Comunicação, Política e Diversidades: diálogos e reflexões interdisciplinares

Lucas Mariano
Marco Túlio Câmara
Nara Bretas
[organizadores]

ecomig

X Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social de Minas Gerais

Lucas Mariano
Marco Túlio Câmara
Nara Bretas
[organizadores]

Comunicação, Política e Diversidades: diálogos e reflexões interdisciplinares

Belo Horizonte, Minas Gerais
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais
2017

M333c Mariano, Lucas.
Comunicação, política e diversidades : diálogos e reflexões interdisciplinares / Lucas Mariano, Marco Túlio Câmara, Nara Bretas (organizadores). – Belo Horizonte : CEFET-MG, 2017.
398 p. : il.

Vários autores.
Inclui bibliografia.
ISBN 978-85-99872-46-8

1. Comunicação. 2. Interdisciplinaridade. 3. Política de comunicação. I. Câmara, Marco Túlio. II. Bretas, Nara. III. Título.

CDD: 302.2

Ficha elaborada pela Biblioteca - Campus I – CEFET-MG
Bibliotecário: Wagner Oliveira Braga CRB6 - 3261

FICHA TÉCNICA

Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social de Minas Gerais e áreas afins participantes do Ecomig (2017)

POSLING CEFET/MG

Coordenação: Prof. Dr. Renato Caixeta da Silva
Área de Concentração: Tecnologias e Processos Discursivos
Linhas de Pesquisa: Literatura, Cultura e Tecnologia ▶ Discurso, Mídia e Tecnologia ▶ Linguagem, Ensino, Aprendizagem e Tecnologia ▶ Edição, Linguagem e Tecnologia
Site: www.posling.cefetmg.br

PPGCE UFU

Coordenação: Prof. Dra. Ana Cristina Menegotto Spannenberg
Área de Concentração: Tecnologia, Comunicação e Educação
Linhas de Pesquisa: Tecnologias e Interfaces da Comunicação ▶ Mídias, Educação e Comunicação
Site: www.ppgce.faced.ufu.br

PPGCOM PUC MINAS

Coordenação: Prof. Dr. Mozahir Salomão Bruck
Área de concentração: Interações Midiáticas
Linhas de pesquisa: Linguagem e Mediação Sociotécnica ▶ Midiatização e Processos de Interação
Site: portal.pucminas.br/pos/fca/

PPGCOM UFJF

Coordenação: Prof. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela
Área de concentração: Comunicação e Sociedade
Linhas de pesquisa: Comunicação e Poder ▶ Cultura, Narrativas e Produção de Sentido ▶ Estética, Redes e Tecnocultura
Site: www.ufjf.br/ppgcom

PPGCOM UFMG

Coordenação: Prof. Dr. Carlos Magno Camargos Mendonça
Área de concentração: Comunicação e Sociabilidade Contemporânea
Linhas de pesquisa: Processos Sociais e Práticas Comunicativas ▶ Pragmáticas da Imagem ▶ Textualidades Midiáticas
Site: www.fafich.ufmg.br

PPGCOM UFOP

Coordenação: Prof. Dr. Frederico de Mello Brandão Tavares
Área de concentração: Comunicação e Temporalidades
Linhas de pesquisa: Práticas Comunicacionais e Tempo Social ▶ Interações e Emergências da Comunicação
Site: www.ppgcom.ufop.br

PPGMCult FUMEC

Coordenação: Prof. Dra. Vanessa Madrona Moreira Salles
Área de Concentração: Estudos Culturais Contemporâneos
Linhas de Pesquisa: Cultura e Interdisciplinaridade ▶ Cultura e Tecnologia
Site: www.ppg.fumec.br/ecc

ORGANIZAÇÃO

Comissão organizadora do E-book
Lucas Mariano (CEFET/MG)
Marco Túlio Câmara (CEFET/MG)
Nara Bretas (CEFET/MG)

Revisão do E-book
Ana Luísa Ruggieri (UFOP)
Flávia Campos (CEFET-MG)
Leila Caeiro (CEFET-MG)
Leilane Stauffer (CEFET-MG)
Luciana Lelis Leal (UFV)
Ludmilla Modesto Alves (UNICAMP)

Diagramação
Aline Monteiro Homssi (UFOP)

Projeto Gráfico
Ana Paula Rodarte (UFOP)

Coordenação Geral (2017)
Erika Dias (CEFET/MG)
Marco Túlio Câmara (CEFET/MG)

Comissão de Produção e Logística
Andrey Azevedo (CEFET/MG)
Erika Dias (CEFET/MG)
Flávia Dias (CEFET/MG)

Comissão de Programação
Lucas Mariano (CEFET/MG)
Marco Túlio Câmara (CEFET/MG)
Nara Bretas (CEFET/MG)

Comissão de Divulgação, Identidade Visual, Redes Sociais e Site
Aline Monteiro Homssi (UFOP)
André Silva (CEFET/MG)
Andrey Azevedo (CEFET/MG)
Diogo Tognolo (CEFET/MG)
Ricardo Divino (CEFET/MG)

Comissão de Pareceres
Eliziane Oliveira (CEFET/MG)
Luciana d'Anunciação (CEFET/MG)

Comissão de Inscrições
Leila Caeiro (CEFET/MG)
Leilane Stauffer (CEFET/MG)

Comissão científica do E-book
Profª Ms. Adriana Lacerda de Brito (CEFET-MG)
Profª Ms. Ana Rodarte (UEMG)
Prof. Dr. Antônio Augusto Braighi (CEFET-MG)
Profª. Drª. Carla Moreira (CEFET-MG)
Prof. Dr. Carlos Alberto Carvalho (UFMG)
Profª. Drª. Cláudia Maia (CEFET-MG)
Prof. Dr. Edgard Almeida Filho (UFC)
Profª. Drª. Izani Pibernat Mustafá (UFMA)
Profª. Drª. Juçara Brittes (UFOP)
Profª. Drª. Lílian Arão (CEFET-MG)
Profª. Drª. Maria Erica de Oliveira (UFC)
Profª. Drª. Mirna Tonus (UFU)

ECOMIG 2017
E-mail: comissaoecomig2017@gmail.com
Site: https://ecomig2017.com/
Facebook: https://www.facebook.com/Ecomig/

AGRADECIMENTOS

Organizar um evento tão importante e sólido como Ecomig não foi tarefa fácil. Fomos questionados, incentivados a desistir, mas seguimos firmes por um propósito que nos guiou e nos motivou a enfrentar todas as dificuldades: acreditamos no poder transformador da pesquisa, na importância do estudo da comunicação e das linguagens e na valorização da nossa profissão enquanto pesquisadores. Em tempos tão temerosos de descaso com a educação e a redução de investimentos e créditos para a pesquisa no Brasil, abordamos a diversidade e a discussão política em nosso trabalho.

Pensando nisso, debruçamo-nos sobre as dezenas de artigos e contatos para conseguir elaborar este E-book, condizente com a intenção do evento e do nosso Programa de Pós-Graduação: ser plural, diverso, interdisciplinar. Acreditamos que publicações como essa podem contribuir para a discussão e consolidação da pesquisa que envolve as áreas de Comunicação e, assim, refletir (e buscar a reflexão) na sociedade em que estamos inseridos. Esperamos, ademais, que ela possa incentivar novas inquietações, alcance diferentes destinatários, para que se firme o propósito da verdadeira democratização da ciência.

Mas nada disso seria possível sem o apoio daqueles que acreditam e vivem essa valorização da pesquisa. Para a construção deste E-book, assim como a avaliação dos trabalhos apresentados, contamos com generosos professores pesquisadores que dispensaram atenção e trabalho, com muito carinho, aos artigos que aqui compõem a publicação, com avaliação completa e criteriosa.

Agradecemos ao POSLING, nossa querida casa, pelo incentivo na realização do evento, ajudas burocráticas e pelo espaço cedido para que tudo pudesse ter sido o sucesso que foi. Nesse sentido, estendemos nossos agradecimentos, também, aos outros programas de pós-graduação pela participação no evento, sobretudo o PPGCOM da UFOP, pela confiança em nosso trabalho. É para cada estudante que ele é idealizado, feito e trabalhado.

Por fim, agradecemos a você, que está acompanhando essa publicação, pela atenção e pela valorização da ciência e do nosso trabalho. Em um contexto de disseminação de discursos de ódio e medo da perda da liberdade, acreditamos no fundamental papel de resistência que representamos e convidamos você a se juntar a nós: existamos, resistamos!

Marco Túlio Pena Câmara
Coordenador Geral do X Ecomig

SUMÁRIO

PREFÁCIO 11

GT LINGUAGENS E NARRATIVAS 15

DO BLOG PARA AS PÁGINAS DO LIVRO 16
Mudanças da narrativa digital para o impresso
Ana Paula Martins (Ufop) e Aline Monteiro Homssi (Ufop)

NARRATIVAS DE VIOLÊNCIA, NARRATIVAS VIOLENTAS: 35
Reflexões sobre o jornalismo e o assassinato de mulheres em relações de proximidade
Bárbara Caldeira (UFMG)

O CONCEITO DE "LIVRO-REPORTAGEM": 48
Subsistema jornalístico e suporte editorial
Fernando Lopes da Silva (UFU) e Daniel Padilha Pacheco da Costa (UFU)

A MEMÓRIA DO TORCEDOR E A SELEÇÃO BRASILEIRA: 60
Os discursos presentes em comentários virtuais sobre o passado do futebol
Filipe Barboza (Ufop)

FICÇÃO CIENTÍFICA AUDIOVISUAL SERIADA OU PRODUTOS MIDIÁTICOS? 71
Um estudo sobre os mundos imaginados das telas
Lívia de Pádua Nóbrega (UFMG)

"FOI UM RIO QUE PASSOU EM MINHA VIDA": 86
A cobertura do jornal O Tempo sobre a tragédia de Bento Rodrigues
Marco Túlio Pena Câmara (Cefet-MG)

QUANDO CASOS DE VIOLÊNCIA VIRAM CASOS DE FAMÍLIA: 107
A Lei Maria da Penha em um talk show popular
Rafael Barbosa Fialho Martins (UFMG)

O ETHOS DISCURSIVO DE LÍDERES DO PASSADO E DO PRESENTE DA TORCIDA ORGANIZADA MÁFIA AZUL 122
Thiago Madureira de Alvarenga (Cefet-MG)

GT DIVERSIDADES, PROCESSOS SOCIAIS E COMUNICACIONAIS 138

A BATALHA DA SANTÊ E O MOVIMENTO HIP HOP EM BELO HORIZONTE: 139
Expressões artísticas periféricas como forma de lazer e de resistência política
Alessandra Nardini (Fumec) e Rodrigo Fonseca e Rodrigues (Fumec)

