inédito, barato e flexibilizado, mas furtado. Essa natureza não deixava de ser identificada pelo consumidor, mas a permanência desses eventos foi possível porque existiu uma regularidade da aquisição clandestina. As pessoas “refletiam” sobre as vantagens, bem como sobre os perigos da sua aquisição (Giddens, 2009), como a possível falta de qualidade do produto e a preservação do equipamento de reprodução. Entretanto, os sancionamentos eram ineficazes, com as infrações atingindo apenas produtor e vendedor. Dessa forma, pode-se compreender a persistência da produção, da distribuição e da recepção. E foi essa comercialização que favoreceu o desmantelamento das lojas físicas. Paralelamente a esse mercado, outra forma começava a ser delineada: a entrega via rede mundial de computadores, como discutiremos na próxima seção.

Até aqui, foi observado o recurso: sua entrada, reunião em acervo e disponibilização com atualização periódica. Foi necessária a continuidade do fruir e de seu fornecimento para que a função também tivesse seguimento, no que tanto a videolocadora quanto o consumidor atuaram para constituir a prática ordinária. É importante agora aprofundar, segundo o ponto de vista das regras, a sistemática da entrega de vídeo doméstico.

Para ser inserida no negócio audiovisual, a locação foi avaliada como uma forma viável e, por seu potencial, tornou-se um espaço de disputas. Os principais filmes transitavam conforme os prazos previamente estabelecidos, as janelas de exibição, ao passo que outros tinham entradas suprimidas em algum meio de acordo com o seu “plano de carreira”. Luca (2010) apresenta a duração desse curso em certa época:

No Brasil, até alguns anos atrás, um filme só chegaria à locadora de vídeo (*rental*) 150 dias após seu lançamento nos cinemas; à venda direta de DVD ao consumidor (*sell through*) em 180 dias, à televisão paga por demanda (*pay-per-view*) em 270 dias, à televisão paga transmitida (*pay tv*) em 330 dias e à televisão aberta (*free tv*), 660 dias após o primeiro lançamento. (p. 132)

Analisando esse excerto, percebe-se que a videolocadora estava à frente de outros veículos. Essa regra possibilitou que a atividade de locação se estabelecesse, porém, por ironia, ao final, foi ela mesma que desestimulou sua continuidade. Isso, porque as gravações ilegais atingiram a reserva de mercado de 30 dias naquela ocasião e, em seguida, aceleraram-se ainda mais.

O *Informe de Mercado de Janelas de Exibição* (Ancine, 2015) apontou que a média de duração do deslocamento no ano do cinema ao vídeo doméstico foi de 123 dias. Essa colocação estratégica vem sendo questionada atualmente: a ordenação e a duração foram postas em xeque. Em localidades como a França, contudo, as janelas de exibição foram instituídas por lei.

Essa linha temporal refere-se aos lançamentos. Uma vez cumprido o prazo de exibição, o filme vai para uma próxima tela, em um trânsito que foi modelado gradualmente. Os suportes foram surgindo e as possibilidades de licenciamento sendo testadas. Paralelamente ao cinema, estava a televisão. De acordo com Epstein (2008), ela possibilitou que a projeção de filmes antigos fosse descontinuada em sessões. Em seguida, vieram a modalidade paga, as mídias móveis e a locação. Em todo caso, o que sempre moveu os estúdios foi a comercialização de licenças, seja de clássicos ou lançamentos, cuja entrada é facilitada pela natureza inédita. Por isso, as corporações direcionavam os títulos antigos para outras telas. No entanto, essas lojas não responderam como era esperado. Nas palavras do autor: “como estas compravam poucas cópias desses filmes (que então podiam alugar milhares de vezes sem pagamento adicional), o lucro era pouco” (Epstein, 2008, pp. 219-220).

A história do que se exibe no cinema americano parte da aquisição de licenças, passa pela necessidade produtiva causada pela falta do que se projetar, atinge sua distribuição visando custear e lucrar com a realização, a dissociação da atividade produtiva e de exibição pela concentração do mercado, até alcançar a lógica da reexibição ao predominantemente inédito com sincronização de estreia, como sintetizado a partir de Schatz (1991). Já no ciclo da videolocadora é notada a presença de VHS e de DVD, com suas respectivas máquinas de visualização. Os recintos de projeção, de locação e de venda serviram para balizar o consumo e os distribuidores forneciam a matéria de exibição.

<b>Importações de dispositivos e fitas magnéticas</b>
Constituição das primeiras lojas e clubes
Copiagem indiscriminada de fitas
Fabricação de equipamentos no país
Regularização das fitas proposta pelo Concine
Lançamento do disco versátil digital (DVD)
Convivência de fitas com DVD
Copiagem indiscriminada de discos via computador

*Quadro 3: Principais eventos envolvendo a locação física*

*Nota. Elaboração própria.*

Vale destacar que o videocassete sofreu um processo de sofisticação e foi relacionado com a conexão. A título de ilustração, em 2007, a TiVo associou-se à Amazon na oferta legal de conteúdo sob demanda (“Amazon Unbox on TiVo...”, 2007). Claramente, o recurso da videolocadora provém majoritariamente do arranjo do cinema, embora assistido no mecanismo historicamente ligado à televisão.

#### *Apropriação Indevida e Locação Virtual*

Em paralelo às tiragens clandestinas de DVD, a conectividade foi se desenvolvendo a ponto de assegurar, atualmente, um dos principais canais de recebimento audiovisual. Contudo, existiu um percurso até se chegar à forma institucionalizada que conhecemos.

A internet, na sua versão civil, começou a se popularizar no final da década de 1990 e início dos anos 2000, com conexão discada e prevalentemente verticalizada pelo seu caráter consultivo. No princípio, os internautas utilizavam a rede mundial de computadores na qualidade de receptores de dados fornecidos por empresas, que alojavam as informações em servidores gestados por provedores. Os dispositivos de armazenamento eram de baixa capacidade, tais como os disquetes e os discos compactos, e estavam longe de atingir o potencial receptivo para vídeo: 1,44 MB e 700 MB, nessa ordem. Com 9 GB, o disco versátil digital aumentou expressivamente as possibilidades. Ademais, como eram ferramentas que estavam à mercê de instituições, a horizontalidade só foi viabilizada pelo acesso dedicado e pela superação das posições de “computador” e de “servidor”: a máquina tornou-se capaz de requisitar e fornecer dados por ela armazenados, respectivamente. A compreensão do vídeo também deve ser lembrada nesse contexto.

Antes oferecidos às empresas, os servidores foram destinados para usuários comuns. No início dos anos 2000, os repositórios domésticos converteram-se em itens prestigiados: Hotfile (2001), RapidShare (2002), YouSendIt (2004), MediaFire (2005), 4Shared (2005), Megaupload (2005), DepositFiles (2006), FileSonic (2008) e FileServe (2008). De seus nomes, emanam os sentidos acerca das propriedades do arquivo e do compartilhamento. Esses bancos para dados foram avaliados como ideais para o intercâmbio de materiais. Todavia, do mesmo modo que a popularização, seu declínio se concentra em um mesmo intervalo: o início da segunda década do século XXI. A partilha de recurso sem consentimento dos proprietários, infringindo regras, foi o motivo da descontinuidade desses projetos. Assim, a locação virtual se aproveita dessa verve para seu estabelecimento.

Em resumo, os movimentos repetitivos fincaram sua ação, ou seja, houve muita oferta e demanda de produto, na maioria das vezes de forma ilegal, o que levou à derrocada. Casos notórios como o do Megaupload<sup>13</sup> são rememorados até hoje.

<sup>13</sup> O fechamento deste repositório se deu em 19 de janeiro de 2012, antecedido pelo *Stop Online Piracy Act* (Sopa) e pelo *Protect IP Act* (Pipa). De um lado da trincheira, estavam organizações sociais dos proprietários de direitos, como a Motion Picture Association of America e a Record Industry Association of America e, do outro, as novas aplicações digitais, entre elas, Megaupload. O modelo de disponibilização tornou-se sinônimo de algo a ser combatido, e é citado hoje em vários termos de usos de repositórios atuais. Naquela época, o portal se eximia da responsabilidade daquilo que era armazenado, culpando seu usuário, conduta comum entre seus pares. Como políticas de coibição foram insuficientes, coube como penalização a sua descontinuidade.

Encontramos, portanto, três momentos da “proposição” tecnomediática: (a) invenção para atender a um “problema” percebido na situação social prévia àquela tecnologia; (b) deslocamento ou transbordamento para outras situações, em decorrência da disponibilidade da invenção e de sua derivação para outros usos, levando a outros desenvolvimentos tecnológicos; e, finalmente, (c) um momento em que o sistema se torna autopoiético – deixando de ser dependente de dinâmicas “anteriores” (pré mediatização), que tinham sido necessárias e suficientes para desencadear processos. (BRAGA, 2006, p. 6)

Seguindo essa lógica, a expansão da memória continuou: Microsoft OneDrive (2007), Dropbox (2008), Apple iCloud (2011) e Google Drive (2012) vieram com o *cloud computing*. A transferência de grandes volumes de informações também se especializou. O WeTransfer (2009) é um bom exemplo. E é importante, ainda, situar o YouTube (2005), com assistência integrada à inserção do vídeo, envolvido em embates similares sobre a pirataria. No seu fruir, deixa de ser necessário o download para assistir ao arquivo na rede: a transmissão enquanto se recepçiona tornou-se alternativa ao descarregamento total do arquivo, que era o mote dos arquivos do começo do século XX.

A binaridade do produto e do meio permitiu ao arquivo transitar, despreendendo-se de uma materialidade que servia até então para o deslocamento. Porém, não se tinha velocidade de transmissão e de armazenamento capazes de dar sustentação ao seu movimento nos primórdios da internet. Superada essa condição, tornou-se fácil não só encontrar um registro como também replicá-lo. A apropriação do recurso que ocorria na forma física foi intensificada no ambiente virtual, a destacar, sob a ação de fãs. Como algumas produções não chegavam até o espectador pelos meios tradicionais ou apareciam tardiamente, o material passou a ser subtraído de transmissões e compartilhado em grupos digitais, unidos pela afinidade e possibilitados pelas redes sociais, listas e fóruns de discussão.

Nessa descrição do período que sucede as videolocadoras e antecede a consolidação dos serviços de streaming, foram encontradas melhorias no conectar, processar, transmitir, capturar, alocar, encontrar, publicizar, consumir, legendar e interagir. Com o licenciamento da obra, introdução em servidor e a comercialização de assistência, não é mais a memória o principal produto a ser vendido, mas uma experiência com artefatos do seu interior.

Dado que as janelas de exibição constituem uma rotina distributiva, principal regra da indústria audiovisual, as aplicações digitais precisaram demonstrar viabilidade para adentrar esse arranjo. Por exemplo, Ted Sarantos, da Netflix, revela as dificuldades nesse processo:

O uso de janelas também nos apresentou um desafio quando entramos pela primeira vez no negócio de streaming. Todos os grandes estúdios possuíam acordos de *pay-TV*, que normalmente concediam aos canais premium e às redes a cabo os direitos exclusivos para os lançamentos importantes por um período de nove anos após o lançamento do DVD. Para nós, isso bloqueou

todos os principais lançamentos de filmes de nossos negócios por nove anos. Fomos forçados a licenciar títulos que estavam nos cinemas dez anos antes. Então, como inovadores clássicos, começamos com um produto – nosso negócio de streaming – que atendia às necessidades de apenas alguns consumidores. Foi apenas um complemento ao nosso negócio de DVD. Não custou extra; na época, não valeu a pena pagar extra. Mas porque nós oferecemos, as pessoas começaram a desenvolver o hábito de assisti-lo. Em seguida, o conteúdo melhorou, a entrega melhorou – não houve mais *buffering* – e o ambiente de licenciamento foi aberto. Nós compartilhamos um acordo de licenciamento com a Starz, que ajudou a encolher o prazo de nove anos para seis meses.... Foi uma nova janela que criamos com redes de transmissão e canais a cabo para licenciar seus shows em um modelo de temporada. É um mercado especialmente grande para canais a cabo<sup>14</sup>. (Curtin et al., 2014, pp. 133-134, tradução nossa)

<sup>14</sup> No original: “Windowing also posed a challenge to us when we first entered the streaming business. Every major studio had a pay-TV deal, which typically grants premium channels and cable networks exclusive rights to major releases for a period of nine years following the DVD release. For us, that blocked every major movie release from our business for nine years. We were forced to license titles that were in theaters ten years earlier. So, as classic innovators, we started out with a product – our streaming business – that addressed the needs of only a few consumers. It was just an add-on to our DVD business. It didn’t cost extra; at the time, it wasn’t worth paying extra. But because we offered it, people started developing the habit of watching it. Then the content improved, delivery improved – no more buffering – and the licensing environment opened up. We shared a licensing agreement with Starz, which helped shrink that nine-year window down to six months.... It was a new window we created with broadcast networks and cable channels to license their shows in a season-after model. It’s an especially great market for cable channels”.

<sup>15</sup> Quando o serviço é oferecido como elemento acessório, o objetivo é flexibilizar a assistência do meio principal.

Essa regra passou a ser questionada pelo público. Qual é a razão da morosidade na entrada de conteúdos nas telas do país? Por que esperar essa chegada pelos meios tradicionais se há mecanismos que permitem obtê-los de forma mais ágil e sem sancionamentos? O nível de reflexividade superior vai em oposição à manutenção de *rotinas* tanto do meio como da lógica de distribuição. Por isso, passam a ser desenvolvidas estratégias, tais como as estreias simultâneas e a diminuição desses intervalos, para minimizar os danos da pirataria. Entre rupturas, há continuidade na regra e no recurso, televisivo e cinematográfico, ao mesmo tempo que se baixam filmes e séries que são vistos também em computadores ou em outros dispositivos.

### Racionalidade, Consciências e Rotinas

Objetivos instituem atividades, as quais surgem por alguma razão e com acertado incentivo permanecem – os termos “racionalidade” e “motivação” denotam essas premissas no pensamento de Giddens (2009). O contínuo rememoração seria exaustivo, ou seja, a necessidade de enunciar entendimentos em cada agir; por isso, o sociólogo britânico apresenta dois conceitos para marcar quando se externam e quando não se externam as objetivações: *consciência discursiva* e *consciência prática*, respectivamente. Embora não seja declarada, a sabedoria é reconhecida em ambas as situações. Na sua visão, indivíduos “sabem (creem) acerca das condições sociais, incluindo especialmente as de sua própria ação, mas não podem expressar discursivamente” (Giddens, 2009, p. 440).

Ao examinar as razões de funções encontradas na esfera de ação, pode-se elencar: o distribuidor almeja o maior número de transações de mídias de armazenamento e de licenças digitais, fazendo escoar a obra por mais tempo, enquanto perdurar sua vida útil; a loja tem como propósito angariar quantidade significativa de empréstimos; a plataforma objetiva mercenciar assinaturas ou obras individuais quando classificadas como negócio principal<sup>15</sup> e, para manter o usuário, dados de assistências são levantados, artefatos condizentes são produzidos e licenciados e o locatário quer se desvincular da agenda midiática e ampliar possibilidades de seleção; a personalização da experiência e conteúdos diferenciados são os elementos que justificam sua ação, isto é, o sair de casa ou o acionar desses servidores. Tendo isso em vista, é a lucratividade que instiga as movimentações dos dois primeiros polos, enquanto a busca por entretenimento custeia a prática do terceiro.

Nesse sentido, ir à videolocadora é uma ação determinante para se ter sucesso em outra prática: a assistência. Com algum ou nenhum título ou gênero em mente, reservado ou não, desloca-se para o recinto, conversa-se sobre produções ali ofertadas, caminha-se entre as prateleiras com filmes separados por gêneros, segura-se a embalagem entre os dedos e lê-se a sinopse. As estrelas sobressaem nas ilustrações. Escolhido o conteúdo, permanece-se com ele conforme o tempo estipulado pela empresa. As idas continuam assíduas enquanto o resultado da avaliação do locatário indicar viabilidade. Porém, a reflexividade foi desmotivando-o a permanecer seguindo o trajeto, uma vez que a pirataria, seja de DVD ou virtual, passa a integrar o seu processo reflexivo. Quem frequenta ou frequentou esses recintos possuía a sensação dessa estabilidade fundadora que permaneceu em evidência por 30 anos, dos anos 1980 aos 2000. Hoje, essa sensação já não mais existe,

a resistência e o declínio das videolocadoras são sentidos por quem se dirige aos escassos empreendimentos do ramo.

Ora, as práticas são ordinárias, isto é, elas são realizadas com certa assiduidade por indivíduos que dedicam parte de suas agendas para executá-las. Constitui-se, dessa forma, uma rotina, referência para situações no dia a dia. De fato, viver “envolve uma segurança ontológica, que expressa uma *autonomia do controle corporal* no âmbito de *rotinas previsíveis*” (Giddens, 2009, p. 58) e a “a rotina funda-se na tradição, costume ou hábito” (Giddens, 2009, p. 101). Essa definição associa-se com a consciência prática:

os seres humanos são altamente instruídos no que diz respeito ao conhecimento que possuem e aplicam na produção e reprodução de encontros sociais cotidianos; o grande volume desse conhecimento é, em sua maioria, de caráter mais prático. (Giddens, 2009, p. 25)

O que justifica, então, o deslocar até uma locadora ou a assinatura de um serviço online? Por que essas vivências são escolhidas em detrimento de outras? Quais são as razões que justificam seu custeio? Por que se seleciona determinada obra para fruir? Esses são alguns questionamentos realizados durante o curso dos acontecimentos, e eles refletem-se na tomada de decisões; medita-se sobre o que e como é oferecido o conteúdo pela mídia. Ou seja, há uma reflexividade similar a consciência discursiva, embora rotinas possam surgir quando o agir torna-se regular. Logo, uma vez assinado ou conquistado o hábito de ir à locadora, as reflexões surgirão motivadas pelo quesito financeiro ou pela qualidade do que é disponibilizado. Quanto ao serviço online, as ações meditadas consistem em acionar o dispositivo e iniciar a obra. De conteúdos historicamente apresentados sob a égide da grade horária de programação de forma seriada emanam praticidade e contatos espontâneos. E nas capturas domésticas uma forma parecida com consciência discursiva também aparece: reflexividade na possibilidade de gravar, sobre o que gravar e disponibilizar para os demais. Indo além da produção de discursos, age-se.

Em arranjos estáveis, é possível perceber a *institucionalização*. Isso quer dizer que a estrutura se enraizou, o regimento tornou-se sólido e seus bens necessários: “aquelas práticas que possuem maior extensão espaço-temporal, dentro de tais totalidades, podem ser designadas como instituições” (Giddens, 2009, p. 20). Logicamente, existe um espaço. Quando essa qualidade sobressai, fala-se em *regionalização*. As videolocadoras existem até hoje. São mais de 40 anos de exercício contínuo, mesmo com alterações em formatos, colocados à disposição do público em suas prateleiras, cujo grande símbolo institucional foi a Blockbuster Inc. pela sua penetrabilidade internacional. A atividade ainda possui a estrutura fundamental: entrada e saída de dispositivos por algum vintém. Sua espacialidade singular no âmbito urbano contrasta com a modalidade virtual, sem delimitação.

### Considerações Finais

Este trabalho discutiu estruturalmente as videolocadoras, os repositórios virtuais e os serviços de streaming. Trata-se de uma abordagem diferenciada que permite entender não só o advento, mas a continuidade e o declínio dessas atividades. Fazer iterados tornam-se “instituições”. O que se faz? Por quê? Com o quê? Regido por quem? Essas questões traduzem os conceitos propostos por Giddens (2009) de racionalidade, motivação, recurso e regras, respectivamente. De frequência e da localidade, regularidade, rotinas e regionalização aparecem. Por fim, o nível de entendimento na execução revela as *consciências*.

Não é mais a televisão que nos traz, bem, a televisão. Não é mais o cabo que nos dá um sistema de TV a cabo com suas opções básicas e *premium*. É uma outra coisa que nos dá acesso à divisão da televisão, ou a essa adição à televisão, ou a essa organização específica de licenciamento de televisão, mas não a outra organização de licenciamento de televisão concorrente. (Wolff, 2015, p. 102)

Para avaliar essas formas de vídeo sob demanda como “nova televisão” ou “novo cinema”, é preciso superar comparações com modos institucionalizados.

Isso porque a confrontação com modelos reduzidos suprime o caráter dinâmico aqui esmiuçado. O adjetivo indica ruptura, enquanto a vinculação com meios clássicos, algumas continuidades. A adjetivação sinaliza que muita coisa foi modificada, mas a cessão provisória de direitos para exibição no lar permanece com prazos maiores e grande volume de títulos. Sem contar, é claro, que engloba produções de grande orçamento exclusivas. Como similaridades encontradas no processo, têm-se: ideário da flexibilização defendida por um novo meio em detrimento de outros; conteúdo fundador (televisivo e cinematográfico); apropriação indevida (pirataria); superação do distribuir pelo circular, por meio da perda do controle das matrizes, além de produção própria.

O vídeo sob demanda, que, no início, era um modo de recuperar uma obra, tornou-se fim, ou seja, produz-se para ele próprio. Na contemporaneidade, há uma configuração digital conectada, com multiplicidade de produções, diversidade nos tipos de acionamento – a depender do receptor – e pronta-entrega. Assim, na *on-demand culture* (Tyron, 2013), o fruidor “move-se de um sistema doméstico pós-teatral relativamente estável associado às mídias físicas, sejam fitas VHS ou DVD, para um que é marcado pela incerteza e pela imprevisibilidade”<sup>16</sup> (p. 19, tradução nossa). As constantes mudanças no cenário e a intensa circulação de conteúdos, que estão cada vez mais nômades, ajudam a explicar esse caráter dinâmico.

<sup>16</sup> 16 No original: “moving from a relatively stable domestic, post-theatrical distribution system associated with physical media – whether VHS tapes or DVDs – to one that is marked by profound uncertainty and unpredictability”.

### Agradecimentos

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) – Processo nº 2017/25124-5.

### Referências

“Amazon unbox on TiVo” now available, offering over 1.5 million broadband-ready TiVo subscribers access to thousands of movies and tv shows. (2007). *Amazon*. <https://bit.ly/3KVMsRo>

Ancine. (2015). *Informe janelas de exibição*. Ancine. <https://bit.ly/3uXKR80>

Ancine. (2018). *Serviços de vídeo sob demanda disponíveis no Brasil*. Ancine. <https://bit.ly/3L4j2Rk>

BOLTER, J. D., & GRUSIN, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*. MIT Press.

BRAGA, J. L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia*. Paulus.

CAZANI, L. E., Jr. (2021). *Suspensão, suspense e Netflix* [Tese de doutorado, Universidade Estadual Paulista]. Repositório institucional Unesp. <http://hdl.handle.net/11449/213887>

CURTIN, M., HOLT, J., & SANSONO, K. (2014). *Distribution revolution: Conversations about the digital future of film and television*. University of California Press.

EPSTEIN, E. J. (2008). *O grande filme: Dinheiro e poder em Hollywood*. Summus.

GIDDENS, A. (2009). *A constituição da sociedade*. Martins Fontes.

GLINIS, S. M. (2015). *VCRs: The end of TV as ephemera* [Master’s thesis, University of Wisconsin Milwaukee]. UWM Institutional repository. <https://bit.ly/3xEyDD6>

Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. (1998). Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Presidência da República. <https://bit.ly/3jXsk5r>

Lei nº 10.695, de 1º de julho de 2003. (2003). Altera e acresce parágrafo ao art. 184 e dá nova redação ao art. 186 do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal, alterado pelas Leis nº 6.895, de 17 de dezembro de 1980, e 8.635,

de 16 de março de 1993, revoga o art. 185 do Decreto-Lei nº 2.848, de 1940, e acrescenta dispositivos ao Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 – Código de Processo Penal. Presidência da República. <https://bit.ly/3Mk9cuM>

LUCA, L. G. A. (2004). *Cinema digital, um novo cinema?* Imprensa Oficial.

LUCA, L. G. A. (2010). O mercado de salas de cinema (theatrical). In I. BRITZ, R. S. BRAGA & L. G. LUCA, *Film Business: o negócio do cinema* (A, DIAS & L. SOUZA, Orgs., pp. 129-180). Elsevier.

MARTÍN-BARBERO, J. (2002). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ.

NEGROPONTE, N. (1995). *A vida digital*. Companhia das Letras.

Netflix. (2021). *Termos de uso*. <https://help.netflix.com/legal/termsfuse>

OLIVEIRA, A. (Diretor). (2017). *CineMagia: A história das videolocadoras de São Paulo* [Documentário]. Prime Video.

POSTMAN, N. (1994). *Tecnopólio: A rendição da cultura à tecnologia*. Nobel.

SCHATZ, T. (1991). *O gênio do sistema: A era dos estúdios em Hollywood*. Companhia das Letras.

TYRON, C. (2013). *On-demand culture: Digital delivery and the future of movies*. Rutgers University Press.

WASSER, F. (2001). *Veni, Vidi, Video: The Hollywood empire and the VCR*. University of Texas Press.

WOLFF, M. (2015). *Televisão é a nova televisão*. Globo.

# O Demônio da Reescrita: Vilém Flusser e a Escrita Conceitual como Futuro do Escrever

**Luis Felipe Silveira de Abreu**

Doutorando em Comunicação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Pesquisador colaborador, em estágio-sanduíche, no Programa de Pós-Graduação em Letras, na Universidade Federal de São Paulo (Unifesp).  
E-mail: paraluisabreu@gmail.com

**Resumo:** Este ensaio busca refletir a provocação de Vilém Flusser sobre o futuro da escrita, à luz de movimentos literários contemporâneos de reescrita, através de pesquisa bibliográfica exploratória. Apresentamos os movimentos contemporâneos envolvidos pelo reescrever, sobretudo sob a rubrica da escrita conceitual. Entendemos que essa escrita distende o imperativo informacional do escrever, como o definia Flusser, na direção de novas possibilidades para a linguagem verbal. Estas se realizam por dois gestos, como o demonstramos: a linguagem é entendida e descrita por esses escritores como aparelho; e então esse aparelho é submetido ao jogo por meio da escrita de apropriação.

**Palavras-chave:** reescrita, aparelhos, linguagem, Vilém Flusser.

**El Demonio de la Reescritura: Vilém Flusser y la Escritura Conceptual como Futuro de la Escritura**

**Resumen:** Este ensayo pretende discutir la provocación de Vilém Flusser sobre el futuro de la escritura, a la luz de los movimientos de reescritura literaria contemporáneos a partir de una investigación bibliográfica exploratoria. Presentamos los movimientos contemporáneos que implican la reescritura, especialmente bajo la rúbrica de la escritura conceptual. Entendemos que esta escritura distorsiona el imperativo informativo de la escritura, tal y como lo definió Flusser, en la dirección de nuevas posibilidades para el lenguaje verbal. Esto se realiza mediante dos gestos, como demostramos: el lenguaje es entendido y descrito por estos escritores como aparato; y luego este aparato es sometido al juego a través de la escritura de apropiación.

**Palabras clave:** reescritura, aparatos, lenguaje, Vilém Flusser.

**The Demon of Rewriting: Vilém Flusser and Conceptual Writing as the Future of Writing**

**Abstract:** This essay seeks to reflect on Vilém Flusser's provocation about the future of writing, considering contemporary literary rewriting movements, by exploratory bibliographical research. We present the contemporary movements involved in rewriting, especially those under the rubric of conceptual writing. We understand that this writing distends the informational imperative of writing, as defined by Flusser, in the direction of new possibilities for verbal language. These are realized by two gestures, as we have shown: language is understood and described by these writers as apparatus; and then this apparatus is submitted to the game by means of appropriation writing.

**Keywords:** rewriting, apparatuses, language, Vilém Flusser.

É em um museu que Kenneth Goldsmith vislumbra o futuro.