REPRESENTAÇÕES DO GÊNERO FEMININO: 153
O (re)posicionamento da Skol na campanha "Repôster"
Ana Luísa de Castro Almeida (PUC-Minas), Marcela Vouguinha Cunha (PUC-Minas) e Rebeca Tonidandel Abras (PUC-Minas)

AS INTERFERÊNCIAS DOS BASTIDORES NOS PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO ENTRE SUBORDINADOS E SUBORDINADORES NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL: 169
Uma articulação teórico-metodológica entre Erving Goffman e José Luiz Braga
Dôuglas Aparecido Ferreira (UFMG)

(DES)PERTENCIMENTOS DO FEMININO NA POLÍTICA: 181
Uma análise dos enquadramentos das candidatas Hillary Clinton e Marine Le Pen na mídia brasileira
Gisela Cardoso Teixeira (Cefet-MG) e Leilane Tolentino Stauffer (Cefet-MG)

EXPERIÊNCIAS DE SOROPOSITIVIDADE NAS MÍDIAS: 198
Capas da Veja e Galileu na conformação do que é viver com HIV/Aids
José Henrique Pires Azevêdo (UFMG)

A VIRADA PRAGMÁTICO-LINGUÍSTICA NA TEORIA CRÍTICA: 212
Autonomia e intersubjetividade como base para a construção do sujeito político em Habermas
Julia Ester de Paula (UFMG) e Leonardo Santa Inês Cunha (UFMG)

REPRESENTAÇÕES DO FEMININO EM JOGOS DE VIDEOGAME: 225
Uma reflexão crítica
Marcos Maia (Cefet-MG)

A MULHER E A HQ: 245
Uma reflexão teórica sobre a representação feminina nos quadrinhos
Nara Bretas (Cefet-MG)

AERO REPORTAGEM: 268
O dia a dia do repórter aéreo
Rogério Botelho Passa (Fumec)

GT COMUNICAÇÃO DIGITAL E INTERAÇÕES COMUNICATIVAS 280

ENTRE IMAGENS, LINKS E HASHTAGS: 281
A publicidade mediada pelo jornalismo de moda no Instagram
Fabrícia dos Santos Figueiró (Cefet-MG)

OBJETO TÉCNICO, OBJETO COMUNICACIONAL, OBJETO DIGITAL: 300
Uma discussão sobre o telejornalismo on demand
Iana Coimbra (PUC-Minas)

JORNALISMO CULTURAL NO YOUTUBE: 313
A relação entre fachada e tecnologia a partir do canal "Pipocando"
Mariana Alencar Nunes (UFMG)

MERGULHO ALÉM DA FANTASIA: 325
Estratégias de imersão na prática jornalística dos newsgames
Natália Ferraz Menezes (Ufop)

AUDIÊNCIAS ATIVAS E FUTEBOL: 338
Uma análise das atividades do Corinthians no Facebook
Núbia Azevedo (Ufop)

NÃO HÁ NADA A FAZER, AINDA RESTA ALGO A SER FEITO: 355
Ditadura, jogos digitais e memória da tortura no país
Rodrigo Campanella Gonçalves Barbosa (UFMG) e Leylianne Alves Vieira (UFMG)

GT ESTÉTICA E ESTUDOS DA IMAGEM 371

MULTITERRITORIALIDADE E O MODO DE EXISTÊNCIA FICÇÃO: 372
Aproximações entre as Geografias da Comunicação e a Teoria Ator-Rede na Análise de Obras de Arte
Luana Caroline Damião (Ufop)

O VOO EM MIYAZAKI: 386
Características, cultura e semiótica na obra do diretor
Raphael Parreira e Silva (PUC-Minas)

PREFÁCIO

Diálogo entre Linguagens e Comunicação Social: ECOMIG no CEFET-MG

RENATO CAIXETA DA SILVA
COORDENADOR POSLING / CEFET-MG

Em 2018, celebramos dez anos de aprovação do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens (POSLING) do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG) junto a CAPES / MEC. Nessa década de existência, temos trabalhado em prol da consolidação de nosso programa junto a área Linguística e Literatura da própria CAPES, entre os demais programas de pós-graduação tanto de nossa área como de áreas afins, e em nossa própria instituição. O POSLING / CEFET-MG tem como sua área de concentração Tecnologias e Processos Discursivos, e promove a formação de pesquisadores em nível de mestrado e de doutorado com vistas ao aprofundamento dos conhecimentos sobre a relação tecnologia-linguagem-discurso. Adotamos uma perspectiva interdisciplinar, intersemiótica e interdiscursiva, o que possibilita uma abordagem de textos verbais e não-verbais pertencentes aos vários campos da cultura humana. Consideramos a relevância da tecnologia na sociedade contemporânea e a utilização das linguagens nesses vários contextos de atuação humana: literatura, mídia e comunicação, educação, edição, e outros.

Promover interdisciplinaridade pressupõe também estar aberto ao recebimento de pessoas de outras áreas que possam realizar pesquisas envolvendo a(s) linguagem(-ens) e sua área inicial de formação. Significa, para nós docentes, percorrer novos caminhos na construção do conhecimento, inserindo-nos em outras áreas de conhecimento e promovendo o diálogo entre elas e nossa área de Estudos de Linguagens. A Linguística e a Literatura estão constantemente promovendo tais inserções, e o POSLING / CEFET-MG não poderia ser diferente. Na contemporaneidade, promover a valorização das diversidades implica em permitir que diálogos aconteçam nas diversas áreas da sociedade, sobretudo no meio acadêmico.

É neste contexto e com este sentimento que, em 2017, o POSLING do CEFET-MG sediou o 10º ECOMIG - Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de Minas Gerais. A justificativa de tal realização pode ser encontrada no caráter interdisciplinar do evento, o qual coincide com os próprios anseios do nosso programa e do CEFET-MG. Temos recebido e formado, no POSLING / CEFET-MG, muitos pesquisadores da área de Comunicação nas diferentes linhas de pesquisa – 1) Literatura, Cultura e Tecnologia; 2) Discurso, Mídia e Tecnologia; 3) Linguagem, Ensino, Aprendizagem e Tecnologia; 4) Edição, Linguagem e Tecnologia. A interdisciplinaridade proposta e

promovida possibilita uma aproximação maior entre nós da área das linguagens e outros Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Estado de Minas Gerais. Podemos dizer "aproximação maior" porque a aproximação em si já vem acontecendo há mais tempo, não apenas com a inserção de profissionais da comunicação em nosso programa, mas também por causa da participação de alunos e professores do POSLING / CEFET-MG em edições anteriores do ECOMIG, o que motivou o convite feito em 2016 para que sediássemos o evento em 2017.

Tal tarefa foi imediatamente aceita pela coordenação do programa, que a confiou aos alunos atuantes. A Comissão Organizadora vivenciou, com profissionalismo e seriedade, a alegria, o trabalho, os desafios e as dificuldades impostos numa realização como esta. Como bem expressaram na abertura do evento, nossos alunos acreditaram "no poder transformador da pesquisa, na importância do estudo da comunicação e das linguagens e na valorização" do pesquisador e de seus feitos. Com isso, a comissão organizadora logrou êxito ao associar estudos de formação acadêmica a uma tarefa prática típica de meios acadêmicos, que é a organização de um evento.

O tema do 10º ECOMIG foi "Comunicação, política e diversidades: diálogos e reflexões interdisciplinares", o que proporcionou aos participantes compartilharem suas inquietações e mostrarem as contribuições de suas pesquisas, sobretudo as relacionadas ao atual momento político-social brasileiro e internacional. Essas inquietações e contribuições acadêmico-científicas frente ao tema central do evento são apresentadas, agora, na forma de e-book. Acreditamos que tal produção permite aos participantes do evento recordarem e terem registrados seus trabalhos, e os trabalhos que vieram a conhecer e pelos quais se interessaram. Também, com essa publicação damos a chance de conhecerem estes trabalhos aos novos estudantes das áreas, a outros pesquisadores não participantes, e aos pesquisadores de programas de pós-graduação de outras áreas e lugares.

Os 25 capítulos deste livro estão divididos de acordo com os Grupos de Trabalho do Ecomig 2017, em quatro seções. Assim, a primeira parte, que reúne os trabalhos de *Linguagens e Narrativas*, conta com trabalhos que versam sobre o jornalismo impresso e suas narrativas, com análise sob diferentes óticas e produtos, como "Narrativas de violência, narrativas violentas: reflexões sobre o jornalismo e o assassinato de mulheres em relação de proximidade", de Bárbara Caldeira; "O conceito de 'livro-reportagem': subsistema jornalístico e suporte editorial", de Fernando Lopes e Daniel Padilha; e "'Foi um rio que passou em minha vida': a cobertura do jornal O Tempo sobre a tragédia de Bento Rodrigues", de Marco Túlio Câmara. O discurso digital (e suas vertentes e diferentes possibilidades) também são objetos de análise nos trabalhos "Do blog para as páginas do livro: mudanças da narrativa digital para o impresso", de Ana Paula Martins e Aline Monteiro Homssi; e "A memória do torcedor e a seleção brasileira: os discursos presentes em comentários virtuais sobre o passado do futebol", de Filipe Barboza. O futebol também foi tema de análise discursiva no capítulo "O ethos discursivo de líderes do passado e do presente da torcida organizada Máfia

Azul", de Thiago Madureira. Além disso, a seção também valoriza os estudos audiovisuais como "Ficção científica audiovisual seriada ou produtos midiáticos? Um estudo sobre os mundos imaginados das telas", de Lívia de Pádua; e "Quando casos de violência viram casos de família: a Lei Maria da Penha em um talk show popular", de Rafael Fialho, que estuda a narrativa televisiva.