No seu *Uncreative Writing* (Goldsmith, 2011), o poeta descreve uma visita ao Musée d'Orsay, em Paris. Mais especificamente, um passeio pela seção que Goldsmith chama de “sala das possibilidades”: sendo o museu organizado cronologicamente, essa área em questão corresponde ao momento da invenção da fotografia – e captura seu acontecimento em contraplano, ao focar a expressão de choque no “rostão” da pintura. Naquela sala, reúnem-se diversos quadros que tentam elaborar a nova tecnologia de produção de imagens, reorganizando a função e as possibilidades do pintar. Há as telas que tentam incorporar a perspectiva das lentes; há telas impressionistas que explodem com os paradigmas realistas caducados pela reprodução fotográfica; há as *trompe l'oeil*, que dobram a aposta na representação. Naquele ponto do museu, o passado encontra-se distendido, no presente, entre futuros possíveis – alguns realizados, outros perdidos no tumulto da modernidade.

Motivado por essa visão, Goldsmith pensa na linguagem. Se a fotografia introduziu nas artes visuais um novo modo de capturar a realidade, desincumbindo a pintura de suas responsabilidades de registro, as tecnologias da informação que emergem desde os anos 1980 parecem apresentar desafio similar ao gesto de escrever. “Com a ascensão da internet, a escrita encontrou sua fotografia”<sup>1</sup>, afirma o poeta (Goldsmith, 2011, tradução nossa), antes de se perguntar: quais futuros possíveis se ramificam a partir desse encontro?

Como seria uma “sala de possibilidades” da poesia?

\*\*\*

Essas interrogações ecoam uma outra, singular, que também fazia condensar as temporalidades: há futuro para a escrita?, perguntou Vilém Flusser no subtítulo de seu livro *A escrita* (1987/2010). A obra reúne uma série de preocupações anteriores do filósofo, abordando, sob a insígnia dessa pergunta, sua inquietação a respeito das transformações – culturais, cognitivas, (pós)históricas – geradas pela eclosão das tecnologias de informação e suas imagens técnicas. Diante dos novos códigos, muitos deles mais adequados aos objetivos de *tradução do mundo*, a escrita parece encontrar um beco sem saída, um vislumbre de sua própria finitude. Para aventar a possibilidade (ou a impossibilidade) de sua sobrevivência, Flusser (1987/2010) pergunta a si e ao leitor: “A questão é a seguinte: o que há de específico no escrever? De que maneira ele distingue-se de outros gestos semelhantes, do passado e do futuro – do pintar, do digitar?” (p. 18).

Conclui, a partir daí, que a escrita foi a melhor das técnicas de *registro e armazenamento de informações* – mas o foi enquanto foi. O que ela pode ser a partir daí é o legado dessa função, assomada à sua convivência com os novos códigos – que não exatamente a substituem, se não se assomam a ela. Afinal, dizer que a escrita foi *superada* é permanecer dentro de uma lógica da história linear – terreno, por excelência, da escrita (Flusser, 1987/2010). As novas codificações *subscvem* a escrita, e os que não abrirem mão de pensar por meio de tal técnica terão de aprender a jogar com essa multiplicidade.

Esse futuro imaginado via negação por Flusser foi posto há cerca de 30 anos. Quanto tempo seria necessário para verificar a efetividade daquela vidência? É possível ler na escrita contemporânea resultados dessa necessidade de reaprendizado? Há uma escrita que se *reescreve*? Como?

\*\*\*

É com Goldsmith que conseguimos entrever uma possibilidade dessas distensões. Dentro da máquina do tempo do Musée d'Orsay, ele reflete sobre os caminhos possíveis do escrever nos tempos da internet. Uma das principais mudanças introduzidas por esse meio, ele sugere, é a *comutabilidade* de seus códigos. Que essa capacidade de manipulação dos signos também seja uma questão para a literatura, tanto melhor – é por meio desta manipulação, levada ao paroxismo, que se pode traduzir uma linguagem para outra:

<sup>1</sup>No original: “With the rise of the Web, writing has met its photography”.

Enquanto o escritor de hoje é desafiado a enfrentar uma proliferação de palavras e competir por atenção, ele pode usar essa proliferação de modos inesperados para criar obras tão expressivas e significativas quanto aquelas construídas de modos mais tradicionais<sup>2</sup>. (Goldsmith, 2011, tradução nossa)

<sup>2</sup>No original: “While the writer today is challenged by having to ‘go up’ against a proliferation of words and compete for attention, she can use this proliferation in unexpected ways to create works that are as expressive and meaningful as works constructed in more traditional ways”.

Aqui, as possibilidades se abrem. Se a internet é a fotografia da escrita, o futuro desta passa por encontrar seu impressionismo: um uso de suas técnicas e seus códigos que incorpore as revoluções tecnológicas, mas as *traduzindo* para a própria linguagem.

Para Goldsmith – bem como para uma série de autores contemporâneos – esse impressionismo é a reescrita ou escrita copista: a apropriação da lógica de circulação dos sinais em redes para o gesto de grafar palavras. Apropriação que se materializa na apropriação: em textos que manipulam outros textos. A base de dados em vez da musa: só assim, arrisca-se, pode haver um futuro ao escrever.

\*\*\*

A partir disso, este ensaio propõe, através de pesquisa bibliográfica exploratória, avaliar o estatuto da *reescrita enquanto modo da escrita na pós-história*, e como essa resposta dispõe novas ideias sobre o escrever, as tecnologias da informação e as traduções possíveis entre ambos.

“O novo está no novo exatamente por ser indescritível, o que significa que o novo no novo é justamente o absurdo de querer explicá-lo”, contava Flusser (1987/2010, p. 166). No esforço disparatado de futurologia anacrônica deste artigo, resta-nos senão tentar entender a questão: se considerarmos a reescrita o futuro da escrita, qual o novo deste novo? E seu velho? Como seria um museu de suas possibilidades?

### O Escrever como Crítica do Escrever: A Escrita Conceitual como Presente

A apropriação não é, por óbvio, uma novidade ou um traço exclusivo a escritas contemporâneas, mas percebemos ser possível identificar mudanças em sua prática nos últimos anos. É o crítico de arte Douglas Crimp (2009) que, no ensaio “Apropriando a Apropriação”, de 1982, oferece uma poderosa síntese desse deslocamento. Justapondo a arte de apropriação que começava a ser feita naquela época com correntes mais estabelecidas, Crimp percebe que a cópia e a paródia se tornam cada vez mais reflexivas, uma vez que são mais autoevidentes. O modelo dos novos copistas é, para Crimp, Sherrie Levine, que na sua série *After* tão somente refotografa obras de outros fotógrafos, como Walker Evans e Edward West. Além ou aquém da bricolagem, essa recirculação parece ter como mote *o próprio gesto*: chamar atenção para a possibilidade de copiar. Ou, ainda, para a impossibilidade de *não* copiar: “Levine não reivindica as noções convencionais de criatividade artística. Ela faz uso das imagens, mas não constitui um estilo próprio. . . . Nesse sentido, *a apropriação de Levine reflete sobre a estratégia da própria apropriação* [ênfase adicionada]”<sup>3</sup> (Crimp, 2009, p. 191).

<sup>3</sup>No original: “Levine lays no claim to conventional notions of artistic creativity. She makes use of the images, but not constitute a style of her own. . . . In this respect, Levine’s appropriation reflects on the strategy of appropriation itself”.

A apropriação se tornaria deste modo uma *crítica* da apropriação, no sentido propriamente flusseriano: o gesto de abrir um objeto para entender como ele funciona (Flusser, 2014).

\*\*\*

No campo da escrita, essa disposição crítica alia-se à técnica da apropriação sobretudo para comentar a instabilidade da linguagem, em face da facilidade com que se copia, com que se reescreve. Marjorie Perloff (2013), leitora de primeira hora desse novo movimento, aponta que a renovação da poesia passa por sua contaminação pela *não-originalidade*; e esta, por sua vez, passa por uma compreensão de que as colagens intertextuais das vanguardas são não mais um gesto de ousadia, senão parte da gramática “normal” da literatura. Com o texto já de antemão invadido por essas técnicas e pressupostos, qual a “graça” de apenas citar? Além disso, a invasão vê-se reforçada pela cacofonia de linguagem ao redor do poeta: o escrever percebe-se acossado não apenas pelos signos dos textos clássicos, mas por todo o falatório a vazar dos meios de comunicação, da vida cotidiana.

É Goldsmith – apontado por Perloff como um dos grandes nomes dessa nova não originalidade – quem cunha uma poderosa imagem a respeito de tal colonização da experiência pela palavra. Em *Soliloquy* (Goldsmith, 2001), compõe um livro-registro anotando todas as palavras proferidas por ele ao longo de uma semana qualquer – e nas conclusões, chega a uma síntese da própria estética por meio de uma metáfora exuberante: “Se cada palavra dita em Nova York diariamente fosse, de algum modo, materializada como um floco de neve, todo dia seria de nevasca”<sup>4</sup> (Goldsmith, 2001, p. 489, tradução nossa).

<sup>4</sup> No original: “If every word spoken in New York City daily were somehow to materialize as a snowflake, each day there would be a blizzard”.

Algumas coisas a extrair daí: essa cópia tem um interesse cada vez maior na materialidade dos textos e os enfoca e os desloca a partir daí. As palavras podem acumular-se, têm corpo, como tem corpo um floco de neve. Lidar com um excesso de um material, um ente físico, gera questões para aquele que decide trabalhar com o texto. Saber que o que se faz prolifera, permanece; e, ao mesmo tempo, ter de produzir em meio aos espólios das produções anteriores, cercado de uma história de clássicos, mas também de entulhos.

São tais princípios que parecem atravessar essa multiplicidade de textos apropriaçãoistas hoje. O que elas “criam” é não um produto, um objeto textual singular, mas sim um *conceito*. Assim Craig Dworkin (2011) as batiza enquanto *escrita conceitual* – e é a partir desta nomenclatura que podemos começar a relacioná-la com os debates de Flusser a respeito da escrita na pós-história.

\*\*\*

À imagem da nevasca, Goldsmith (2011) assoma outra, menos natural: viajando de avião, ele presta atenção à pequena tela que há no banco a sua frente. A imagem, um modelo em duas dimensões, sugere um cenário e apresenta o percurso da aeronave, informando o tempo de viagem e a previsão de chegada. Uma imagem que todo passageiro já viu diversas vezes. Subitamente, a tela pisca e a imagem é substituída por letras e números brancos sobre uma superfície preta. O sistema reiniciou, e o que se via era a interface de programação da plataforma DOS recarregando seus gráficos. Como uma epifania, esse erro tem o peso de uma revelação a nosso escritor reescritor:

O que nós tomamos como gráficos, sons e movimento em nosso mundo de telas são apenas uma fina pele, sob a qual residem milhas e milhas de linguagem. Ocasionalmente, como em meu voo, a pele é perfurada e, como se tivéssemos um vislumbre por detrás da máscara, vemos que nosso mundo digital – nossas imagens, nossos filmes e vídeos, nosso som, nossas palavras, nossa informação – é alimentado de linguagem<sup>5</sup>. (Goldsmith, 2011)

<sup>5</sup> No original: “What we take to be graphics, sounds, and motion in our screen world is merely a thin skin under which resides miles and miles of language. Occasionally, as on my flight, the skin is punctured and, like getting a glimpse under the hood, we see that our digital world – our images, our film and video, our sound, our words, our information – is powered by language”.

É flagrante a proximidade do conceito de *imagens técnicas* de Flusser, a noção de que as imagens engendradas por aparelhos técnicos – como câmeras fotográficas ou softwares gráficos – são, em verdade, textos científicos aplicados (Flusser, 2009). No pensamento flusseriano, essas estranhas imagens emergem não como interpretações, a serem decifradas, mas enquanto *interpretantes*, códigos que traduzem e nos oferecem visões do mundo.

Na confluência dessa teoria com a prática da escrita de apropriação contemporânea, podemos identificar e caracterizar um acordo e uma dissidência. O acordo: se cada imagem técnica traduz um texto, Flusser acaba por confirmar e reforçar o imperativo de que vivemos sob um cataclisma linguístico. A propagação dessas imagens é cada vez mais ubíqua; e se além da linguagem *per se*, legível no arquivo de textos e diálogos no mundo, somos também assombrados pela linguagem oculta por debaixo de toda representação digital, o volume dessa nevasca torna-se incalculável. É preciso compreender e processar também essa linguagem – tarefa tornada ainda mais difícil pela condição do aparelho enquanto *caixa preta*, que obscurece seus processos de transformação dos conceitos em símbolos (Flusser, 2009). Reescrever seria então um modo de *criticar* esse processo – pensemos em textos como os “Três Poemas com Auxílio do Google”, de Angélica Freitas (2012), composto através do output dos algoritmos do site buscas; ou o *Livro das Postagens*, de Carlito Azevedo (2016), que não apenas

incorpora trechos de posts em sites de redes sociais, mas também mimetiza a organização de seus *feeds* de conteúdo.

Aí encontra-se a dissidência. Em Flusser, o surgimento e a difusão das imagens técnicas é parte integrante do processo de derrocada da escrita enquanto principal código cultural, principal meio de processamento de informações. Na escrita conceitual, é a existência dessas imagens e sua organização em redes como a internet que oferece renovadas possibilidades e funções para o escrever. O encontro e a disputa entre futuros, o impossível e o possível, aqui, uma vez mais.

A escrita como crítica da escrita, vê-se, ao conjugar os termos de Flusser com uma esperança na sobrevivida literária, é uma espécie de contrassenso – mas de contrassenso e paroxismos é que também as provocações de Flusser avançam e nos levam. Ele próprio, na sua elegia do escrever, permite-se pensar que a poesia tem uma capacidade de indagar os novos meios, a partir de uma operação singular:

O novo poeta, munido de aparelhos alimentados digitalmente, não pode ser tão ingênuo. Ele sabe que tem de calcular suas experiências, decompô-la em átomos de experiência, para poder programá-la digitalmente. E, nesse cálculo, ele deve averiguar o quanto sua experiência já seria pré-modelada por outras [ênfase adicionada]. Ele não se reconhece mais como “autor”, mas como permutador. Também a *língua* [ênfase adicionada] que ele manipula não lhe parece mais material bruto que se acumula em seu interior, mas ele a vê como *um sistema complexo que lhe chega para ser permutado por ele* [ênfase adicionada]. (Flusser, 1987/2010, p. 88)

Um tanto para decompormos, nós, aqui. Esse trecho aloja-se no coração das práticas de escrita conceitual hoje, e nos oferece um mapa para a compreensão de seu modo crítico. Se o novo poeta fundamenta-se em teorias, esses novos autores-não-autores, necromantes de um escrever que não se deixa morrer, parecem ter as especulações flusserianas como inspiração. Para entender essa relação, acreditamos ser pertinente observar como se articula o conceito de *linguagem* em jogo nessa nova escrita, como sua teoria-e-prática estruturam esse “sistema complexo” – para aí entender como o permutam.

É claro que esses poetas insistem no seu escrever como a manipulação do *aparelho da linguagem*. Ela não apenas é acossada pelas novas tecnologias da informação, que a tomam e processam em imagens, mas é ela própria uma forma de codificação técnica do mundo. Todo gesto produtor que se engaja com aparelhos possui duas faces, como explica Flusser (2008): de um lado, a ação inventa e programa o aparato; de outro, inverte-se o programa contra a própria caixa preta. Vejamos agora como essa primeira fase é expressa pelos escreveres conceituais.

### Tatear pela Língua: Dos Aparelhos e da Linguagem

Em 2015, como parte de uma série de ensaios sobre textos importantes para o século XXI publicada pela *Los Angeles Review of Books*, Goldsmith publica uma resenha crítica de *Filosofia da Caixa-Preta*, de Flusser (2009). Além de aclarar as relações entre aquela teoria e sua proposta estética, o texto é precioso para entendermos os mecanismos dessa tradução. Goldsmith insiste ali na necessidade de compreender esse pensamento, pois ele oferece portas de entrada (possibilidades) para a produção artística. Chave para isso é seu conceito de *aparelho*, organizado e demonstrado na sua discussão sobre a fotografia – e que, se quisermos levar a sério, afirma Goldsmith (2015), tem de ser lido para além dessa localização:

O erro mais comum na leitura de Flusser é assumir que ele está falando de fotografia. Sim, ele está, mas essa é a parte menos relevante. Imagine, em vez disso, que tudo que ele está dizendo sobre a fotografia, está dizendo sobre o digital<sup>6</sup>. (tradução nossa)

<sup>6</sup> No original: “The mistake most make in reading Flusser is assume that he’s talking about photography. Yes, he is, but that’s the least relevant part. Imagine, instead, that everything he’s saying about photography he’s saying about the digital”.

Sobre o digital ou sobre como o digital afeta o consumo de informação: estaríamos sempre mais interessados nos aparatos ao redor dos objetos digitais, no que neles propriamente ditos (Goldsmith, 2015). O central na resenha de Goldsmith é a articulação da proposição “o contexto é o novo conteúdo”. O contexto, no caso,

é a constituição dos *aparelhos* que produzem, processam e armazenam o conteúdo; e então tudo que Flusser mobiliza a respeito da constituição do aparato fotográfico e como este incide sobre a produção das fotos deve ser entendido como *metonímia* de outros processos de criação de símbolos.

\*\*\*

Mas o que é tudo que Flusser está dizendo sobre a fotografia? Suas considerações a respeito da câmera parecem interessar à reescrita à medida que articula seu caráter de aparelho; e assim acabam ofertando um conceito para compreendermos os meios com os quais nos engajamos ao escrever.

Um aparelho não é bem uma ferramenta ou instrumento, explica Flusser (2009), pois não visa trabalhar sobre a natureza, mas sim sobre a vida dos homens. Sendo um artefato produzido pela cultura, o que ele faz é produzir imagens técnicas, traduzindo e sintetizando as informações. E como ele o faz? Através de sua *programação* particular. Todo aparelho possui uma programação, que é o conjunto de código e normas que regem seu funcionamento e os modos pelos quais processa os dados.

“Os aparelhos são programados para transformar possibilidades invisíveis em improbabilidades visíveis”, aponta Flusser (2008, p. 26), auxiliando a entender o mote da programação. Dentre todas as virtualidades existentes no modo de apreender e traduzir o mundo em imagem, apenas algumas poderão ser realizadas, de modo a concretizar a informação processada em existentes, com o propósito de arquivar potencialidades e, assim, resguardar-se contra a entropia. A câmera fotográfica – assumidamente o exemplo paradigmático da classe dos aparelhos (Flusser, 2009) –, no jogo entre suas lentes, seu filme, seus códigos, permite a produção de determinadas imagens, de determinado modo, como “acidentes programados”. “Se considerarmos o aparelho fotográfico sob tal prisma, constataremos que o *estar programado* é que o caracteriza” (p. 23), em síntese.

Esse exemplo, porém, é só um entre tantos, Flusser mesmo admitia: “O fotógrafo produz símbolos, manipula-os e os armazena. Escritores, pintores, contadores, administradores sempre fizeram o mesmo” (Flusser, 2009, p. 22). O que a pós-história pós-industrial que engendra e é engendrada pelos aparelhos tem de singular é que a programação dos aparatos passa a dominar *todo* o trabalho. Utilizar um aparelho e submeter-se a seu jogo. Não consigo produzir uma foto que não seja *possível* no interior da programação. Em uma célebre definição, Flusser (2008) sentencia: “Por certo, o aparelho faz o que o fotógrafo quer que faça, mas o fotógrafo pode apenas querer o que o aparelho pode fazer” (p. 27).

Produzir as imagens técnicas é tão somente engajar-se com os aparelhos e brincar com eles até extrair dali um resultado – mas que nada teria de “criativo” ou “autoral”. O *conteúdo* da produção é menos importante do que os *contextos* de produção para a compreensão, para a crítica desses aparatos. Jogar com o contexto é então jogar com a programação, demonstrá-la – parece ser o apelo de Goldsmith em sua leitura de Flusser e parece ser também o que estrutura em parte suas propostas para o escrever. No seu manifesto a favor da arte conceitual, explica: “Quando um autor usa uma forma conceitual de escrita, significa que todo o planejamento e todas as decisões são feitos de antemão e a execução é uma banalidade. A ideia se torna a máquina que faz o texto” (Goldsmith, 2007).

A noção de que o texto (o conteúdo, o output) é uma mera formalidade derivada do trabalho sobre as condições possíveis do escrever ecoa em tudo as discussões acerca da criação na era dos aparelhos. E nos encaminha ao entendimento de que a linguagem, disfarçada aí sob o nome de ideia, é que é o programa do escrever.

\*\*\*

Ao reescrever *O Fazedor*, de Jorge Luis Borges, Agustín Fernández Mallo (2011, 2012) explica que seu objetivo estava em brincar com o princípio da própria poética borgeana, interessada em demonstrar a literatura como uma grande biblioteca, e seu exercício como o endiabrado embaralhar de itens. Essa ideia não aparece

de modo mais claro senão no famoso conto “Pierre Menard, Autor do Quixote” (Borges, 2007): a trama que acompanha os esforços do personagem-título em escrever o livro de Miguel de Cervantes, séculos depois. Não copiar ou parodiar, mas chegar ao Quixote “naturalmente”, escrevendo de modo “criativo”. E consegue: produz, de próprio punho, textos iguais, letra a letra, aos capítulos IX e XXXVIII.

O esforço de Menard é uma parábola a respeito da autoria, ou melhor dizendo: de seu absurdo diante de uma literatura que não aceitaria ser resumida sob a insígnia do nome de um “criador”. Nem Cervantes nem Menard são os produtores de Dom Quixote, senão operadores da língua que contém o programa para criar aquela obra. Sua (re)produção, alguns séculos apartada, atestaria o aspecto técnico e operacional do escrever – do mesmo modo que uma câmera, sob determinadas condições de luz, reproduz o mesmo azul para o céu em imagens distintas.

Podemos pensar o caso Menard como eco a uma anedota clássica, um exercício de especulação que pensa a possibilidade de uma sala lotada de macacos, cada qual em uma máquina de escrever, teclando a esmo. Com o tempo necessário, esses gestos, em seu acúmulo, acabarão por produzir textos inteligíveis, mesmo obras literárias – mesmo textos já “existentes” e clássicos, já que as combinações entre as teclas são finitas. Essa mesma imagem serve a Flusser (2008) como parte de sua discussão sobre as imagens técnicas. O uso de um aparelho é sempre um *tatear*, afirma: “Quem diz ‘tatear’, está dizendo que algo se move cegamente com a esperança de encontrar algo, como que por acidente” (Flusser, 2008, p. 32).

Se os macacos batessem por tempo o suficiente, certamente produziram também *O Universo das Imagens Técnicas*, afirma Flusser (2008). Neste exemplo, o aparelho é a máquina de escrever ou o processador de texto, a máquina com cuja interface é possível brincar até extrair as obras enquanto resultado. A máquina de escrever é um aparelho transparente, considera Flusser, distinto da caixa-preta fotográfica, pois cada toque nas teclas produz um resultado correspondente imediato. No que concordamos e discordamos dele, ao confirmarmos a noção de que *o escrever produz o escritor*, mas recusando a ideia de que *apenas* a configuração material da máquina e suas 41 teclas contêm programação.

“Ninguém que escreve aproxima-se de uma língua virgem, de uma língua que incontáveis violentadores não a tivessem levado para a cama”, escreveu o próprio Flusser (1987/2010, p. 48), com a língua que lhe vinha, contaminada.

\*\*\*

Assim que o programa linguístico estaria também ao lado do que Goldsmith chamou de *máquina da ideia* – que, por sua vez, é maquinada pela própria constituição da língua, enquanto matéria de pensamento e arquivo de linguagem. É possível lê-lo, por exemplo, na recuperação que Perloff (2013) ou Samoyault (2008) realizam das teorias literária e semiótica do século XX, interessadas em apontar a linguagem como um campo de dissolução das identidades, de livre comutabilidade. Isso dá vazão a todas as estratégias contemporâneas de escrita que descrevemos, já que dão a ver que os textos sempre podem ser tomados, pois nem sua “primeira” manifestação seria original. É possível compilar toda essa lógica das citações em, bem, uma citação: quando Roland Barthes (2012) sentencia que “talvez mesmo isso já tenha sido feito; porque na literatura tudo existe: o problema é saber *onde*” (p. 368).

Se todo *tatear* é dirigido, ainda que cego, como apontou Flusser (2008), é nos interstícios da língua, disseminada ao nosso redor, que o escritor interessado em renovar a escrita vai buscar seus objetos. Nesse gesto ecoam as considerações de que *o aparelho não tem dono* (Flusser, 2008) – imperativo central também a toda ideia de apropriação artística. Todo programa, mesmo se considerado obra de um ou de um conjunto de programadores, na verdade remete a um *metaprograma*, e todas as novas programações são devedoras deste – que por sua vez pode ser restituído a um metaprograma anterior (Flusser, 2008). Essa estrutura em *myse-en-abyme* ajuda a evitar a tentadora armadilha, tão denunciada por Flusser, de falar de uma “ditadura dos aparelhos” de caráter subjetivo, na qual estaríamos

sujeitos aos desígnios de um programador. Ao contrário, também os operadores *programam o programador* ao interagirem com os aparatos, abrindo possibilidades em meio às possibilidades.

Do mesmo modo, a linguagem que nos cerca contém as possibilidades de nossa expressão, mas as condiciona somente à medida que podem ser expressas. A memória da língua é também, sempre, a *vida* da língua – e na escrita esse jogo se movimenta através das escritas de citação, que traçam pontes entre o arquivo e o exercício, *concretizando a existência do programa*. Não “possuir dono” direciona a escrita, enquanto exercício da linguagem, em duas missões simultâneas: a liberação para tomar o que quiser e de onde quiser; e o imperativo de tomar posse desses códigos em fluxo, mas que os opere e faça funcionar sua programação.

### Escrever Pós-Escrevendo ou o Demônio da Reescrita

Apontadas tais ressonâncias, cabe lembrar que esse símile entre linguagem e aparelho foi previsto já por Flusser (2009), e tão logo rechaçado. “Um exemplo anacrônico pode ilustrar tal jogo [entre símbolos programados e permutáveis]: o escritor pode ser considerado funcionário do aparelho ‘língua’” (p. 25), escreve, alertando ao anacronismo. “A língua não é verdadeiro aparelho”, sentencia (p. 25), ao afirmar que ela não foi produzida deliberadamente, não faz uso de textos científicos para operar e nem sequer processa as informações como caixa-preta.

Mas é com Flusser que vemos ser possível contra-atacar Flusser: é justo pelo modo como lemos a linguagem junto a esses autores, atravessada de informações produzidas por aparelhos, que podemos considerá-la também um deles. Ela se contamina de “aparelhagem”, ao mesmo tempo que contamina os outros aparelhos, fornecendo-lhes textos para operarem. A reescrita ajuda a iluminar essa compreensão em projetos que visam a programação escritural em produtos técnicos – como os já mencionados “Três poemas com auxílio do Google” (Freitas, 2012) ou *Livros das Postagens* (Azevedo, 2016), que desnudam os textos por trás de aparatos tecnológicos, para demonstrar que o processamento de informações neles passa por uma manipulação de linguagem. Mas também, e sobretudo, em trabalhos como *El Aleph Engordado*, de Pablo Katchadjian (2009), que retoma o conto de Borges e o aumenta, acrescentando mais de 5 mil palavras ao texto. A máquina de linguagem que subjaz a obra “original” segue em operação na sua reescrita, que acaba por demonstrar ser todo texto fruto daquele tatear sobre as virtualidades da língua.

Isso nos leva também a compreender que uma das principais características dos aparelhos é *serem passíveis de desmonte*; todo programa só o é enquanto pode ser manipulado, e essa manipulação abre espaço para todo tipo de jogo para com os códigos, inclusive – ou mesmo sobretudo – aqueles que contradizem sua programação. Se estes aparatos de que viemos tratando – a câmera fotográfica, a internet, a linguagem – importam pelo *seu valor de uso*, “o decisivo em relação aos aparelhos não é quem os possui, mas quem esgota o seu programa” (Flusser, 2008, p. 27).

E o que fazem estes textos de que viemos tratando, senão jogar com a própria comutabilidade dos códigos de programação dessa linguagem? Seu impulso de crítica tornar-se claro, tendo por alvo a explicitação e a desmontagem da linguagem e sua ubiquidade. No ensaio *O Futuro da Escrita* (Flusser, 2017), síntese das considerações daquele seu livro futuro/escatológico, Flusser já podia antever tal direção: “[Escrever] significará, no futuro, tornar transparentes as tecnoimagens opacas para os textos que estão escondendo” (p. 146). Ou ainda, como vemos, tornar transparente a própria tecnicidade do escrever.