Já na segunda parte, que recebe o nome de *Diversidade, Processos Sociais e Comunicacionais*, pesquisas sobre a questão da representação da mulher, o feminino e o feminismo, todas temáticas caras ao cenário contemporâneo e o debate sobre o machismo, a misoginia e o papel social da mulher na atualidade, são discutidas sob a luz de diferentes abordagens e objetos, como em "Representações do gênero feminino: o (re)posicionamento da *Skol* na campanha 'repôster'", de Ana Luísa Almeida, Marcela Voguinha e Rebeca Tonidandel; "(Des)pertencimentos do feminino na política: uma análise dos enquadramentos das candidatas Hillary Clinton e Marine Le Pen na mídia brasileira", de Gisela Teixeira e Leilane Stauffer; "A representação do feminino nos videogames: uma reflexão crítica", de Marcos Maia; "A mulher e a HQ: uma reflexão teórica sobre a representação feminina nos quadrinhos", de Nara Bretas; e "Misoginia e reação do oprimido: Tensionamentos no conceito de gênero no site 'TERF Is A Slur'", de Stephanie Borges. Além disso, a resistência e as expressões artísticas são tema de discussão no trabalho de Alessandra Nardini e Rodrigo Rodrigues "A batalha da Santê e o movimento Hip Hop em Belo Horizonte: Expressões artísticas periféricas como forma de lazer e de resistência política". A comunicação organizacional e os lugares de fala são assunto de debate na pesquisa de Douglas Ferreira, em "As interferências dos bastidores nos processos de comunicação entre subordinados e subordinadores no contexto organizacional: uma articulação teórico-metodológica entre Erving Goffman e José Luiz Braga". Outras questões abordadas no livro são a comunicação midiática, gênero e vulnerabilidade, como em "Experiências de soropositividade nas mídias: Capas da Veja e Galileu na conformação do que é viver com HIV/Aids", de José Henrique Azevedo. Já o trabalho de Julia Ester e Leonardo Cunha "A virada pragmático-linguística na teoria crítica: autonomia e intersubjetividade como base para a construção do sujeito político em Habermas", levanta a discussão sobre o papel da autonomia e da intersubjetividade na construção do sujeito político em Habermas a partir de uma pesquisa bibliográfica. Rogério Parra, por sua vez, fecha o bloco com o trabalho "Aero reportagem: O dia a dia do repórter aéreo", em que apresenta detalhes do processo funcional chamado de aero reportagem ou reportagem aérea e a importância do mesmo para o mercado de marketing.

Por sua vez, a terceira parte deste livro agrega trabalhos que discorrem sobre a *Comunicação Digital e as Interações Comunicativas*. Assim, pesquisas como, "Entre imagens, links e hashtags: A publicidade mediada pelo jornalismo de moda no Instagram", de Fabrícia Figueiró; "Jornalismo cultural no YouTube: A relação entre fachada e tecnologia a partir do canal "Pipocando", de Mariana Alencar Nunes e "Audiências ativas e futebol: Uma análise das atividades do Corinthians no Facebook" de Núbia de Azevedo, se aproximam dessa temática ao discorrer sobre aspectos das interações comunicativas nas

redes sociais. O trabalho "Mergulho além da fantasia: Estratégias de imersão na prática jornalística dos newsgames", de Nathalia Ferraz também compõe este bloco e traz contribuições importantes por meio de uma pesquisa exploratória e bibliográfica sobre o mapeamento de técnicas e práticas que podem ser utilizadas no desenvolvimento de newsgames como estratégias para aumento da imersão dos jogadores. Os jogos digitais também fazem parte do trabalho de Rodrigo Campanella e Leyliane Alves, a pesquisa intitulada como "Não há nada a fazer, ainda resta algo a ser feito: ditadura, jogos digitais e memória da tortura no país" traz uma importante contribuição para a área da comunicação no que diz respeito a comunicação digital, por meio do jogo, e sua importância para a história.

Por fim, a última seção do livro versa sobre a *Estética e Estudos da Imagem*, com a interdisciplinaridade dos estudos de comunicação com obras de arte, incluindo artes visuais e cinema. Assim, o trabalho "Multiterritorialidade e o modo de existência ficção: aproximações entre as geografias da comunicação e a teoria ator-rede na análise de obras de arte", de Luana Damião, aborda tais conceitos na análise da obra Sala da Exaltação, no Museu do Futebol em São Paulo. O outro trabalho, "O voo em Miyazaki: características, cultura e semiótica na obra do diretor", de Raphael Parreira, utiliza a semiótica para entender os elementos da obra de Miyazaki e o discurso do voo.

Portanto, com essa publicação, permitimos mais diálogo entre pesquisadores, especialmente nas áreas de comunicação e de linguagens, e assim consolidamos a integração entre o POSLING / CEFET-MG e os programas de pós-graduação em comunicação em Minas Gerais. Acreditamos, assim, que nos consolidamos como programa de pós-graduação com responsabilidade acadêmica, política e social. Promovemos, portanto, o diálogo e provocamos mais reflexões, para que a Comunicação, a Política, e toda a sociedade, possam ser, de fato, mais plurais e diversas.

GT LINGUAGENS E NARRATIVAS

DO BLOG PARA AS PÁGINAS DO LIVRO

Mudanças da narrativa digital para o impresso

Aline Monteiro Homssi
(Mestre em Comunicação pela UFOP - alinemonteiro@gmail.com)
Ana Paula Martins
(Mestranda em Comunicação pela UFOP - apaulamartinsp@gmai.com)

RESUMO
O artigo é focado em livros oriundos de blogs, com a proposta de analisar de que modo a mudança de mídia e de suporte influencia e modifica a narrativa e o conteúdo publicados inicialmente. Para isso, o objeto de estudo é o blog e o livro homônimos A vida sem Crachá, da jornalista Claudia Giudice (2015). O trabalho aborda as características que marcam um livro e um blog, associando-os com base na abordagem de ecologia das mídias, a partir de Scolari (2015) e aos conceitos de midiamorfose, com Fidler (1998) e remediação, com Bolter e Grusim (2000). O registro das unidades básicas das narrativas do blog e do livro (posts e capítulos) analisadas é feito por meio da Análise de Conteúdo, conforme um protocolo criado para a pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE
Pixadores. Blog; Livro; Narrativa; Remediação; Midiamorfose.

ABSTRACT
This paper is focused on books that come from blogs, its proposal is to analyze in which way the change of media and support affect and modify the original narrative and content. Therefore, the objects of study are a blog and a book, both named A vida sem Crachá (Life without a badge, in a literal translation) of the journalist Claudia Giudice (2015). This work approaches the characteristics that mark a blog and a book, connecting each other based on the media ecology of Scolari (2015), the mediamorphosis concepts of Fidler (1998) and remediation of Bolter e Grusim (2000). The record of the basic units of the narrative of both book and blog analyzed (posts and chapters) is made using the Content Analysis from a protocol created for the research.

KEYWORDS
Pixadores. Blog; Book; Narrative; Remediation; Mediamorphosis.

INTRODUÇÃO

Os diários pessoais, escritos à mão em cadernos e destinados apenas à leitura do autor ou de pessoas por ele selecionadas, ganharam um novo fôlego com a internet e a existência de plataformas de publicação que não necessitavam de conhecimentos específicos de linguagem *html*, os chamados *weblogs* ou blogs. Schittine (2004, p. 187) afirma que "tudo muda com a passagem do diário íntimo do papel para a internet. A posição do autor, de onde ele fala e para quem fala – já que agora ele possui um interlocutor. A questão da linguagem, que mistura a formalidade do texto escrito e a linguagem coloquial do texto oral". Mas como se dá essa mudança quando o texto de caráter mais informal e íntimo, mesmo publicado em um blog, é transformado em livro, com as características particulares da mídia impressa? É isto que pretendemos investigar: como a mudança de suporte e de mídia modifica uma narrativa e quais as características dos livros oriundos de blogs na internet, estilo de publicação que tem crescido cada vez mais.

Para isso, o objeto de estudo é o blog e o livro homônimos *A vida sem Crachá*, da jornalista Claudia Giudice. A fim de estudar esse tipo de publicação e as possíveis transformações com a alteração do suporte, recorremos à abordagem de ecologia das mídias, com base em Scolari (2015), e aos conceitos de midiamorfose, com Fidler (1998), e remediação, com Bolter e Grusim (2000). Para analisar as características de um blog e de um livro, bem como suas semelhanças e particularidades, são utilizados autores como Schittine (2004), Gonçalves (2013) e Recuero (2004). Já a conceituação do suporte livro é feita conforme os trabalhos de teóricos como Roger Chartier (1998; 2002) e Ana Elisa Ribeiro (2013).

DA LINGUAGEM ESCRITA AO LIVRO E AO BLOG

A linguagem foi a primeira tecnologia desenvolvida pelo homem, "[...] ainda é o mais poderoso código disponível e vai permanecer como o principal pelo menos no futuro previsível" (KERCHKOVE, 1995, p. 255). A escrita, por sua vez, é a primeira tecnologia criada para dar suporte e processar a linguagem, ao armazenar os sons da fala (KERCHKOVE, 1995, p. 256). Segundo Agamben (2009), é um dos dispositivos[1] criados pelo homem após o desenvolvimento da linguagem. Marshall McLuhan, em entrevista à revista Playboy, em 1961, publicada na íntegra por Scolari (2015), afirma que existem três inovações tecnológicas básicas: 1) a invenção do alfabeto fonético; 2) a invenção da imprensa, no

1 - A definição de "dispositivo" intriga pesquisadores, já que não há consenso sobre a demarcação do conceito e nem sobre suas formas de uso. Adotamos aqui a definição de Agamben (2009, p. 28), baseada em Foucault: o "dispositivo" tomaria o lugar dos chamados universais, juízos que são válidos para todos os homens, como o Estado, a Soberania, a Lei, o Poder. O autor também retoma a apropriação da palavra grega *oikonomia*, que designa os saberes envolvidos na administração da casa, pelo catolicismo quando do estabelecimento de suas regras e dogmas, e que foi traduzido pelos latinos como "*dispositivo*" (2009, p. 38). O dispositivo passa a determinar, assim, uma forma urgente para a solução de um problema. "[...] chamarei literalmente de dispositivo qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o Panóptico, as escolas, a confissão, as fábricas, as disciplinas, as medidas jurídicas, etc., cuja conexão com o poder é num certo sentido evidente, mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares e – por que não – a própria linguagem, em que há milhares e milhares de anos um primata – provavelmente sem se dar conta das consequências que se seguiram – teve a inconsciência de se deixar capturar" (AGAMBEN, 2009, p. 40-41).

século XVI; e 3) a invenção do telégrafo, que marcou o início da revolução eletrônica. Para ele, "sem a alfabetização fonética e a imprensa, o industrialismo moderno não seria possível"[2] (MACLUHAN *apud* SCOLARI, 2015, p. 100-101).

Roger Chartier (2002, p. 22) trata a evolução da cultura escrita em três fases, semelhantes ao sugerido por McLuhan: 1) a difusão, entre os séculos II e IV, do livro formado por páginas e folhas reunidas e encadernadas, os códex; 2) o "livro unitário", escrito em língua vulgar e composto por obras e textos de um mesmo autor; e 3) a invenção da imprensa, no século XV, que moldou a técnica mais utilizada, até os dias atuais, para a produção de livros.

> Somos herdeiros dessa história tanto para a definição do livro, isto é, ao mesmo tempo um objeto material e uma obra intelectual ou estética identificada pelo nome de seu autor, como para a percepção da cultura escrita e impressa que se baseia em diferenças imediatamente visíveis entre os objetos (cartas, diários, livros etc.) (CHARTIER, 2002, p. 22).

Agamben (2009) aponta que o desenvolvimento capitalista trouxe uma série de inovações tecnológicas que levaram à proliferação de dispositivos. Podemos, com base no conceito do autor, afirmar que o livro, em suas diversas formas (as tábuas, o rolo, o pergaminho, o códex, etc.), é um dispositivo criado para registro e leitura de textos.

Segundo Briggs e Burke (2004, p. 74), a leitura, entre os anos de 1450 e 1800, teve importância crescente como "[...] instrumento para adquirir informação, pela abundância do que chamamos livros de referência de diversos tipos". A prensa possibilitou a impressão e a distribuição de folhetos, páginas duplas, jornais e códex com sermões, piadas, romances e literatura de entretenimento, que se tornaram parte da vida diária.

"A palavra *livro* é usada para designar tanto uma criação espiritual quanto um objeto, tanto um conteúdo intelectual quanto o seu suporte material" (INTERCOM, 2010, p. 767, grifo do autor). Há diversas caracterizações para o objeto *livro*, trabalhando com quesitos como número de páginas, formato, periodicidade, propósito, etc. Ribeiro (2013) reúne algumas definições e propõe a seguinte acepção:

> [...] um objeto que serve para (1) conservar a memória da criação intelectual humana, especialmente a textual, cujo formato seja (virtualmente ou não) o de (2) páginas e cadernos organizados e divididos, tendo natureza (3) analógica ou digital, muito provavelmente será um livro. A separação atual entre a materialidade e o inscrito, isto é, hardware e software, não discrimina livro e e-book a ponto de torná-los objetos diferenciados entre si. A despeito de serem tecnologicamente diversos, livros e livros eletrônicos são *livros*, justo

2 - No original: "La tipografia, al producir la primera mercancia uniformemente repetida, también créo a Henry Ford, la primera línea de montaje y la primera producción en massa. La imprenta de tipos móviles fue arquetipo y protótipo de todo el desarrollo industrial subsiguiente" (Tradução nossa).

> em função de terem a mesma finalidade, assim como de, ao fim e ao cabo, guardarem arquiteturas semelhantes. Mesmo livros eletrônicos para serem lidos em dispositivos dedicados (*e-readers*, por exemplo) são compostos à maneira dos cadernos costurados que costumavam dar forma e distinguir os livros impressos (e mesmo manuscritos) (RIBEIRO, 2013, p. 339, grifos da autora).

A primeira invenção elétrica, o telégrafo, como aponta McLuhan na entrevista à revista Playboy (*apud* SCOLARI, 2015), deu início ao processo de transformação que chamamos de mídia (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 117). A evolução da telegrafia levou ao surgimento da telefonia, do rádio, do cinema e da televisão. Os computadores, criados inicialmente como máquinas de calcular, ganharam uma nova dimensão ao serem transformados em dispositivos eletrônico de uso pessoal. A internet, concebida para fins militares e para a pesquisa acadêmica, tomou a vida civil. O livro não ficaria isento dessa transformação tecnológica.

Chartier (1998) apresenta elementos que diferenciam os livros impressos dos digitais, especialmente quanto às suas materialidades distintas, ressaltando as particularidades dos processos de produção, edição, distribuição e divulgação, que, para ele, confundem-se no texto eletrônico. O autor (1998; 2002) acredita que a leitura realizada pela tela (de computadores, celulares ou *tablets*) modifica a ordem do discurso, já que proporciona formas de leitura diferenciadas, todas como opção exclusiva do leitor:

> O fluxo sequencial [sic.] do texto na tela, a continuidade que lhe é dada, o fato de que suas fronteiras não são mais tão radicalmente, visíveis, como no livro que encerra, no interior de sua encadernação ou de sua capa, o texto que ele carrega, a possibilidade para o leitor de embaralhar, de entrecruzar, de reunir textos que são inscritos na mesma memória eletrônica: todos esses traços indicam que a revolução do livro eletrônico é uma revolução nas estruturas do suporte material do escrito assim como nas maneiras de ler (CHARTIER, 1998, p. 12-13).

Chartier (2002) ainda aponta o papel central do computador diante dessa "revolução" do universo do livro:

> É agora um único aparelho, o computador, que faz surgir diante do leitor os diversos tipos de textos tradicionalmente distribuídos entre objetos diferentes. Todos os textos, sejam eles de qualquer gênero, são lidos em um mesmo suporte (a tela do computador) e nas mesmas formas (geralmente as que são decididas pelo leitor). Cria-se assim uma continuidade que não mais diferencia os diversos discursos a partir de sua própria materialidade. Surge diante disso

> uma primeira inquietação ou confusão dos leitores, que devem enfrentar o desaparecimento de critérios imediatos, visíveis, materiais, que lhes permitam distinguir, classificar, hierarquizar discursos (CHARTIER, 2002, p. 23).

As afirmações de Chartier (1998; 2002) podem ser levadas para o contexto do livro impresso e do blog. Os processos de criação, os objetivos e os elementos constitutivos de um livro e de um blog são distintos, assim como a forma de interação entre autor e leitor. A tendência é que a linguagem, o formato, as divisões (em capítulos e posts) sejam diferentes. O autor chama atenção para a ordem não mais linear surgida com a leitura eletrônica e aponta que novos textos podem ser criados a partir do original. O leitor seria capaz, então, de fazer apontamentos, recortes, acréscimos e intervenções ao texto inicial, além dos espaços deixados em branco em um livro convencional (CHARTIER, 2002).

O autor defende que essa nova realidade levaria ao desaparecimento do que Foucault chamou de "função-autor", que se apropria dos discursos: um autor não é "[...] nem o proprietário nem o responsável por seus textos; não é nem o produtor nem o inventor deles" (FOUCAULT, 2009, p. 264); é aquele "[...] a quem se pode atribuir o que foi dito ou escrito" (FOUCAULT, 2009, p. 265). Na conferência "O que é um autor", de 1969, Foucault (2009, p. 274) elenca as qualidades necessárias para a autoria: "A função autor é, portanto, característica do modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade". O estudioso ainda aponta que:

> [...] a função autor está ligada ao sistema jurídico e institucional, que contém, determina, articula o universo dos discursos: ela não se exerce uniformemente e da mesma maneira sobre todos os discursos, em todas as épocas e em todas as formas de civilização; ela não é definida pela atribuição espontânea de um discurso ao seu produtor, mas por uma série de operações específicas e complexas; ela não remete pura e simplesmente a um indivíduo real, ela pode dar lugar simultaneamente a vários egos, a várias posições-sujeitos que classes diferentes de indivíduos podem vir a ocupar (FOUCAULT, 2009, p. 279-280).

Importante ressaltar que a questão da autoria de um texto publicado digitalmente e comentado pelo público é ampla e tem sintonia com o tema deste artigo, mas não será tratada aqui.

Para Chartier (2002), as possibilidades de um livro virtual fragmentam a leitura e dificultam a percepção dele como obra. "Num certo sentido, no mundo digital todas as entidades textuais são como bancos de dados que procuram fragmentos cuja leitura absolutamente não supõe a compreensão ou percepção das obras em sua identidade singular" (CHARTIER, 2002, p. 23). É possível pensar essas questões apontadas pelo autor para a publicação dos diários virtuais, os blogs, em que os textos postados passam a integrar o banco de dados, podendo ser acessados em conjunto ou separados, levados para outras plataformas de publicação ou compartilhados em redes sociais digitais.

Já Lévy (1996) pondera que todo texto, não importa seu suporte, é um objeto virtual que possibilita múltiplas leituras, em que um texto lido ou ouvido é rasgado, amarrotado, torcido e recosturado para formar novos textos. O hipertexto, para ele, pode ser identificado na leitura em qualquer suporte, não necessariamente nos modelos eletrônicos: "[...] é uma matriz de textos potenciais, sendo que alguns deles vão se realizar sob o efeito da interação com o usuário. Nenhuma diferença se introduz entre um texto possível da combinatória e um texto real que será lido na tela" (LÉVY, 1996, p. 40). Notas de pé de página, com comentários do autor, do editor ou do tradutor do texto, assim como índices onomásticos, são exemplos de hipertexto que estão no mundo do livro impresso. A virtualidade apenas permite novas formas de acesso ao mesmo tipo de informação. A evolução tecnológica trouxe novos artefatos e dispositivos para a leitura, como arquivos preparados para leitura na tela de um computador (por exemplo, com a extensão .pdf) e os vários tipos de livros virtuais, que dão suporte aos diferentes formatos de texto eletrônico. As plataformas on-line de publicação, como os blogs, fazem parte dessa evolução tecnológica e podem ser classificadas como dispositivos de escrita e de leitura.

Como uma plataforma on-line de divulgação de textos, o blog é caracterizado como uma espécie de "diário íntimo", feito para ser publicado na internet e lido por outras pessoas, conhecidas ou não. Diferente do tradicional diário pessoal, é voltado para um público. "É essa estranha mistura que torna tão difícil a definição do estilo de texto do blog" (SCHITTINE, 2004, p. 186). Segundo Recuero (2004), os blogs têm como características o microconteúdo, organização cronológica, atualização frequente e facilidade de publicação (dispensando o conhecimento de linguagens como o *html*, por exemplo). Gonçalves (2013) reforça que o blog é um site que possui a vantagem de ser atualizado por leigos.

> O diferencial dos blogs para as velhas mídias, como a TV, o rádio e o jornal, é que a comunicação deixou de ser unilateral para ser bilateral, ou seja, não funciona mais com uma pessoa falando/ escrevendo enquanto a outra somente ouve/ lê. No mundo dos blogs, mais conhecido por Blogosfera, o consumidor (leitor/ internauta) passou também a expor sua opinião a respeito de qualquer assunto, podendo publicá-la em seu próprio blog ou no de terceiros, na forma de comentários (GONÇALVES, 2013, p. 13).

Recuero (2004, p. 19) ainda explica que "os blogs são herdeiros das páginas pessoais, com mais dinamismo e mutabilidade. Os blogueiros escrevem sobre os assuntos que mais lhe agradam, podendo um blog versar sobre, praticamente, qualquer coisa". Os assuntos são os mais variados, de acordo com os interesses pessoais de seu criador. Nesse sentido, Luís Mauro Sá Martino (2010, p. 180, grifo do autor) afirma que "a decisão de criar um *blog*, assim como a definição do conteúdo, está pautada em critérios pessoais de edição a respeito do que será tornado público". Conforme também aponta Schittine (2004, p. 221):

> O autor passa a escrever seu diário [o blog] pensando que aquilo que ele está vivendo poderá interessar ao público: é quando a motivação narcisista

> aparece. Para que sua história de vida interesse ao leitor, é preciso que o diarista [blogueiro] comece a rever e a redirecionar determinadas ações e modos de pensar para agradar o público. É como se ele aprendesse a dar relevo a uma característica ou fato em particular por serem os que mais interessam aos leitores.