\*\*\*

No corpo desses textos, podemos começar a delinear o modo desse jogo como uma espécie de “superaquecimento” da própria lógica do programa: se a língua é “montada” para ser intercambiável e disseminável, os reescritores dobram a aposta na sua circulação, demonstrando de modo nítido como *tudo contém texto e todo texto já foi escrito*. Para além dos exemplos já citados, cabe um olhar mais detido

sobre um trabalho de Kenneth Goldsmith, *Day* (2003), sua transcrição de uma edição do *The New York Times* – cujo princípio deu origem ainda a outras de suas obras, com reproduções de boletins climáticos, transmissões radiofônicas, anotação de citações teóricas etc.

Não há nada ali que não estivesse naquele número de 1º de setembro de 2000 do jornal; o que Goldsmith fez foi “tão somente” redigir cada palavra de suas folhas (incluindo até mesmo legendas de fotos, cabeçalhos etc.), compondo um texto corrido, a ser publicado na forma-livro. O caso é paradigmático, visto que expressa o impulso da escrita de apropriação contemporânea pela cópia generalizada, sem qualquer criação, com intuito apenas de explicitar o próprio *movimento* – tradução, transcodificação – do texto enquanto texto. *O contexto é o conteúdo*, lembremos.

Aí que para relacionarmos o que esse gesto de Goldsmith realiza diante do escrever, é preciso falar de *informação* – cujo valor Flusser (1987/2010) entende como “a imagem refletida da ‘entropia’, . . . inversão da tendência de todos os objetos (do mundo objetivo, em geral) incorrerem em situações cada vez mais prováveis e, por último, em uma situação disforme e o mais provável possível” (p. 27). É tal noção que coloca a escrita *sub judice* no contemporâneo: com a ascensão dos aparelhos técnicos, o escrever empalidece como modo de armazenar informação perante a tendência entrópica. Seu código estaria defasado diante do volume de dados, e sua produção informativa seria baixa, por produzir obras altamente previsíveis (Flusser, 1987/2010).

O que *Day*, bem como o remake de Borges feito por Fernández Mallo (2011) ou quaisquer outras obras dessa escrita conceitual operam é uma reversão desse processo na escrita – e *pela* escrita. A redundância torna-se a informação, uma vez que sua reiteração tem potencial crítico sobre a própria compreensão do aparelho linguageiro e sua ação no mundo.

Lembrando uma imagem cara a Flusser (2008, 2014), a reescrita é como um Demônio de Maxwell: figura teórica proposta pelo físico James C. Maxwell, na especulação de um mecanismo capaz de reverter a entropia através da própria operação entrópica. Posto entre um vaso de água quente e um de água fria, por exemplo, ele não os deixa operar conforme a segunda lei da termodinâmica, visando o equilíbrio; pelo contrário, incentiva a concentração e torna a água ainda mais quente de um lado e ainda mais fria de outro. Pensando isso com a *impossibilidade do escrever algo novo*, um dos becos sem saída apontados por Flusser (1987/2010), concluímos que residem aí as possibilidades de *escrever com o velho*. Não há nada a fazer que não recombinar, transcodificar e reprocessar – o que, paradoxalmente, produz um grau informacional ainda mais potente que a *escrita criativa*, à medida que retira a mais alta improbabilidade dos materiais e formas mais estáveis (e, portanto, mais informacionalmente pobres).

O “romance” cujas cenas de ação são legendas de fotos ou classificados de empregos é mais informativo do que um romance clássico ou do que uma edição de jornal. A reescrita recoloca o escrever no jogo por reprogramar justo aquilo que seria seu déficit. Como já apontava Flusser (2008): “No enquanto, o ‘artista’ brinca com o propósito de produzir informação nova. Ele delibera. Ele participa dos diálogos a fim de, deliberadamente, produzir algo imprevisto” (p. 93) – mas se aí o filósofo via a nova arte nos meios telemáticos, a (re)escrita rouba-lhe os propósitos para demonstrar que ela insiste no próprio futuro ao apostar tudo no presente.

### Considerações Finais

Na sala de possibilidades da escrita contemporânea, a escrita conceitual ou escrita de apropriação reflete em sua superfície o mundo de imagens técnicas e *overloads* informacionais que a cerca – e, ao refletir tal imagem, a devolve a nós, *reescrita*. Como em Orsay, os esforços de Goldsmith, Fernández Mallo, Angélica Freitas, entre tantos outros nomes do reescrever, convivem com outras sortes de respostas literárias e comunicacionais ao dilema de sua própria obsolescência. Coincidem todos neste esforço de entender qual o presente daquele futuro perdido; e, quem sabe, entrever quais linhas e ideias configurarão um horizonte possível, comum.

O que este ensaio buscou, ao cruzar as provocações de Goldsmith (“O presente da escrita precisa romper com seu passado”) com uma recuperação da dúvida de Flusser (“O futuro da escrita consiste em reaprender o que é escrever”), foi, de um lado, singularizar e demonstrar as características da resposta que a escrita conceitual dá a essa inquietação; e, de outro, depreender de tais características uma reflexão sobre a própria condição linguageira que sustenta a escrita, *abrir sua caixa-preta*.

Isso foi possível sobretudo por meio da exploração bibliográfica, que levou a perceber como as categorias conceituais flusserianas oferecem instrumentos propriamente heurísticos para desmontar o *programa* da escrita e entender seu potencial de *transcodificação*. Escrevemos ainda, não o podemos ou queremos evitar (como não o queria ou podia Flusser, como o próprio assumia); e só o poderemos fazer de modo coerente com o mundo no qual a nossa escrita está imersa se desarticularmos esse gesto em componentes e procedimentos que possam responder a tal demanda tradutória.

*O reescrever como ação de um demônio nequentrópico*, como lemos junto à leitura que Flusser faz de Maxwell e a termodinâmica, apresenta-se como uma possibilidade de análise bastante singular, primeiramente articulada aqui, mas a que caberia desenvolvimento posterior. Ao entender a reescrita como reversão informativa, pode-se perguntar, também, *qual seu futuro?* Quais os limites dessa produção de redundância? A ideia de produzir imprevistos a partir desse processo não recai na armadilha de uma noção empoeirada de “criatividade”, como já alertava o próprio Flusser (2008)?

São questões que se abrem nesta sala de museu, que é como o *Aleph* de Borges e de Katchadjian: um vórtice que tudo contém. Olhar para dentro dele é sentir as vertigens das possibilidades. A sentem os que escrevem, mas também nós, que lemos tais textos – e ler essa escrita posta em perigo do contemporâneo é também ajudar a (re)fazê-la – o que é, também, refazer a própria condição do tempo:

Mas a história que surge de um tipo desde de “leitura” não é precisamente a que nos referimos com o conceito de “história”. A consciência histórica – essa consciência de estar submerso em uma corrente de tempo dramática e irrevogável – se apagará no “leitor” do futuro. Ele está acima disso para associar suas próprias correntes de tempo. Ele não lê ao longo de uma linha; ao contrário, ele trama suas próprias redes. (Flusser, 1987/2010, p. 168)

## Referências

- Azevedo, C. (2016). *Livro das postagens*. 7 Letras.
- Barthes, R. (2012). *O rumor da língua*. Martins Fontes.
- Borges, J. L. (2007). *Ficções*. Companhia das Letras.
- Crimp, D. (2009). Appropriating appropriation. In D. Evan (Ed.), *Appropriation. Documents of contemporary art* (pp. 189-193). Whitechapel Gallery.
- Dworkin, C. (2011). The fate of Echo. In C. Dworkin & K. Goldsmith (Eds.), *Against expression: An anthology of conceptual writing* (pp. XXIII-LIV). Northwestern University Press.
- Fernández Mallo, A. (2011). *El hacedor (de Borges), remake*. Alfaguara.
- Fernández Mallo, A. (2012). Motivos para escribir, El hacedor (de Borges), remake. *Cuadernos Hispanoamericanos*, (729), 29-36.
- Flusser, V. (2008). *O universo das imagens técnicas: Elogio da superficialidade*. Annablume.

- Flusser, V. (2009). *A filosofia da caixa preta: Ensaio para uma futura filosofia da fotografia*. Relume Dumará.
- Flusser, V. (2010). *A escrita: Há futuro para a escrita?* Annablume. (Obra original publicada em 1987)
- Flusser, V. (2014). *Comunicologia: Reflexões sobre o futuro: as conferências de Bochum*. Martins Fontes.
- Flusser, V. (2017). *O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação*. Ubu.
- Freitas, A. (2012). *Um útero é do tamanho de um punho*. Cosac Naify.
- Goldsmith, K. (2001). *Soliloquy*. Granary.
- Goldsmith, K. (2003). *Day*. Figures.
- Goldsmith, K. (2007, 10 de maio). Paragraphs on conceptual writing. *Poetry Foundation*. <https://bit.ly/3vNCo87>
- Goldsmith, K. (2015, 14 de junho). It's a mistake to mistake content for content. *LA Review of Books*. <https://bit.ly/3P0eEoD>
- Goldsmith, K. (2011), *Uncreative writing: Managing language in the digital age*. Columbia University Press.
- Katchadjian, P. (2009). *El Aleph engordado*. IAP.
- Perloff, M. (2013). *O gênio não original: Poesia por outros meios no novo século*. UFMG.
- Samoyault, T. (2008). *A intertextualidade*. Aderaldo & Rothschild.

# A Televisão Infantil no Brasil e na China: Uma Perspectiva Histórica para Além dos Modelos Ocidentais

## Mayara Araujo

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Mídia e Cultura Asiática Contemporânea (MidiÁsia-UFF). E-mail: msoareslpa@yahoo.com.br

## Arthur Felipe Fiel

Doutorando em Comunicação pela UFF. Mestre em Cinema e Audiovisual pela mesma instituição. Pesquisador vinculado ao Grupo de Estudos em Desenhos Animados (AnimaMídia-UFF). E-mail: arthurfiel@id.uff.br

**Resumo:** Embora Brasil e China possam parecer muito distantes, existem diversas aproximações que podem ser feitas em relação ao desenvolvimento de seu aparato televisivo. O objetivo deste artigo é investigar o desenvolvimento da televisão infantil nos dois países através de uma perspectiva histórica que se atente para modelos não ocidentais de reflexão. Para isso, realizamos um levantamento bibliográfico que nos auxiliou na resolução da seguinte questão: quais são as similaridades e diferenças na formação de uma televisão infantil no Brasil e na China? A hipótese é que a formação televisiva dos dois países experienciou processos semelhantes em momentos distintos do desenvolvimento de seus projetos de nação mediado pela televisão. Enquanto a China permanece com esse projeto nacional em vigor, o Brasil sofreu diversas rupturas por questões políticas.

**Palavras-chave:** televisão, programação infantil, Brasil, China.

## Televisión Infantil en Brasil y China: Una Perspectiva Histórica más allá de los Modelos Occidentales

**Resumen:** Aunque Brasil y China puedan parecer muy distintos, son varias las aproximaciones que se pueden hacer con relación al desarrollo de la televisión. El objetivo de este artículo es investigar el desarrollo de la televisión infantil en los dos países desde una perspectiva histórica y que atienda a modelos de reflexión no occidentales. Para ello, realizamos una búsqueda bibliográfica que nos ayudó a resolver la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las similitudes y diferencias en la formación de la televisión infantil en Brasil y China? La hipótesis es que la formación televisiva de los dos países experimentó procesos similares en diferentes momentos del desarrollo de sus proyectos de nación mediados por la televisión. Mientras China se mantiene con este proyecto nacional en marcha, Brasil ha sufrido varias rupturas por cuestiones políticas.

**Palabras clave:** televisión, programación infantil, Brasil, China.

## Children's Television in Brazil and China: A Historical Approach beyond Western Models

**Abstract:** Although Brazil and China may seem very distant, several approximations can be made regarding the development of their television apparatus. The objective of this article is to investigate the development of children's television in the two countries by a historical perspective that pays attention to non-Western models of reflection. For this, we carried out a bibliographic survey that helped us to solve the following question: what are the similarities and differences in the formation of children's television in Brazil and China? The hypothesis is that the television formation of the two countries experienced similar processes at different moments of the development of their nation projects mediated by television. Whereas China remains with this national project in place, Brazil has suffered several ruptures due to political issues.

**Keywords:** television, children's programming, Brazil, China.

Em um primeiro momento, Brasil e China podem parecer duas entidades diferentes e distantes. Afinal, o Brasil é um país latino-americano cuja história foi roubada e cuja formação identitária e social acabou por emular a Europa ocidental (Bolaño, 2014). Do outro lado, temos a República Popular da China, com seus mais de 5 mil anos de história, e que nos últimos 70 tem investido em restabelecer o seu orgulho nacional e a sua posição no globo. Ainda assim, existem aproximações que merecem a nossa atenção: inicialmente, destacamos que as interações entre Brasil e China retomam ao século XVI, através do intermédio dos interesses da administração imperial portuguesa (Cunha, 2017). As migrações se construíram como os primeiros laços entre Brasil e China. Em 1812, ainda sob o domínio de Portugal, um grupo de chineses saiu de Macau rumo ao Rio de Janeiro (Lou, 2017). Em uma perspectiva contemporânea, ressaltamos o fato de que ambos os países fazem parte do eixo não-ocidental do globo e que, portanto, possuem interesses de desenvolvimento nacional que vez ou outra podem convergir. A participação nos Brics – Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul – é uma dessas importantes convergências.

Diante da questão midiática, a agência de notícias chinesa Xinhua abriu o seu escritório no Brasil ainda em 1962 – quando Brasil e China sequer tinham relações diplomáticas –, configurando-se como o primeiro país da América Latina a receber uma mídia estatal chinesa (Li, 2003). No que tange aos interesses deste trabalho, é importante destacar que Brasil e China possuem a televisão ainda hoje como o principal meio de comunicação (*Pesquisa brasileira...*, 2016; Zhu, 2019) e investiram no desenvolvimento de uma indústria televisiva nacional, para além da criação de conteúdos próprios que são amplamente assistidos por suas populações: no Brasil as telenovelas e na China os dramas de TV.