Assim fez a jornalista e empresária Claudia Giudice em seu *blog A vida sem crachá*[3], no qual publica crônicas, minicontos e diversos textos autorais, especialmente sobre o que chama de "sua volta por cima" e "plano B", depois de sua demissão após mais de 20 anos na mesma empresa e da necessidade de buscar um novo caminho profissional. Após dois anos de publicações no blog, a autora compilou e adaptou o conteúdo digital para um livro impresso, fazendo o caminho contrário dos chamados "diários íntimos", que começaram no meio impresso (de modo manuscrito) e foram ganhando novos formatos no ambiente virtual. Essa modalidade tem se mostrado uma tendência do mercado editorial. Diversas editoras do país apostam cada vez mais em obras de conteúdos e autores oriundos da internet, como blogueiros e *youtubers*.

MIDIAMORFOSE E REMEDIAÇÃO

A partir da abordagem da ecologia de mídias, é possível pensar a transformação dos diários pessoais nos blogs e, em sequência, destes em livros. A ecologia das mídias trabalha com a observação do ambiente comunicacional como uma metáfora do ambiente biológico, em que um novo membro surgido no meio modifica os já presentes e é modificado por eles: os meios são as espécies que habitam o ambiente da Comunicação. Segundo Scolari (2015), a abordagem da ecologia de mídias é generalista, não se fixando em qualquer meio em especial ou em um período de tempo delimitado: ela aborda desde o surgimento da linguagem e de seus registros até o surgimento do digital e sua influência em nossos dias. É importante frisar que, de acordo com essa abordagem, as novas formas de comunicação não decretam a morte das mídias já estabelecidas, mas podem levar ao desaparecimento daquelas, tanto antigas como novas, que não se adaptam às novas configurações do ambiente.

Observar o surgimento dos blogs sob a perspectiva da ecologia de mídias leva à constatação de que a plataforma de publicações se porta como uma adaptação do componente digital ao ambiente da Comunicação. A possibilidade de publicar as entradas de um diário em um suporte on-line capta um público interessado em escrever e divulgar sua escrita, ainda que isso implique tirar o "secreto" dos diários pessoais, visto que a publicação na internet tem amplo potencial de alcance.

Para Fidler (1998), o processo em que os meios, novos ou antigos, buscam características já comuns para a audiência, a fim de facilitar o seu acesso e a sua compreensão pelo público, é chamado de midiamorfose. O conceito reforça a metáfora biológica da ecologia de mídias e acrescenta uma

3 - Tanto o blog como o livro da autora são melhor descritos no tópico seguinte.

nova possibilidade: meios novos que, de alguma forma, aproximam-se de tecnologias bem aceitas pelo público têm mais chance de sobrevivência. De acordo com Levinson (2015), a aproximação de novos meios digitais com meios pré-digitais favorece ainda mais sua absorção pelos usuários, pois as alterações entre eles são mínimas. Dessa forma, é possível afirmar que a proximidade oferecida pelo diário virtual aos escritores dos diários pessoais levou à disseminação do blog junto aos autores e à sua consolidação como espaço de produção de conteúdo próprio, de leitura e de compartilhamento, tanto de escritas como de leituras.

A midiamorfose, segundo Fidler (1998), acontece por coevolução (quando as mídias se desenvolvem juntas, uma influenciando no progresso da outra, sejam novas ou antigas); por convergência (que é a união de diversas mídias e tecnologias, analógicas e digitais, e acontece entre os meios, quando um se relaciona diretamente com o outro, ou entre os meios e os sujeitos, quando um e outro se moldam ao longo do tempo); e por complexidade (que indica o caos como componente necessário para a transformação do ambiente midiático). A evolução dos diários pessoais para as plataformas digitais de publicação pode ser caracterizada tanto pela coevolução, como pela convergência, de acordo com o proposto por Fidler (1998): o diário impresso e o digital coevoluem e convergem, fortalecendo a escrita individual, bem como sua publicação e propagação na internet.

Em concordância com Fidler (1998) e ampliando a visão da evolução do ambiente midiático, Bolter e Grusin (2000, p. 45) introduzem o conceito de remediação, "[...] a representação de um meio em outro"[4]. Os autores afirmam que a remediação é uma característica da mídia digital, mesmo que não tenha surgido com ela. Isso porque o digital amplia as possibilidades de uma mídia utilizar características de outras, facilitando seu processo de reconhecimento pelo público. Com a evolução das plataformas de publicação de blogs, ampliou-se a possibilidade de utilização de outros elementos midiáticos além do texto: fotos, imagens, áudios, vídeos e outros podem ser adicionados às postagens, conferindo ao blog um caráter hipermidiático.

O objeto de estudo deste artigo, o blog *A vida sem crachá*, utiliza-se tanto de recursos de midiamorfose como de remediação em suas publicações. Assim, com base nos conceitos apresentados anteriormente, iniciamos o olhar sobre o objeto.

A VIDA SEM CRACHÁ

Após uma carreira sólida e bem sucedida na Editora Abril, a jornalista Claudia Giudice foi demitida em 2014, em meio à crise econômica brasileira, e precisou reorganizar sua rotina e sua vida, superar a perda do emprego e descobrir uma nova forma de trabalho. O blog *A vida sem crachá*[5] (Figura 1), que faz parte desse momento de transição profissional, foi transformado em livro em 2015, publicado pela editora Agir.

O blog conta com as categorias Trabalho, Carreira, Comportamento, Empreendedorismo, Plano

4 - No original: "[...] the representation of one medium in another [...]" (Tradução nossa).
5 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com>. Acesso em: 15 set. 2017.

B e Histórias, além de textos publicados "sem categoria". O primeiro post, "A primeira vez na portaria de um prédio de escritórios"[6], data de 23 de setembro de 2014 e apresenta a autora e o início de sua história "sem crachá". A seguir, é transcrito um trecho no qual ela fala sobre suas intenções ao criar o blog:

> A proposta desse blog é falar sobre a vida sem crachá. Prometo que não será um muro de lamentações. Prometo não destilar ódios nem amarguras, porque não os tenho. A minha intenção é fazer uma crônica sobre as descobertas dessa minha nova vida e compartilhar com amigos (e, porque não, inimigos) as minhas experiências. Tentarei ser leve e divertida. Tentarei ajudar, de alguma forma, aqueles que estão passando por isso agora ou que passarão um dia. Não serve de consolo, eu sei, mas acontece com quase todo mundo. Sempre soube disso e me preparei para isso. Mas esse é assunto para outro post. De amanhã talvez (GIUDICE, 2014).

O trecho se caracteriza por mostrar a evolução entre o diário pessoal e secreto aos diários virtuais, ao usar expressões como "compartilhar com os amigos (e, porque não, inimigos), as minhas experiências" ou "Prometo que não será...". Desde o início, a publicação é pensada para um público leitor, mesmo que a autora ainda não o conheça.

Aprendendo a viver (com gerúndio)

Não quero dar nem fazer inveja. Menos ainda provocar raiva ou ciúme. A proposta do post é apenas contar uma ideia. Nova. Simples. E por isso, passível de cópia, adaptação e prática.

Somos um pequeno coletivo de pessoas de lugares diversos, interesses diversos, formações diversas que se encontraram e se conheceram em Arembepe, Bahia. Há pouco mais de um ano, nos encontramos quase que semanalmente para resolver questões relacionadas ao vilarejo, à aldeia hippie e à nossa diminuta associação de comerciantes e prestadores de serviço. Somos poucos, somos ativos.

Figura 1 – Blog *A vida sem crachá*
Fonte: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/>.

6 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2014/09/23/a-primeira-vez-na-portaria-de-um-predio-de-escritorios/>. Acesso em: 15 set. 2017.

O blog continua a ser atualizado, com postagens sobre empreendedorismo, trabalho e recomeço, além de mensagens mais pessoais. O texto "Aconteceu assim"[7], uma breve crônica, foi publicado em 17 de outubro de 2017; e o relato "A notícia"[8], em 12 de julho de 2018. Atualmente, os posts são bem variados, contando com crônicas e textos mais literários, mas ainda mantendo conteúdos pessoais, como esse último citado, em que Giudice fala sobre "a notícia" dada por um médico. Grande parte dos textos mantém a linguagem autoral, uma característica do universo blogueiro. Como exemplo, temos o trecho a seguir: "O estômago segue dolorido. Não tenho vontade de comer nem de beber. Não tenho sono também. Estou boiando. Estou flutuando. Estou sem pé nem cabeça. A notícia é fato. Com prova e documentação. A notícia é verbo"[9].

Após a experiência com o blog e com a pousada "A Capela" – localizada em Arembepe (Salvador – BA), que a autora já possuía antes de perder o emprego e que se tornou o seu "plano A" –, Claudia Giudice decidiu reunir os textos já publicados e transformá-los em um livro homônimo (Figura 2), que foi publicado em agosto de 2015, onze meses depois do lançamento do blog. Como a autora conta na orelha da obra: "A escrita me salvou. Me contratei para escrever o blog *A vida sem crachá*, que se transformou neste livro" (GIUDICE, 2015). No Prefácio da obra, assinado por Laurentino Gomes, ele descreve:

> Este livro conta um pedaço dessa história. Claudia Giudice se viu obrigada a abrir mão de uma carreira na qual apostara todos os seus esforços e todo o seu talento ao longo de 23 anos. Foi demitida de forma sumária, parte de uma leva de cortes determinados pelas necessidades orçamentárias da empresa. Em vez de cair no desespero, porém, decidiu transformar o limão numa limonada: virou dona de pousada no litoral da Bahia, onde hoje, como o leitor poderá observar, sente-se novamente feliz e realizada. (GOMES, 2015, p. 9).

7 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2017/10/17/aconteceu-assim/>. Acesso em: 23 out. 2017.
8 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2018/07/12/a-noticia/>. Acesso em: 15 jul. 2018.
9 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2018/07/12/a-noticia/>. Acesso em: 15 jul. 2018.

Figura 2 – Capa do livro *A vida sem crachá*
Fonte: Giudice (2015).

"A vida sem crachá: a dor de perder um emprego e a experiência de dar a volta por cima com um plano B" possui 190 páginas e é dividido em 19 capítulos, além de prefácio, prólogo, epílogo, agradecimentos e um glossário com termos ligados à área administrativa.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE

A fim de discutir as alterações na narrativa, na linguagem e no conteúdo decorrentes da mudança do suporte *blog* para o *livro*, utilizamos o registro das unidades básicas das narrativas de ambos por meio da Análise de Conteúdo, a partir de um protocolo criado para a pesquisa. Bardin (2011) ressalta que o protocolo para a Análise de Conteúdo trata-se de uma ferramenta metodológica composta por diversas técnicas para traçar o levantamento de indicadores, que possibilitam fazer inferências quanto aos objetos analisados.

Os objetos deste estudo são observados sob a análise categórica temática, uma das técnicas da análise de conteúdo que funciona por meio de operações de desmembramento do texto ou do objeto analisado em unidades/categorias (BARDIN, 2011). De acordo a autora, "A *categorização* é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamentos segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos" BARDIN, 2011, p. 147, grifo da autora).

As unidades selecionadas, capítulos e postagens no blog escolhidas entre os primeiros onze meses de atuação e que tenham correspondência no livro, são analisadas e comparadas, de modo que apontem

as relações existentes entre a narrativa e seus respectivos suportes, suas semelhanças e diferenças e como uma mídia interfere na publicação em outra, como elas se retroalimentam e se influenciam.

O livro é dividido em 19 capítulos. Para este artigo, foram selecionados três capítulos aleatórios e suas postagens originais no blog *A vida sem crachá*. São eles: "O mergulho"[10] – post de 12 de fevereiro de 2015, publicado com o mesmo título no quinto capítulo do livro (GIUDICE, 2015, p. 36-38); "A água de João"[11] – texto publicado no blog em 19 de janeiro de 2015 e que também compõe o capítulo 6 da obra impressa, cujo título é "A água de João e como descobrir a hora de partir para o Plano B" GIUDICE, 2015, p. 39-46); e "Faça você mesmo"[12] – postagem do dia 21 de novembro de 2014 com capítulo homônimo no livro, o 11º (GIUDICE, 2015, p. 109-115).

O primeiro item do protocolo de análise é o título utilizado, que pode ter sofrido alterações entre o blog e o livro. Em seguida, observa-se a posição do texto nos dois suportes: ele está, no livro, na mesma ordem publicada no blog original? A ordem de publicação foi alterada na publicação do livro? O terceiro ponto diz respeito ao tamanho do texto publicado, em parágrafos, para verificar acréscimos ou supressões textuais com a mudança de plataforma. Em seguida, observa-se a utilização de elementos de outras mídias, como vídeos, áudios e imagens, no blog, e como se deu essa utilização também no livro impresso. O Quadro 1 mostra a análise dos três capítulos selecionados do livro e seus respectivos posts originais no blog.

10 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2015/02/12/o-mergulho/>. Acesso em: 15 set. 2017.
11 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2015/01/19/a-agua-de-joao/>. Acesso em: 15 set. 2017.
12 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2014/11/21/faca-voce-mesmo/>. Acesso em: 23 out. 2017.

Quadro 1 - Análise de *A vida sem crachá*, blog e livro

	Amostra 1		Amostra 2		Amostra 3	
	Blog	**Livro**	**Blog**	**Livro**	**Blog**	**Livro**
Título	O mergulho	O mergulho	A água de João	A água de João e como descobrir a hora de partir para o Plano B	Faça você mesmo	Faça você mesmo
Data da postagem/ capítulo	12/02/2015	5	19/01/2015	6	21/11/2014	11
Capítulo/ post anterior	Sem crachá no Ceasa	O processo (dolorido) de incorporar a vida sem crachá	Suco de laranja	O mergulho	Travessia oceânica	Felicidade com menos grana. Simples Assim
Capítulo/ post posterior	Eu não vi o filme Amor	A água de João e como descobrir a hora de partir para o Plano B	A fuga de Desirré	Partiu plano B	Semana péssima	Sessenta horas em um curso para empreendedores
Tamanho do texto (parágrafos)	11	10	10	24	4	30
Utilização de outras mídias	Não há fotos ou vídeos. Mas a postagem contém comentários dos leitores, anúncio publicitário, links para artigos relacionados e opções para o compartilhamento do post.	Não	Não há fotos ou vídeos. Mas a postagem contém anúncio publicitário, *links* para artigos relacionados e opções para o compartilhamento do post.	Não	Uma foto, além de anúncio publicitário, comentários, *links* para artigos relacionados e opções para o compartilhamento do post.	Não

Fonte: Elaboração própria.

Nota-se que a ordem da publicação não é similar nos dois veículos. "O mergulho", por exemplo, é postagem mais recente (12/02/2015) analisada neste estudo e um dos capítulos iniciais (o quinto) do livro. Isso demonstra que houve reordenação e preparação dos textos para a edição impressa e que a

ordem do material originalmente publicado no blog foi revista para a transposição para o suporte livro. Processo similar ocorreu com as outras duas amostras analisadas. Porém, nelas, é possível notar que os textos variam entre a transcrição revisada do post original e o complemento do conteúdo, anexando, também, outros posts e conteúdos específicos do livro.

A primeira dupla analisada (post e capítulo), em "O mergulho", possui o mesmo título tanto no meio digital, como na versão impressa. O texto foi simplesmente transcrito do blog, apenas com uma revisão ortográfica que corrigiu eventuais erros de português de padronização, como "sai" para "saí" e o número 50 passou a ser escrito por extenso. Uma alteração interessante refere-se ao uso do ponto de exclamação, muitas vezes repetido na linguagem da internet: "– Isso é que é vida, hein!!!, festejou ele, impressionado com meu olhar embriagado"[13]. No livro, a interjeição "hein" foi mantida com apenas uma exclamação (GIUDICE, 2015, p. 38). Como dito, o post foi transformado em capítulo para o livro impresso, sem grandes alterações, mantendo características do texto dos diários pessoais, conforme pode ser visto no trecho: "*Só por lembrar desse gostar, acelerei nas batidas de pé para acompanhar o cardume. Eram muitos, prateados. A água agora está quente, como eu gosto. Me sinto um bebê no útero. Não lembro como era, mas imagino que era bom assim*" (GIUDICE, 2015, p. 37, grifos da autora). Todo o capítulo "O mergulho" está com a fonte em itálico, estratégia que também é utilizada em outras partes da obra para trechos que copiam integralmente os posts do blog.

Isso também acontece em "A água de João". O capítulo referente se inicia com o texto publicado originalmente no blog, grafado em itálico no impresso, com a supressão de algumas frases e a revisão ortográfica. Em seguida, a autora vai além, complementa o texto, explicando a escolha da história do menino João citado no blog, fala sobre "o vício do crachá", citando o relato de outra pessoa e compila uma lista de "aprendizados"[14] sobre os exemplos elencados, abordando a questão do "plano B", tema central do livro. Há um tipo de hipertexto de textos impressos, mostrando que ele não se limita ao meio digital: A palavra "payback" é escrita em itálico e seguida de um asterisco que remete ao glossário do final do livro, mas não há uma explicação na página além do sinal gráfico.

Sobre a ordenação dos textos nos dois suportes, "A água de João" segue o capítulo "O mergulho", no livro; ele está invertido no blog, antecedendo o post "O Mergulho" em um mês (foi publicado em 19 de janeiro de 2015, enquanto o outro, em 12 de fevereiro do mesmo ano). É mais um exemplo de que o material "bruto" do meio digital foi repensado e reordenado para o livro.

Já o capítulo 11, "Faça você mesmo", tem temática similar ao post original, de mesmo nome, transcrevendo alguns de seus trechos de modo bem resumido e sem o uso do itálico; ainda reúne partes de outras postagens do blog – como "As lições das vacas soviéticas"[15] e "Planejamento com coeficiente de mangue"[16] –, além de acrescentar ideias específicas para o livro. Dos três textos analisados, este é o que foi publicado primeiro no blog, mas aparece quase ao fim do livro. No material digital, o texto

13 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2015/02/12/o-mergulho/>. Acesso em: 15 set. 2017.
14 - Diversos capítulos do livro são encerrados com uma lista de "aprendizados" escrita em tópicos.
15 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2014/10/02/as-licoes-das-vacas-sovieticas/>. Acesso em: 26 set. 2017.
16 - Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2014/10/05/planejamento-com-coeficiente-de-mangue/>. Acesso em: 26 set. 2017.

posterior, “Semana péssima”, traz características da linguagem dos diários pessoais, e está no livro como parte integrante do capítulo 4, intitulado “O processo (dolorido) de incorporar a vida sem crachá”.

A análise dos três textos de amostra indica que houve uma tomada de decisão em relação à publicação impressa, de forma a fazer com que o livro se apresentasse como um produto diferente do blog. O primeiro indício é a reorganização dos textos. A decisão editorial de não seguir a ordem de publicação do blog no material impresso pode ser vista no quadro de análise. Os textos do blog seguem a ordem cronológica de publicação, enquanto seus paralelos no livro sofrem um rearranjo: a postagem mais antiga é o último capítulo analisado; enquanto a postagem mais recente faz parte dos capítulos iniciais da produção impressa.

O tamanho dos textos, medido, nesta análise, na quantidade de parágrafos de cada post e capítulo, também indica o tratamento editorial para que o conteúdo se adequasse ao novo suporte. O primeiro texto analisado, “O Mergulho”, possui 11 parágrafos na versão original, no blog, enquanto o capítulo no livro possui 10. A supressão de um parágrafo, sem que o conteúdo do post e do capítulo sofresse alterações, mostra a edição, ainda que pequena, do material base, para a adequação ao novo suporte. Nas amostras 2 e 3, a estrutura textual, em parágrafos, sofre uma alteração ainda maior. No caso do texto “A água de João” e seu correlato “A água de João e como descobrir a hora de partir para o Plano B”, parte-se de um texto original com dez parágrafos para um capítulo com 24 parágrafos. Com o conhecimento do conteúdo do blog, foi possível verificar que a decisão editorial pela ampliação do texto veio da necessidade de se ampliar a explicação acerca da personagem retratada. Adicionado a isso, a criação da lista de “aprendizados”, ausente no blog, vem a ampliar o conteúdo do capítulo. É importante ressaltar que as listas, adicionadas a esta e a outras partes do livro, permitem que o texto, antes autoral despretensioso, fosse tratado como um tom professoral ou de dicas para os leitores.

No caso da amostra 3, “Faça você mesmo”, parte-se dos quatro parágrafos da publicação no blog para trinta parágrafos no capítulo do livro. Dois outros posts do blog são inseridos no capítulo, quando poderiam ser levadas ao livro como capítulos próprios. A formatação de um único módulo unindo as três postagens demonstra o cuidado editorial em relacionar conteúdos semelhantes em torno de um mesmo tema. Além dos três textos originalmente publicados no blog, um novo conteúdo, exclusivo do livro, é adicionado.