Aqui, interessa-nos contemplar uma das faces desse desenvolvimento televisivo: a programação televisiva destinada às crianças. Essa escolha se justifica porque boa parte dos estudos acerca da *TV infantil*, datados desde a chegada do aparato aos lares, estiveram, de modo geral, mais interessados nos efeitos da televisão na vida cotidiana da criança e da família do que nos conteúdos veiculados nela, na forma como eles se direcionaram e se relacionaram com as crianças e a que interesses atendiam (Cordelian et al., 1996; Fiel, 2019), e com as políticas públicas desenvolvidas pelos Estados em relação a esse conteúdo. Diante desse contexto, questionamos: quais são as similaridades e diferenças na formação de uma televisão infantil no Brasil e na China? Partimos da hipótese de que a formação televisiva nos dois países experienciou processos semelhantes em momentos distintos do desenvolvimento, mediado pela televisão, de seus projetos de nação. Enquanto a China permanece com esse projeto nacional em vigor, o Brasil sofreu diversas rupturas por questões políticas. Para tanto, realizamos um levantamento bibliográfico relevante ao tema e adotamos uma perspectiva histórico-comparativa dos casos.

A abordagem comparativa entre a formação histórica da televisão tanto no Brasil quanto na China se apresenta como uma empreitada não somente descolonizadora dos estudos sobre televisão, mas, principalmente, que busca lógicas alternativas ao *modus operandi* ocidental no campo da mídia. Via de regra, os objetos de pesquisa na área costumam privilegiar abordagens oriundas dos Estados Unidos. Não se trata de um movimento sem origens históricas: o mercado de produção e os fluxos de exportação de conteúdo televisivo foram inicialmente compreendidos como unidirecionais, com os Estados Unidos no protagonismo (Waisbord, 2004). Essa influência foi sabiamente descrita por Stuart Hall (1992) como “do Ocidente para o resto”. No entanto, as últimas décadas ilustram um cenário mais complexo e que ainda carece de compreensão, no qual alguns países da periferia global entraram na disputa por mercados internacionais (Keane & Moran, 2003; Thussu, 2006), como o próprio Brasil e, no momento presente, a China. Estarmos atentos a esses movimentos de contrafluxos midiáticos é importante para que possamos vislumbrar panoramas de um mundo futuro que se revela cada vez mais multipolar.

### **Televisão, Infância e TV Infantil**

Para compreendermos os modelos de produção e distribuição de conteúdo infantil, seja na televisão brasileira ou na televisão chinesa, cabem alguns apontamentos e reflexões introdutórios sobre a ideia e o ideal de infância e, conseqüentemente,

sobre como as televisões desses países se relacionam com o público infantil a partir de tais concepções. No entanto, antes de evoluirmos nessa discussão, é preciso evidenciar que, ao falarmos em TV infantil, estamos nos referindo, exclusivamente, à programação infantil veiculada nas televisões dos países em análise. Com isso, não tratamos a TV infantil como um gênero ou um formato audiovisual específico, mas como um amplo leque de conteúdos curados e alinhados às perspectivas dos interesses públicos e privados dos canais e de seus Estados.

Bujes (2005), ao elaborar sugestões de pesquisas acerca da infância, menciona que “uma investigação sobre a infância e os fenômenos que a ela se associam deve se centrar não no que elas e eles são, mas como se constituíram de tal maneira” (p. 187). É adotando essa perspectiva que trataremos dessa relação tão íntima entre as crianças, a televisão e o que se constituiu como TV infantil. A autora também chama a atenção para o olhar cuidadoso que ao ser lançado sobre as crianças, a infância e aos fenômenos relacionados, deve também se atentar às suas complexidades e múltiplos sentidos, considerando, especialmente, a cultura e o contexto nos quais se inserem tais relações. Essa perspectiva é basilar para um trabalho que, como este, busca estabelecer pontes e conexões entre a forma como as televisões de dois países tão distantes se relacionaram e se relacionam com as crianças ao longo dos anos. Vale frisar que esse fenômeno também é atravessado por transformações sociais globais, mas cada localidade possui as suas próprias especificidades. Dito isso, ressaltamos que nossas reflexões caminham de acordo com a crítica de Immanuel Wallerstein (2013) ao que ele chama de *universalismo europeu*, em que o sociólogo questiona a ideia de se utilizar modelos ocidentais indiscriminadamente em qualquer contexto. Nesse sentido, buscamos complexificar o olhar sobre a infância em outras sociedades, sobre a própria indústria televisiva e, por fim, sobre a ideia da televisão infantil.

Kuhlmann Jr. e Fernandes (2004) afirmam que

a história da infância seria então a história da relação da sociedade, da cultura, dos adultos, com essa classe de idade, e a história da criança seria a história da relação das crianças entre si e com os adultos, com a cultura e a sociedade. (p. 15)

Assim, os autores buscam trazer outras perspectivas à complexidade de uma definição da infância e da relação das crianças com seus iguais e com o ciclo social no qual estão inseridas.

Cabe pontuar que a história e a construção da relação entre as crianças e a televisão não se deram somente por um elo dialógico entre a criança e a mídia, mas principalmente por uma construção plural, atravessada e guiada pelo olhar dos adultos – representantes dos interesses públicos e privados em seus respectivos Estados – sobre as infâncias, que sob sua tutela se constituíam, e sobre seus interesses na formação das crianças e, conseqüentemente, das narrativas e conteúdo que direcionaram ao público infantil.

A partir dessa constatação, as histórias sobre as quais discorreremos nos tópicos a seguir são atravessadas pela concepção de infância e do que é ser criança em duas realidades socioculturais distintas, no Brasil e na China. Assim, veremos que tanto no Brasil como na China a constituição de uma TV infantil foi fruto de embates diversos entre representantes dos setores públicos e privados, bem como da sociedade civil, acerca de suas próprias concepções de infâncias. O formato dos conteúdos, os gêneros mais populares, a existência ou não de fomento a uma produção local e/ou a abertura do mercado televisivo para os conteúdos estrangeiros nesses países resultaram em histórias que guardam entre si algumas semelhanças e diferenças e que, como analisaremos, traçam uma outra trajetória para além do modelo hegemônico ocidental.

### **História da Televisão Infantil no Brasil (1950-2000)**

Diferentemente do modelo estadunidense, no qual televisão e cinema caminhavam juntos, a TV brasileira foi estruturada a partir da união de esforços de empresários, artistas e produtores que atuavam nos rádios e faziam parte de conglomerados

mediáticos, os quais naquele momento já estavam consolidados. Assim, para além da mão de obra, também foram oriundos das rádios os primeiros conteúdos levados ao ar na TV brasileira. Nesse momento, já se tinha a compreensão de que era preciso considerar um espaço para a constituição de uma programação infantil.

<sup>1</sup> Antes de receber esse nome a atração era conhecida como *Clube do Papai Noel*, homônimo ao programa da rádio Tupi que contava, inclusive, com os mesmos integrantes. Em seguida, com o patrocínio do achocolatado Guri, tornou-se *Clube do Guri* para posteriormente receber o nome *Gurilândia*.

O primeiro programa infantil transmitido pela TV brasileira foi o *Gurilândia*<sup>1</sup>, na TV Tupi. Nessa atração, um grupo de crianças era convidado a declamar poemas, cantar cantigas populares e realizar pequenas encenações ao vivo. No mesmo período, também chegaram às telas atrações como *Circo na TV*, que explorava uma estética circense em seu auditório e era comandado por uma figura clownesca que brincava, se divertia e interagia com as crianças convidadas enquanto conduzia o programa (Fiel, 2019). Esses dois conteúdos exploravam a interação e brincadeiras como formas de se conectarem com seu público-alvo. Tratava-se de um formato barato, fácil de ser realizado e que apresentava bons resultados na rádio.

Foi somente em 1952, com o programa *Fábulas Animadas*, que a televisão brasileira passou a investir em teledramaturgia para crianças. Esse programa se enquadra no formato dos teleteatros, o grande produto da televisão brasileira na década de 1950 (Amorim, 2007), nos quais obras da literatura nacional e internacional eram encenadas e contribuíram para a formação do mais significativo laboratório de uma linguagem dramática televisiva (Amorim, 2007). Apesar das diversas limitações estruturais e técnicas, os teleteatros potencializaram o fazer criativo dos artistas brasileiros e possibilitaram o desenvolvimento de uma dramaturgia própria à televisão.

Os anos de 1950 são conhecidos pela experimentação das técnicas, dos conteúdos e dos formatos na televisão brasileira. No caso do conteúdo infantil, experimentou-se atrações realizadas em estúdio e auditório, todas ao vivo, já que ainda não era possível gravar e exibir os conteúdos prontos. Também não estava estruturada uma grade de horários definitiva; a programação geralmente começava às 18h e se mantinha até às 23h. Apesar dessa falta de estrutura, já se tinha a concepção de que o primeiro horário de exibição do dia seria dirigido às crianças (Ricco & Vanucci, 2017).

A década de 1960 é marcada por um momento político conturbado devido ao golpe militar de 1964 que depôs o presidente João Goulart e iniciou uma ditadura que se estenderia por mais de 20 anos. Nesse contexto, os meios de comunicação de massa passaram a servir aos interesses da ideologia dominante. Com isso, diversos conteúdos infantis veiculados nos anos posteriores ao golpe tinham militares no centro da atração. Assim surgiram os programas *Capitão Furacão* (1965), da rede Globo, e *Capitão AZA* (1966), da TV Tupi, este encomendado pelas Forças Aéreas Brasileiras (FAB). Nessas atrações, os heróis militares contavam às crianças suas aventuras e vivências, passando a ocupar um espaço afetivo no imaginário daquelas que tinham acesso à televisão. Para além dessas histórias, os capitães promoviam brincadeiras e cantorias e num dado momento também chamavam por desenhos animados importados.

Os meios de comunicação de massa se transformaram no veículo através do qual o regime poderia persuadir, impor e difundir seus posicionamentos, além de ser a forma de manter o status quo após o golpe. A televisão, pelo seu potencial de mobilização, foi mais utilizada pelo regime, tendo também se beneficiado de toda infraestrutura criada para as telecomunicações. (Mattos, 2009, p. 35)

Ainda de acordo com Mattos (2009), foi justamente por entender o potencial da TV como meio de comunicação de massa que o regime militar incentivou e apoiou o desenvolvimento da televisão brasileira. No início dos anos 1960, a estrutura da programação televisiva passou por uma transformação definitiva com a chegada do videoteipe, que permitiu a gravação e exibição de um mesmo conteúdo em vários dias da semana. Nesse contexto, a programação infantil passou a ocupar as sessões matinais da programação, mantendo a lógica de estruturação pautada desde a chegada da TV em território brasileiro (Fiel, 2019). Contudo, apesar da possibilidade de gravação de conteúdos, algumas dificuldades permaneceram durante as décadas seguintes, a exemplo da produção de conteúdo animado

nacional, que ainda tinha um custo elevado e estava presente apenas em vinhetas e chamadas de peças publicitárias exibidas na televisão. Assim, durante boa parte das décadas de 1970 e 1980, a estrutura dos programas infantis seguia a lógica de apresentação em estúdio ou auditório, com chamadas de desenhos animados importados: os enlatados. Esse fenômeno, no entanto, não se restringiu somente aos conteúdos infantis:

Geralmente, emissoras com menor capacidade de produção audiovisual recorrem aos programas prontos, pois este tipo de compra requer um investimento menor. Assim, telenovelas ou seriados estrangeiros servem para preencher as grades de programação. Na medida em que as emissoras ganham capacidade de produção, estes programas vão sendo deslocados do horário nobre e ocupam espaço de menor audiência. (Costa & Amancio, 2015, p. 11)

Também vale mencionar um importante acontecimento para a memória afetiva e imaginário coletivo infantil na década de 1970: a produção *Vila Sésamo*, realizada através de uma parceria entre a TV Cultura e rede Globo, em 1972. Esse conteúdo foi a primeira adaptação estrangeira de *Sesame Street*, produção original estadunidense que adquiriu enorme sucesso no Brasil e foi adaptada para diversos países posteriormente. A atração endereçada à primeira infância foi originalmente desenvolvida com base num modelo pedagógico tradicional e possuía fins bastante didáticos (Fiel, 2019). Outro programa digno de menção é o *Sítio do Picapau Amarelo*<sup>2</sup>, exibido em 1977 pela rede Globo e fruto de uma parceria com a Televisão Educativa do Rio de Janeiro (TVE). Trata-se de uma adaptação de um dos maiores clássicos da literatura infantil brasileira, do escritor Monteiro Lobato. Ambas as produções ocupam um espaço notável na memória afetiva das crianças que, naquele momento, tinham acesso à televisão.

<sup>2</sup> Até chegar a essa edição, o *Sítio* havia sido veiculado anteriormente em três outros canais, incluindo a TV Tupi, na qual foi adaptado pela primeira vez em 1952 e permaneceu por 11 anos no ar.

Em relação aos desenhos animados nacionais, destacam-se os esforços empreendidos por Maurício de Souza para a produção da série *A Turma da Mônica*, que chegou à televisão pela primeira vez no formato de curta-metragem, com o especial *O Natal da Turma da Mônica*, em 1976, nos intervalos comerciais da rede Globo. Mas, devido ao alto custo de produção de animação e a ausência de políticas públicas para esse segmento, *A Turma da Mônica* foi, por muito tempo, a única produção animada brasileira a ser planejada e realizada em formato seriado, mesmo enfrentando sérias dificuldades. Políticas públicas dedicadas aos conteúdos animados surgiram no país apenas em meados dos anos 2000 (Nesteriuk, 2011).

Na década de 1980, após o fim do regime militar em 1985, inicia-se um novo momento na história da televisão brasileira. A partir de então, os preços do aparelho televisivo diminuíram e, conseqüentemente, ele se tornou um eletrodoméstico mais acessível a outras classes sociais<sup>3</sup>. Com a emergência de novos públicos – inclusive o infantil – os canais comerciais passaram a competir por audiência e a realizar robustos investimentos em uma programação que captasse a atenção dos pequenos, o que incluía diversificação de formatos. Os programas de auditório acabaram por receber a maior parte do investimento dos canais que, no momento, tiveram como principais representantes a rede Globo e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

<sup>3</sup> De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) da década de 1980, 55% de um total de 26,4 milhões de residências já possuíam um aparelho de TV, um crescimento de 1.272% em comparação à década de 1960. Mas, a fase mais popular, em relação ao número de lares que passaram a ter o aparelho, acontece apenas em meados dos anos 1990, quando mesmo as casas mais humildes já possuíam ao menos um aparelho de TV.