A análise das três amostras demonstra que as adaptações realizadas no processo editorial de transposição do texto do blog para o livro são pontuais e vinculadas à linguagem (como questão das exclamações da amostra 1, que são suprimidas no texto impresso e no uso da informalidade, maior no blog), à organização dos temas trabalhados (como na união de três postagens temáticas para a composição do capítulo da amostra 3), e, também, à inclusão de informações que enriqueceriam o texto, ampliando seu caráter didático (realizada na transposição da amostra 2 para o livro). Assim, é possível afirmar que o livro *A vida sem crachá* foi pensado como um produto adaptado do blog original, mesmo que seja anunciado como uma simples mudança de suporte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a observação do blog e do livro *A vida sem crachá,* vimos que podemos classificá-los como característicos do modelo de ecologia de mídias. O livro e a escrita tomaram assento nas mídias digitais contemporâneas e, em seguida, a escrita desenvolvida no ambiente digital deixa os *bits* e *bytes* e toma as páginas impressas de um livro, em um movimento pendular que corrobora as afirmações de Fidler (1998) e Bolter e Grusin (2000) sobre a midiamorfose e a remediação.

A análise das postagens e dos capítulos selecionados nos mostra que, apesar de se tratarem de suportes diferentes, merecem linguagens e tratamento diferenciados. Muitos trechos são transcritos para a edição impressa apenas com uma revisão ortográfica, como ocorre integralmente com "O mergulho". É possível observar, como na postagem "A água de João", que a estrutura de publicação do livro contou com um trabalho editorial que privilegiou a estratégia narrativa de suprimir parte da postagem original para que o texto se adequasse à sequência lógica demandada pelo livro. O mesmo processo ocorreu em "Faça você mesmo", que reúne diversos post do blog.

Sabe-se que levar o conteúdo original de uma mídia a outro suporte sem o tratamento adequado pode prejudicar o material, tanto original, como posterior, ao demonstrar que as características intrínsecas do segundo produto não são levadas em consideração com o cuidado que deveria receber. O livro *A vida sem crachá* mantém a temática e o estilo de escrita do blog, sendo mais informal e com uma divisão que possibilita até a leitura dos capítulos de forma não sequencial.

Identificou-se um trabalho de preparação editorial, muitas vezes não tão evidente em obras oriundas de blogs, algumas mantêm indicações de links ou outros posts, por exemplo, usando a linguagem predominantemente da internet e com uma ordenação que pode prejudicar o entendimento de leitores que não acompanham o blog. Apesar de usar uma linguagem informal, quase como uma conversa com o leitor, característica do universo blogueiro, nos capítulos do livro de Giudice analisados, não foram encontrados esses tipos de erros. Talvez isso se deva à própria formação profissional da autora, que é jornalista com grande experiência no ramo editorial. Assim, também é possível acreditar que o preparo editorial com livros originados de blogs se apresenta como um mercado potencial para profissionais da comunicação e da editoração, que podem contribuir com a produção de um produto mais bem acabado para o consumidor final.

É preciso enfatizar que a pesquisa realizada utilizou apenas um objeto. Para que os impactos da transformação de blogs em livros possam ser verificados, é necessária a ampliação da amostra, com a observação de mais livros oriundos dessas plataformas on-line. Ressaltamos, também, que o mercado editorial não registra, até o momento, pesquisas sobre o assunto.

Podemos, ainda, retomar as previsões sobre o fim do livro impresso, que parecem não ter se concretizado. Eco e Carrière (2009) são taxativos ao tratar da sobrevivência do livro, descartando qualquer possiblidade de sua extinção, ou mesmo que ele seja relegado como suporte de leitora. O livro exerce um fascínio especial em leitores e autores e permanece forte no mercado editorial, convivendo com os *e-books*, os blogs ou outras plataformas de publicações de textos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABAMBEN, G. O que é um dispositivo? In: _____. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Tradução de Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos, 2009. p. 25-51.

_____. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Tradução de Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remetiation**: Undesrtading New Media. Cambridge (Estados Unidos): The MIT Press, 2000.

BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia**: de Gutemberg à Internet. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

CARRIÈRE, J.; ECO, U. **Não contem com o fim do livro**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

CHARTIER, R. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. São Paulo: Imprensa Oficial de São Paulo; Editora Unesp, 1998.

CHARTIER, R. Línguas e leituras no mundo digital. In: _____. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Editora Unesp, 2002. p. 11-32.

FIDLER, R. **Mediamorfosis**. Barcelona (Espanha): Ediciones Granica, 1998.

FOUCAULT, M. **Estética**: literatura e pintura, música e cinema. Organização e seleção de textos de Manoel Barros da Motta; tradução de Inês Autran Dourado Barbosa. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

GIUDICE, C. **A vida sem crachá**: A dor de perder um emprego e a experiência de dar a volta por cima com um plano B. Rio de Janeiro: Agir, 2015.

_____. **Vida sem crachá**. Blog. Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/>. Acesso em: 20 maio 2016.

_____. A primeira vez na portaria de um prédio de escritórios. In: _____. **Vida sem crachá**. Blog. Disponível em: <https://claudiagiudiceemavidasemcracha.wordpress.com/2014/09/23/a-primeira-vez-na-portaria-de-um-predio-de-escritorios/>. Acesso em: 15 set. 2017.

GOMES, L. Prefácio. In: GIUDICE, C. **A vida sem crachá**: A dor de perder um emprego e a experiência de dar a volta por cima com um plano B. Rio de Janeiro: Agir, 2015. p. 8-11.

GONÇALVES, J. **Diário de um blogueiro**: o que aprendi e conquistei com os blogs. São Paulo: Porto de Ideias, 2013.

INTERCOM. **Enciclopédia Intercom de comunicação**. Volume 1 – Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p. 767-769.

KERCHKOVE, D. Mudar as nossas mentes: uma breve história da inteligência. In: _____. **A pele da cultura** – Uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Lisboa, Portugal: Relógio D'Água Editores, 1995. Cap. 18, p. 255-268.

_____. **A pele da cultura** – Uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Lisboa, Portugal: Relógio D'Água Editores, 1995.

LEVINSON, Paul. Los principios de la evolución de los medios: la supervivencia del mais apto. In: SCOLARI, Carlos Alberto (Org.). **Ecología de los medios**. Barcelona (Espanha): Editorial Gedisa, 2015. E-book.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

MARTINO, L. M. S. **Comunicação & identidade**: quem você pensa que é? São Paulo: Paulus, 2010. (Coleção Comunicação).

RECUERO, R. Webrings: As Redes de Sociabilidade e os Weblogs. **Sessões do imaginário**, Porto Alegre, ano 9, n. 11, p. 19-27, 2004. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/806/9000>. Acesso: 10 set. 2017.

RIBEIRO, Ana Elisa Ferreira. O que é e o que não é um livro: materialidades e processos editoriais. **Fórum Linguístico**, Florianópolis, v. 9, n. 4, p. 333-341, mar. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/1984-8412.2012v9n4p333/24236>. Acesso em: 24 out. 2017.

SCHITTINE, Denise. **Blog**: comunicação e escrita íntima na internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SCOLARI, Carlos Alberto (Org). **Ecología de los medios**. Barcelona (Espanha): Editorial Gedisa, 2015. E-book.

NARRATIVAS DE VIOLÊNCIA, NARRATIVAS VIOLENTAS:

Reflexões sobre o jornalismo e o assassinato de mulheres em relações de proximidade

Bárbara Caldeira
(Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG. barbaralopocaldeira@gmail.com)

RESUMO
Este artigo busca refletir sobre em que medida a narrativa jornalística acerca do assassinato de mulheres no contexto de proximidade e confiança pode constituir-se, ela mesma, uma forma de agressão, configurando o jornalismo como mais um dos agentes do ciclo e da rede de violência sistemática contra a mulher. Entendendo as narrativas jornalísticas como forma de agir no mundo a partir dos estudos de Paul Ricoeur (1913-2005), como necessariamente construídas, lacunares e interessadas, buscamos entender como o ato de narrar, inscrito no Círculo Hermenêutico proposto pelo autor, pode ser violento na situação mencionada.

PALAVRAS-CHAVE
Pixadores. Narrativa jornalística; Círculo hermenêutico; Violência contra a mulher; Feminicídio; Assassinato de mulheres.

ABSTRACT
This essay intends to reflect on to what measure journalistic narrative about the murdering of women in the context of proximity and trust can be, in itself, a form of aggression, in which journalism becomes one more actor of the cycle and the network of systemic violence against women. Based on an understanding of journalistic narrative as a form of action in the terms of Paul Ricœur (1913-2005), as necessarily constructed, gapped and interested, we attempt to understand how the act of narrating, inside the Hermeneutic Circle proposed by the author, may be violent in the aforementioned situation.

KEYWORDS
Journalistic narrative; Hermeneutic Circle; Violence against women; Feminicide; Murder of women.

NOTAS PRELIMINARES

O Brasil registrou, no ano de 2013, uma média de 7 assassinatos de mulheres ao dia por figuras com quem mantinham relações de proximidade e confiança prévia. Dessa parcela, 4 mortes diárias

foram perpetradas por parceiros ou ex-parceiros afetivos e sexuais das vítimas, homens com quem essas mulheres estabeleciam relacionamentos que envolvem afetos e sentimentos. Os dados, apresentados no Mapa da Violência 2015: Homicídios de mulheres no Brasil (WAISELFISZ, 2015), apontam para um quadro alarmante de ocorrência de feminicídios no país, crime legalmente reconhecido em território nacional desde 2015, quando a presidenta Dilma Rousseff sancionou a Lei Nº 13.104, conhecida como Lei do Feminicídio, que inclui esse tipo de assassinato no rol dos crimes hediondos.

Nosso país, de acordo com o mesmo estudo, ocupa o 5º lugar do *ranking* mundial de assassinatos de mulheres, considerando 84 países e já equalizadas suas diferenças populacionais. Além disso, pesquisa desenvolvida pela Fundação Perseu Abramo e pelo Serviço Social do Comércio (VENTURI & GODINHO, 2013), referente a 2010, constata que cinco mulheres são espancadas a cada dois minutos no Brasil, majoritariamente em seu círculo íntimo. É como se, ao final de todo o dia, o país computasse o saldo de 3.600 mulheres feridas por figuras masculinas com quem convivem. Apesar de esses dados não dizerem especificamente de assassinatos, ocorrência para a qual voltamos nossa atenção, aponta para a dimensão sistemática da violência contra a mulher que abarca agressões letais, mas não apenas. Trata-se de um ciclo e de uma rede processuais da violência, e não apenas formados por episódios isolados ou individualizados. Aqui, consideramos esses dois arranjos como distintos, mas complementares: a ideia de rede é interessante para pensarmos que mulheres são violentadas por uma espécie de rede de agentes violentos, o que inclui lugares institucionalizados como o Estado, a família; enquanto a noção de ciclo descortina um processo contínuo de violência sistêmica ao qual as mulheres estão submetidas e que pode implicar em uma crescente de violência, bem como combinação de tipos de agressão.[1]

Já sabemos, então, que mulheres se encontram em condições de vulnerabilização e em posição assimetricamente desfavorável quando dizemos das relações de poder atravessadas por gênero; ou suas mortes, espancamentos e outras ordens de agressão não seriam tão constantes. Sabemos, também, que o assassinato de mulheres por razão de gênero é reconhecido em um âmbito institucionalizado como um tipo de violência específica e que, portanto, demanda políticas públicas específicas. Mas através de quais lentes o jornalismo vem observando os assassinatos cotidianos de mulheres? Quais são os modos de inteligibilidade acionados para que o jornalismo, como agente, construa seus relatos e ratifique ou retifique esquemas de compreensão para essas mortes? Pode o jornalismo, em suas narratividades, constituir-se não apenas como agente do tecer narrativas de violência, mas tornar-se, ele mesmo, um agente violento no ciclo e na rede de agressões sistemáticas contra a mulher?