O SBT priorizou a realização de uma adaptação brasileira do programa de auditório do palhaço Bozo, originalmente produzido nos EUA e sucesso em diversos países. No Brasil, o programa chegou a ocupar oito horas da programação do canal. Já a rede Globo, que mantinha em sua grade matinal algumas produções em formatos diversos direcionados às crianças, levou à sua grade, em 1986, a apresentadora Xuxa Meneghel – que já atuava no segmento infantil desde 1983 comandando a atração *Clube da Criança* na TV Manchete –, transformando-a na “rainha dos baixinhos”, um fenômeno do mercado televisivo, cinematográfico, fonográfico e publicitário brasileiro. Bozo e Xuxa foram as atrações mais populares da programação infantil da TV brasileira nos anos 1980. Ambos os conteúdos possuíam cenários coloridos, atividades com crianças no palco, como competições entre elas, momentos musicais e um massivo investimento em publicidade de diversos produtos e segmentos. Concomitantemente, a fórmula de convocação de desenhos animados importados entre os quadros dos programas permanecia intacta.

O mercado televisivo brasileiro foi estruturado de maneira bastante competitiva, principalmente quando se fala a respeito dos canais comerciais. Essa competição desencadeou a emulação de formatos, visto que quando um canal aparecia com um formato de sucesso, os concorrentes rapidamente apareciam com um conteúdo igual ou muito semelhante. Essa lógica se tornou tão comum que ainda é possível percebê-la em alguns conteúdos na atual grade de programação da TV brasileira, mesmo que em menor grau.

No tocante aos conteúdos infantis, foram precisamente os canais educativos e estatais que transformaram o modo de produzir para as crianças. Para esses canais, a criança era vista como espectador em processo de formação e precisava de conteúdos que respeitassem sua subjetividade e lhe fornecessem ferramentas que possibilitassem uma formação humanizada e atenta à sua saúde e educação. Assim, eles não seguiam uma lógica de competição esvaziada de sentido e valor ético, mas buscavam pautar seus conteúdos a partir de discussões acerca da qualidade de suas grades de programação (Magalhães, 2007). Esses canais<sup>4</sup> possuíam forte apreço pela cultura e folclore brasileiros, pelas histórias do povo e seu cotidiano, e buscavam mesclar elementos da cultura popular com temáticas educacionais, a fim de educar e entreter de forma equalizada. Com isso, pautou-se uma importante discussão apresentada com vigor na década de 1990: o complexo conceito de qualidade de programação.

<sup>4</sup> A exemplo da TV Cultura, estatal de São Paulo, e da TVE, do Rio de Janeiro.

A ideia de qualidade na televisão, expressa por Medeiros (2008), é atravessada pela “predisposição para aceitar, respeitar, valorizar e dar visibilidade à diferença identitária de grupos que se constituem como minoria social” (p. 46), o que parece soar como uma crítica explícita aos conteúdos que estavam no cotidiano da programação dos canais comerciais da televisão brasileira, em especial os programas de auditório. No tocante aos conteúdos infantis, a década de 1990 fez ecoar a discussão acerca da qualidade, colocando em oposição os modelos comercial e educativo de se fazer televisão, e, de alguma forma, desconsiderando a parceria entre eles – como os já mencionados casos de *Vila Sésamo* e *Sítio do Picapau Amarelo*.

Ao mesmo tempo, o segmento de TV por assinatura chegava ao país. Sua implementação foi marcada pela disputa tecnológica entre grupos econômicos do setor da comunicação que já eram estabelecidos no segmento aberto do mercado televisivo (Lima, 2015). O desenvolvimento do mercado pago foi marcado pela presença e pluralização de canais e conteúdo de origem estrangeira, a grande maioria estadunidense. Somente em meados dos anos 2000 surge o primeiro e, hoje, o mais velho canal infantil brasileiro da TV por assinatura: a TV Rá-Tim-Bum, pertencente à Fundação Padre Anchieta, mantenedora da TV Cultura no segmento aberto. A partir de então, o conteúdo infantil no mercado pago sofreu uma tímida, porém notória, modificação: conteúdos de origem brasileira, inclusive pequenos curtas de animação, passaram a ser inseridos na grade de programação. A maioria dos conteúdos exibidos, no entanto, eram oriundos do segmento aberto e da antiga programação da TV Cultura. Já os canais infantis estrangeiros atuavam de forma semelhante aos primórdios da televisão brasileira, colocando no ar versões dubladas de animações importadas, agora digitais e não mais “enlatadas” (Fiel, 2019).

Ao longo dos anos 2000, enquanto o mercado pago se organizava em sua lógica segmentada, ofertando pacotes com canais distintos para os diversos membros da família, o conteúdo infantil na rede aberta de televisão sofreu uma explícita redução, permanecendo de forma estruturada apenas nos canais estatais e educacionais. O único canal comercial que optou por manter a produção infantil no ar foi o SBT, utilizando-se dessa tática para garantir a audiência das crianças que não mais encontravam produções a elas endereçadas nos canais concorrentes. Diante do exposto, passamos agora à compreensão de como se deu o processo histórico da televisão na China e de que forma o país se relacionou com as crianças a partir dela.

### **História da Televisão Infantil na República Popular da China (1950-2000)**

A história da televisão na China se confunde com a história de sua primeira rede de televisão, a estatal Televisão Central da China (CCTV), antiga Beijing TV, que se configura até hoje como a voz do Estado e importante fonte de notícias.

<sup>5</sup> Drama de TV é um termo genérico utilizado para abarcar as produções televisivas seriadas oriundas dos países do leste asiático. É importante atentar para o fato de que embora seja um formato “comum” a diversas indústrias televisivas, cada uma delas imprime um caráter nacional nessas produções e, por isso, nomenclaturas diferentes são utilizadas para diferenciá-las: J-dramas (Japão), K-dramas (Coreia do Sul), C-dramas (China continental), TW-dramas (Taiwan) e HK-dramas (Hong Kong).

No ano de sua fundação, em 1958, a então Beijing TV produziu o primeiro drama de televisão<sup>5</sup> exibido na China, sob o título *A Mouthful of Vegetable Pancake*. A premissa, que visava atender ao público geral, era educacional: o drama trazia a história de duas irmãs que discutem porque a mais jovem deixou sobras de sua refeição. Assim, a irmã mais velha didaticamente explica para a pequena que não se deve jogar comida fora, principalmente diante de um contexto no qual a China se tornava um país comunista e próspero há pouco tempo. Com isso, muitas pessoas que outrora não tinham comida na mesa passaram a ter, e as irmãs, como uma nova geração de chinesas, tinham que apreciar essa abundância, evitando o desperdício, visto que as gerações passadas sofreram com a fome (Bai, 2007; Zhu, 2019).

A programação infantil também foi contemplada em 1958: no início, consistia em reportagens sobre a organização de atividades sociais infantis, shows de marionetes e desenhos animados feitos pelo Shanghai Cartoon Studio (Zhao, 2013). Poucos meses após o início das transmissões televisivas, já existia uma programação infantil regular exibida uma vez na semana:

*O Little Club* foi uma das primeiras colunas infantis mostradas no CCTV. *Painting on Glass* era outra coluna infantil, na qual o apresentador desenhava criativamente as histórias que contava em um pedaço de vidro. *The Clarion of Young Pioneers*, coluna de meia hora que começou em 1º de novembro de 1959, focava nas atividades sociais dos Jovens Pioneiros, a organização para crianças em idade escolar. Essas colunas gozavam de grande popularidade com o público infantil da época por causa de seu conteúdo vívido e forma original. Mas, na verdade, o público infantil nos primeiros dias da transmissão televisiva consistia apenas em um pequeno punhado de crianças privilegiadas com acesso direto a aparelhos de televisão<sup>6</sup>. (Zhao, 2013, p. 56)

<sup>6</sup> No original: “*The Little Club* was one of the earliest children’s columns shown on CCTV. *Painting on Glass* was another children’s column, in which the presenter creatively drew out the stories he told on a piece of glass. *The Clarion of Young Pioneers*, a half-an-hour column which started on November 1, 1959, focused on the social activities of Young Pioneers, the organization for school children. These columns enjoyed great popularity with the child audience of the time because of their vivid content and original form. But in fact the child audience in the early days of television broadcasting consisted only of a very small handful of privileged children with direct access to television sets”.

No ano seguinte, a CCTV segmentou a programação infantil em dois grupos: vinte minutos de programação semanal para crianças em idade pré-escolar e 30 minutos para crianças em idade escolar. A partir de 1961, passou a existir uma maior variedade de gêneros e formatos na programação infantil, como os contos de fada, dramas de TV voltados ao público infantil e *kuaibanr* (conversas rítmicas). Até 1965, alguns programas traziam blocos nos quais as crianças eram convidadas a participar ativamente, seja resolvendo enigmas ou competindo em disputas de caligrafia chinesa (Zhao, 2013). De forma geral, as diretrizes para a programação infantil durante a década de 1960 versavam sobre educação moral e intelectual. Em um espectro mais amplo, até 1966, pode-se dizer que a China investiu na criação de conteúdo original e desenvolveu cerca de 200 dramas de televisão capitulares nesses menos de dez anos desde sua criação. Esse desenvolvimento inicial foi profundamente marcado pelas dinâmicas da Guerra Fria. Assim, esse novo meio de comunicação era visto tanto como uma inovação tecnológica quanto como um instrumento político (Zhao, 2013).

A formação televisiva na China ocorre de maneira mais concreta a partir da década de 1980. Em um primeiro momento, essa informação pode causar estranhamento, visto que uma ampla gama de países já possuía um sistema televisivo bastante robusto nesse período. No entanto, a história recente da China nos ajuda a compreender esse desenvolvimento “tardio”: após incursões estrangeiras em seu território durante o final do século XIX e uma guerra civil entre o partido capitalista e o partido comunista que só se encerraria em 1949, a China precisava se reestruturar após a destruição causada por tais conflitos. Sua população era majoritariamente rural, analfabeta e faminta. Os anos que prosseguiram a vitória do Partido Comunista Chinês (PCCh), sob a liderança de Mao Zedong, foram dedicados ao desenvolvimento de métodos para acelerar a produção agrícola do campo e a industrialização do país, em um movimento que ficou conhecido como o *Grande Salto Adiante*. No entanto, nem todas as estratégias para a concretização desse projeto foram bem elaboradas, levando a população ao período da “grande fome da China” durante os anos de 1958 e 1961.

Esses dois acontecimentos direcionaram parte do PCCh a estabelecer duras críticas à gestão do partido. No entanto, a base ortodoxa fortaleceu-se e desembocou em um sistema de delações que buscava punir seus críticos. Esse movimento deu início

à Revolução Cultural (1966-1976). Com o objetivo de preservar o comunismo e “limpar o país de tendências capitalistas”, o movimento ficou internacionalmente conhecido por seus excessos. Durante esse período, universidades foram fechadas, empreendimentos culturais e artísticos foram proibidos e o desenvolvimento televisivo, junto à programação infantil, que nascia há menos de 10 anos, foi interrompido.

Ao término da Revolução Cultural, a China entrou no período de reformas e abertura econômica, lideradas por Deng Xiaoping desde 1978. A partir de então, diversas obras culturais e artísticas que foram banidas durante os anos passados voltaram a circular. A máxima “*both red and expert*” substituiu o antigo jargão “*the redder the better*”<sup>7</sup> utilizado durante os anos de tumulto desencadeados pela Revolução Cultural. O desenvolvimento econômico, científico e tecnológico passava a ser a matriz direcionadora de ações do PCCh. É nesse momento que a maior parte dos chineses obtém acesso ao aparelho televisivo pela primeira vez. Com isso, programas infantis que contemplavam o conhecimento científico e humanístico apareceram na TV:

<sup>7</sup> Após a revolução comunista de 1949, muitos profissionais especializados foram enviados para fazer trabalho no campo por serem considerados “burgueses”. Após a abertura econômica em 1978, no entanto, essas ideias mudaram. Sob o comando de Deng Xiaoping, o investimento profissional e científico tornou-se as bases de suas políticas e motivo de orgulho nacional. Nesse sentido, a China se apresentava como um país comunista que buscava seu desenvolvimento em diversos campos de atuação (Pinheiro-Machado, 2013).

<sup>8</sup> No original: “In the spring of 1978, CCTV organised a nation-wide painting competition among children, and meanwhile showed a series of programmes teaching children how to paint. In the same year, a new column *The Treasure House of Literature*, went on the air, intended to introduce children to classical Chinese and foreign literature”.

<sup>9</sup> No original: “This programme educates and enlightens children and exerts an imperceptible influence on their understanding of life and society. It helps them at an early age to distinguish the true from the false, the good from the evil, and the beautiful from the ugly. *The Treasure House of Literature* can be called children’s good teacher and friend”.

Na primavera de 1978, a CCTV organizou um concurso nacional de pintura entre crianças e, enquanto isso, exibiu uma série de programas ensinando crianças a pintar. No mesmo ano, entrou no ar uma nova coluna, *A Casa do Tesouro da Literatura*, com o objetivo de apresentar às crianças a literatura clássica chinesa e estrangeira<sup>8</sup>. (Zhao, 2013, p. 59)

Vale ressaltar que 1978 também foi o ano em que a política do filho único, encerrada apenas em 2016, teve início. Com isso, a programação a ser construída nas décadas seguintes foi particularmente pertinente a essas gerações que encontravam a televisão como uma fonte essencial de entretenimento, diante do contexto de famílias mais enxutas (Keane & Zhang, 2017). Assim, as diretrizes para a programação infantil foram definitivamente atualizadas na década de 1980 para se alinharem com os objetivos políticos de então. Em 1981, numa conferência organizada pelo PCCh na qual se refletia sobre os trabalhos que visavam o desenvolvimento infantil, ficou estabelecido que:

A fim de treinar pessoal qualificado para as quatro modernizações, a programação infantil da televisão deve ser multifuncional para cumprir a tarefa da educação moral comunista, disseminar o conhecimento científico e fornecer entretenimento artístico. A programação infantil deve ser vívida e animada para alcançar a educação por meio do entretenimento<sup>9</sup>. (Shou, 1987 citado por Zhao, 2013, p. 59)

Pela primeira vez educação e entretenimento foram interpretados como duas categorias que poderiam e deveriam caminhar na mesma direção. Esse período é marcado pelo aparecimento das TV comerciais, capitaneadas pela Shanghai TV. Além disso, outro fator importante colaborou com a transformação do ecossistema televisivo da época: a presença de anunciantes. A partir de então, o conteúdo televisivo era pensado para atender as demandas da sociedade, do partido e dos anunciantes. É um momento de desenvolvimento tecnológico, no qual a China dialoga com outros países e adquire expertises para pensar a sua própria grade de televisão. Nesse sentido, houve um expressivo aumento na quantidade de horas de transmissão, de canais e de conteúdo – que incluía também a importação de narrativas seriadas estrangeiras, oriundas dos EUA, do Japão e de Hong Kong, e até mesmo telenovelas latino-americanas (Bai & Song, 2015).

Algum tempo depois, essa tendência de comercialização também pôde ser observada no que diz respeito ao conteúdo televisivo infantil. A demora para a concretização desse modelo ocorreu por conta do viés educativo com o qual essa programação foi pensada. A transformação data da importação feita pela CCTV do animê *Astro Boy*, que se tornou um sucesso entre as crianças e rapidamente foi franqueado para promover produtos comerciais (Ishii, 2013; Zhao, 2013). Desde então, a importação de conteúdo estrangeiro passou a abarcar outros desenhos animados, como *Mickey Mouse* e *Pato Donald*, também detentores de forte potencial comercial (Zhao, 2013). Em termos numéricos, no fim de 1984, dois canais da CCTV transmitiam mais de 330 minutos dedicados à programação

infantil por semana, para além das exibições de conteúdo infantil em outras redes de televisão. Durante o período de férias escolares, mais blocos da programação voltados para as crianças eram adicionados às grades.

Já na década de 1990, o Ministério da Imprensa, Filme e Televisão (MPFT) elencou quatro objetivos primordiais: 1. os programas de TV deveriam guiar a opinião pública, enaltecendo os valores socialistas; 2. a qualidade da programação deveria perseguir a primazia e a qualidade, tornando-a competitiva o suficiente para disputar o mercado do leste e sudeste asiático; 3. o desenvolvimento tecnológico permanecia como um norte fundamental; e 4. a supervisão do governo seria ampliada (Zhu, 2019). Nesse mesmo momento, buscando o desenvolvimento da expertise, tecnologia e programação local, a importação de conteúdo estrangeiro limitava-se a 25% das grades de televisão de cada canal e não poderia ocupar mais de 15% do horário nobre. Ainda assim, a programação infantil no início dos anos 2000 era dominada por animês japoneses. Isso levou o MPFT, em 2004, a exigir que pelo menos 60% das animações transmitidas nas redes de televisão fossem domésticas e, em 2006, a proibir que animações estrangeiras fossem exibidas durante o horário nobre. Consequentemente, em 2008, 70% das animações presentes nas grades de programação eram chinesas (Ishii, 2013). Essa ampliação na produção de conteúdo local reflete a recente política chinesa que visa a exportação de suas produções midiáticas e culturais, conhecida como *Go Abroad*. Para isso, o Estado investiu uma enorme quantia no desenvolvimento do mercado de animações domésticas:

Nosso objetivo é aumentar drasticamente a quantidade de animação produzida internamente, ver um aumento acentuado na qualidade do produto e aumentar a força nas capacidades de inovação técnica com muitos produtos excelentes chegando ao mercado, para se tornar uma grande potência mundial de criação, desenvolvimento, e produção na indústria de animação, e para desenvolver o mercado internacional, ocupando gradualmente os principais mercados domésticos<sup>10</sup>. (State Council, 2006 citado por Ishii, 2013, p. 227)

<sup>10</sup>No original: “Developing the animation industry is important in terms of satisfying the spiritual and cultural requirements of the Chinese people, promoting the advanced culture of socialism, providing morality and ethics education for children, fostering the advancement of the cultural industry, and nurturing this new growth area in the economy”.

Para isso, o governo tem desenvolvido uma série de políticas públicas, como apoio financeiro para a realização de concursos e festivais de animação (Ishii, 2013). Além disso, desde 2009, foram criados 70 parques e escolas de animação. Aproximadamente 6 mil empresas atuam no desenvolvimento de animações e quadrinhos, empregando mais de 200 mil trabalhadores no país.

Ainda é cedo para mensurar o impacto da empreitada midiática expansionista da China – seja através do conteúdo infantil ou de sua produção voltada ao entretenimento de adultos –, afinal, ela sofre déficit de trocas culturais. Por isso, é vista como um país com um potencial enorme de mercado consumidor de conteúdo estrangeiro, mas detentor de pouco apelo global para a exportação de suas próprias produções culturais e midiáticas (Chua, 2012; Zhu, 2019). Isso pode ser explicado pela percepção de que a China é uma nação de liderança comunista, com uma economia robusta e que nos últimos anos vem desafiando a ordem global ocidental.

### Considerações Finais

O conteúdo televisivo infantil no Brasil e na China esteve, ao longo desse período, alinhado ao interesse de ambos os Estados. Estes, por sua vez, tiveram trajetórias que ora se assemelhavam, ora trilhavam caminhos divergentes, especialmente no que diz respeito ao desenvolvimento de políticas públicas para a produção de conteúdo nacional e à inserção de conteúdo estrangeiro em suas grades. Nesse sentido, elencamos aqui os principais pontos de convergência e divergência apresentados por Brasil e China no decorrer da história da televisão de ambos.

Na década de 1960, os dois países atravessaram um momento peculiar em sua macro-história: o Brasil encarava um golpe de Estado e a China buscava se reestruturar com a política do *Grande Salto Adiante*. Assim, utilizaram a TV como instrumento político, e o conteúdo infantil esteve à disposição dos interesses e desejos dos Estados. Cada qual ao seu modo, se preocuparam em levar ao ar conteúdos que miravam uma educação moral, cívica e intelectual. O segundo ponto de encontro sintoniza também uma mudança na história político-social

desses países: na década de 1980, quando a ditadura militar chegava ao fim no Brasil e a China transformava o seu posicionamento político após a Revolução Cultural, as televisões também experimentaram um novo momento. Enquanto no Brasil explodiram os programas de auditório, que enxergavam as crianças não como público em formação, mas como público consumidor, na China, a abertura econômica permitiu que chegassem à grade televisiva conteúdos estrangeiros, oriundos de diversos países, o que no Brasil foi, desde o princípio, o modo padrão, especialmente em relação aos conteúdos de animação.

A década de 1990 foi atravessada por preocupações e perspectivas com o conceito de qualidade. Embora, a reflexão sobre a televisão ainda se encontrasse em um momento de convergência nos dois países, foi justamente nesse momento que as divergências começaram a ser delineadas. A China, por seguir um modelo político mais estruturado e com objetivos a longo prazo, se preocupou em incentivar por meios próprios e políticas públicas o desenvolvimento de conteúdos originais, buscando o equilíbrio entre qualidade e competitividade dentro e fora do cenário doméstico. O Brasil, por sua vez, lidou com complexos embates entre os interesses públicos e privados acerca dos conteúdos direcionados ao público infantil, que perduraram durante anos até que, de fato, algum direcionamento estatal fosse realizado.

No entanto, a maior divergência entre esses países dialoga com a ideia da utilização da televisão como um instrumento construtor de um projeto de nação, assim como a presença do Estado no incentivo ao desenvolvimento de suas grades televisivas e proteção ao mercado doméstico. Enquanto a China incentivou, acompanhou e protegeu o seu mercado, o Brasil não desenvolveu políticas públicas contínuas de incentivo à produção nacional, seja de conteúdos *live action* ou de conteúdos animados. A proteção nacional ocorreu no Brasil somente uma vez, quando o Partido dos Trabalhadores (PT) esteve no poder, em meados dos anos 2000. Cabe ressaltar que o Brasil possui um potente mercado consumidor, principalmente no tocante aos desenhos animados, mas a organização estrutural de seu mercado televisivo costuma estar mais conectada a interesses privados de grandes conglomerados midiáticos.

À guisa de conclusão, o que fica de concreto é que, enquanto a televisão brasileira continua a ser guiada por uma linha curatorial de patrocinadores, servindo, dessa forma, aos interesses privados, o caso chinês, por sua vez, apresenta uma outra alternativa: mesmo em seu pouco tempo de desenvolvimento e suas rupturas, o que vemos atualmente é um cenário de constante mudança, mas que mantém uma lógica central, isto é, o desenvolvimento e a proteção do conteúdo nacional parece ser mais importante do que a absorção de conteúdo internacional. Assim, a China se preocupou em ser produtora de conteúdo e não depender de importações. É claro que o ecossistema televisivo se apresenta de forma dinâmica, principalmente no século XXI, quando novos produtores nada tradicionais, como a estadunidense Netflix, a brasileira Globoplay e a chinesa iQIYI (Araujo, 2021), entraram em cena e modificaram mais uma vez as formas de produzir, distribuir e consumir televisão. Investigar e avaliar essa nova e já presente realidade em uma perspectiva comparativa entre Brasil e China é a missão de pesquisas futuras.

## Referências

- Amorim, E. (2007). *História da TV Brasileira*. Centro Cultural de São Paulo.
- Araujo, M. (2021). iQIYI e a televisão chinesa: uma reflexão sobre as plataformas de vídeo sob demanda para além do Ocidente. *GEMInIS*, 12(3), 151-168. <https://doi.org/10.53450/2179-1465.RG.2021v12i3p151-168>
- Bai, R. (2007). TV dramas in China: Implications of globalization. In M. Kops & S. Ollig (Eds.), *Internationalization of the Chinese TV sector* (pp. 75-99). LIT Verlag.
- Bai, R., & Song, G. (2015). Introduction. In R. Bai & G. Song (Eds.), *Chinese television in the twenty-first century: Entertaining the nation* (pp. 1-20). Routledge.

Bolaño, C. (2014). Globalization and history in Brazil: Communication, culture, and development policies at a crossroads. In M. Guerrero & M. Márquez-Ramírez (Orgs.), *Media systems and communication policies in Latin America* (pp. 226-242). Palgrave.

Bujes, M. I. E. (2005). Infância e poder: Breves sugestões para uma agenda de pesquisa. In M. I. E. Bujes & M. V. Costa (Orgs.), *Caminhos investigativos III: Riscos e possibilidades de pesquisar nas fronteiras* (pp. 179-197). DP&A.

Chua, B. H. (2012). The regionalization of television and China. *Chinese Journal of Communication*, 5(1), 16-13. <https://doi.org/10.1080/17544750.2011.647739>

Cordelian, W., Gaitan, J. A., & Gomez, G. O. (1996). A televisão e as crianças. *Comunicação & Sociedade*, (7), 45-55. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i7p45-55>

Costa, A., & Amancio, A. C. (2015). Franquias televisivas: Processos de produção, venda e circulação. *GEMInIS*, 6(1), 154-173.

Cunha, G. L. (2017). *As relações Brasil-China: Ciência, tecnologia e inovação no século XXI* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Repositório institucional da UFRJ. <https://bit.ly/3GQvSkH>

Fiel, A. F. (2019). *A tela encantada: Infância e conteúdo infantil na TV do Brasil* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense]. Repositório institucional da UFF. <https://bit.ly/3MNGFO3>

Hall, S. (1992). The West and the rest. In S. Hall & B. Gieben (Eds.), *Formations of modernity: Understanding modern societies an introduction book 1* (pp. 275-332). Polity Press.

Ishii, K. (2013). Nationalism and preferences for domestic and foreign animation programmes in China. *International Communication Gazette*, 75(2), 225-245. <https://doi.org/10.1177/1748048512459148>

Keane, M., & Zhang, J. (2017). Where are we going? Parent-child television reality programmes in China. *Media, Culture & Society*, 39(5), 631-643. <https://doi.org/10.1177/0163443716663641>

Keane, M., & Moran, A. (2003). *Television across Asia: TV industries, programme formats and globalisation*. Routledge.

Kuhlmann, M., Jr., & Fernandes, R. (2004). Sobre a história da infância. In L. Faria Filho (Org.), *A infância e sua educação: Materiais, práticas e representações* (pp. 15-33). Autêntica.

Li, M. (2003). As relações sino-brasileiras: Passado, presente e futuro. In E. S. Fujita (Org.), *O Brasil e a Ásia no século XXI: Ao encontro de novos horizontes* (pp. 69-86). Ipri.

Lima, H. S. (2015). *A lei da TV Paga: Impactos no mercado audiovisual* [Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP. <https://bit.ly/3PYMv1O>

Lou, S. (2017). *Mídia, chinesidade e a vida sociocultural dos sinos-cariocas: História e perspectivas* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Repositório institucional da UFRJ. <https://bit.ly/3xf2Nwf>

Magalhães, C. M. (2007). *Os programas infantis da TV – Teoria e prática para entender televisão feita para as crianças*. Autêntica.

Mattos, S. (2009). *História da televisão brasileira: Uma visão econômica, social e política*. Vozes.

Medeiros, S. M. G. (2008). *Qualidade na televisão* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo]. Repositório PUC-SP. <https://bit.ly/3ajXKl2>

Nesteriuk, S. (2011). *Dramaturgia de série de animação*. ANIMATV.

*Pesquisa brasileira de mídia 2016: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. (2016). Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República. <https://bit.ly/3xpKbsn>

Pinheiro-Machado, R. (2013). *China: Passado e presente*. Artes e Ofícios.

Ricco, F., & Vannucci, J. A. (2017). *Biografia da televisão brasileira*. Matrix.

Thussu, D. K. (2006). *Media on the move: Global flow and contra-flow*. Routledge.

Waisbord, S. (2004). McTV: Understanding the global popularity of television formats. *Television & New Media*, 5(4). 359-383. <https://doi.org/10.1177/1527476404268922>

Wallerstein, I. (2013). *O universalismo europeu: A retórica do poder*. Boitempo.

Zhao, B. (2013). *The little emperor's new toys: A critical inquiry into children and television in China*. Springer.

Zhu, Y. (2019). TV China: Control and expansion. In S. Shimpach (Ed.), *The Routledge companion to global television* (pp. 436-444). Routledge.