Neste artigo, buscamos mobilizar alguns apontamentos teóricos acerca das narrativas jornalísticas, valendo-nos das reflexões de Paul Ricoeur (1913-2005) e autores e autoras que delas bebem para fazerem suas ponderações, tentando observar especialmente o jornalismo com capacidade de agência e, nesse caso, de uma agência potencialmente violenta. Aqui, dialogamos com nossa pesquisa de mestrado (CALDEIRA, 2017) e alguns de seus apontamentos, que resultaram de um trabalho de mais fôlego, para

1 - Trabalhamos com essa noção, ainda de forma experimental, no projeto de pesquisa Narrativas de um problema cotidiano: a violência de gênero e o testemunho jornalístico. Temos percebido que as mídias noticiosas, em suas especificidades, funcionam como agentes tanto da rede quanto do ciclo explicado, tanto na ideia de um conjunto de instituições (rede) quanto na de uma ordem quase cronológica de ações de violência (ciclo).

estimular a discussão. A dissertação em questão faz parte de uma iniciativa mais abrangente, o projeto de pesquisa Narrativas de um problema cotidiano: a violência de gênero e o testemunho jornalístico[2]. Os exemplos aqui trazidos se referem a matérias jornalísticas do jornal impresso mineiro Super Notícia analisadas no mestrado, que fazem parte do banco de dados do projeto e foram recortadas por tipo de ocorrência (assassinatos, uma vez que o *corpus* disponível comporta narrativas de outras agressões). Temos ciência, naturalmente, de que a escolha dessa mídia noticiosa tem implicações incontornáveis quanto à possibilidade de generalização de nossos apontamentos, mas entendemos que trata-se de uma importante superfície de materialização de narrativas jornalísticas que são devedoras das conversações cotidianas e retornam aos falares sociais da vida miúda. Esperamos, com isso, desenvolver algumas ideias experimentadas ainda com alguma timidez no mestrado para que tomem corpo para a tese que será elaborada no doutorado em curso.

NARRATIVAS: TESSITURAS INTERESSADAS

As perguntas lançadas são ambiciosas em alguma medida, mas, ao nosso ver, necessárias. Afinal, não é possível falar da atividade jornalística de forma apartada da vida social e das conversações cotidianas, mas, sim, tomar as narrativas jornalísticas como intrínsecas a essas conversações, seja fornecendo subsídios, sendo tomando por empréstimo esses falares do mundo da vida. Como pondera Bruno Leal (2006), as narrativas são "materializações das falas sociais" (LEAL, 2006), e também alimentam essas mesmas falas, fazendo retornar o vivido ao narrado, se tomarmos emprestados os termos de Ricoeur. Para Leal (2006, p. 22), "as narrativas emergem como resultado da interrelação das forças sociais, as mais diversas; caracterizam equacionamentos possíveis dessas forças, em pontos peculiares do fluxo histórico e social". Dessa maneira, estão sempre em tensão, são porosas, fragmentadas e irrepetíveis, tanto em seu processo de construção, que se vale de uma composição singular a cada novo ato de narrar, quanto pelo gesto fruidor de apropriação da narrativa que a ressignifica, desestabiliza, desloca, especialmente quando consideramos "texto" como uma emergência, não apriorístico, um conjunto de relações superpostas que não é anterior à significação (GRACIA, 1996; RYAN, 2001).

Apesar de Ricoeur ter dedicado seus estudos principalmente às narrativas historiográficas e literárias, defendemos ser possível observar o jornalismo recorrendo às reflexões sobre narrativas e a um "olhar narrativizante" (LEAL, 2006, p. 21). Se as narrativas são formas de experienciar o mundo que atuam no próprio mundo de referência e oferecem recursos para que lidemos com ele e com problemas empíricos que nele latejam, elaborando-o a partir do narrar e do fruir, não é proveitoso pensar que o jornalismo engendra o mesmo processo, funcionando como uma das possibilidades de elaboração e relação com o cotidiano? Não queremos, aqui, cair na armadilha do midiacentrismo; reconhecemos que há narrativas de outras ordens que circulam no dia a dia com grande potência e nos recusamos a acreditar

2 - Projeto de pesquisa desenvolvido na Universidade Federal de Minas Gerais e formado pelos professores doutores Carlos Alberto de Carvalho, Bruno Leal, Elton Antunes e Paulo Bernardo Vaz.

em um imediatismo simplificador de um esquema entre "mensagem" e "acolhimento" apaziguado. Ao contrário, entendemos que as narrativas comportam e se formam a partir de disputas, negociações, em processos nunca estanques de atualização.

As narrativas jornalísticas, tomadas em sua emergência e circularidade, fazem parte do processo de elaboração quanto ao assassinato de mulheres por figuras de proximidade, constituem e são constituídas por marcas dos modos de saber a violência contra a mulher que circulam socialmente. Nesse sentido, nos interessa entender como são construídas, na narrativa jornalística, a situação de violência e as figuras de vítimas e agressores, a partir do entendimento de qual "gesto de querer saber" o jornalismo opera diante do assassinato de mulheres, que "perguntas" aciona diante da ocorrência dos crimes de feminicídio cotidianamente e que podemos "desentranhar" em um gesto analítico imbuído de um olhar narrativizante. O jornalismo, então, mais ratifica ou mais retifica noções problemáticas e danosas em relação à violência de gênero contra a mulher e em relação ao "ser mulher"? Nessa operação, pode o jornalismo, por meio das construções narrativas, violentar as mulheres já agredidas?

Não pretendemos tropeçar em uma visada normativa do fazer jornalístico, tentando estabelecer parâmetros de como o jornalismo deveria agir em comparação com os modos como ele efetivamente age diante do assassinato de mulheres ocorridos no mundo de referência, mas sim observar a narrativa jornalística em operação, implicada na vida social, parte de um imaginário compartilhado. Acreditamos que as narrativas jornalísticas perseguem uma certa reconstituição do real, operam no encadeamento de elementos de forma verossímil, mas se destacam por seu aspecto lacunar, não dando conta da completude do vivido; e interessado, sendo fortemente ancoradas em um jogo de hieraquizações compulsórias. Seja no ato de destacar determinado acontecimento como digno de ser noticiado, no direcionamento das perguntas nas entrevistas, nas dinâmicas de apuração, na composição narrativa — processos que não devem desconsiderar inclusive a configuração do dispositivo no qual as narrativas jornalísticas se inscrevem —, o jornalismo opera em um "agenciamento de vários elementos para uma construção do real" (ANTUNES & VAZ, 2006, p. 46), não conformado, mas atravessado, por aspectos múltiplos, inclusive por suas materialidades.

Uma reflexão ricoeuriana é essencial para possibilitar certas aproximações entre jornalismo e narrativas e fazer com que percebamos a narratividade da morte de mulheres no jornalismo em sua complexidade: o Círculo Hermenêutico e sua dinâmica da Tríplice Mimese. A tessitura da intriga, noção articulada a partir da contraposição dos estudos de Santo Agostinho e Aristóteles no esforço de uma possível resolução da aporia do tempo, é o ponto de partida para compreender a circularidade hermenêutica e evidencia que a narrativa se dá no entrelugar das falas sociais de um mundo prefigurado (mas em constante construção e reconstrução) e o retorno da narrativa às falas sociais. Nas palavras de Ricoeur, "por maior que seja a força de inovação da composição poética no campo de nossa experiência temporal, a composição da intriga está enraizada em uma pré-compreensão do mundo da ação" (RICOEUR, 2010, p. 96).

Nesse sentido, tecer a intriga é a ação de organizar a partir de fragmentos que não se dá de maneira isolada de outras etapas nos processos de criação e recriação narrativas. Antes, o Círculo Hemenêutico é uma espécie de "emaranhado móvel" que deve ser compreendido sempre em relação.

Nosso olhar narrativizante, neste exercício, nos leva a olhar menos para os acontecimentos ocorridos no mundo de referência que são noticiados e mais para a processualidade da narrativa em relação a esse mundo de referência. Para Carvalho (2014), os acontecimentos noticiados estão envoltos em jogos de interesse e disputas de sentidos e "se apresentam como desafio permanente para os jornalistas, à medida que, a despeito de técnicas de redação mais ou menos estáveis, cada narrativa requer uma cuidadosa escolha de palavras" (CARVALHO, 2014, p. 126). São essas escolhas que nos fornecem pistas para nosso gesto de desvelar essas narrativas e entender de que maneiras elas agem no mundo e como essa ação pode se constituir como violência no ciclo e rede já mencionados.

No Círculo Hermenêutico, estão abarcadas Mimese 1, Mimese 2 e Mimese 3, tríade que deve ser entendida como uma rede de processos interligados que se entrecruzam, tensionam, desafiam. Esse desenho espiralado, por mais que já estabeleça de antemão que trata-se de um processo contínuo, ininterrupto e retroalimentado, pede cautela para que suas três fases não sejam vistas como etapas dissociadas. A Mimese 1, que Ricoeur nomeia como prefiguração do campo prático, abarca uma rede de referências presentes no mundo social, inclusive já mediadas em outros processos, e que se apresenta como um conjunto simbólico do "real empírico" acordado em certas condições. Marcela Farré (2004) defende que Mimese 1 comporta uma espécie de "modelo do mundo ético ou representação do real, como pressuposições de verdade, que o leitor tem como certas" (FARRÉ, 2004, p. 143) e é articulada a partir de três dimensões: estruturais, simbólicas e temporais, como aponta Carvalho (2012). No intuito de explicá-las, o autor afirma que:

> A primeira diz respeito, imediatamente, às próprias formas narrativas mais caras a uma determinada sociedade, compreendendo um conjunto de regras consideradas pertinentes a um bom modo de narrar, ou a uma tradição narrativa. A segunda dá conta de um conjunto de mitos, crenças, valores, questões éticas e morais, enfim, a uma ampla gama de manifestações típicas da cultura, enquanto a última é articuladora de sentidos ao remeter às diversas possibilidades de que a temporalidade, cronológica ou de outra natureza, é portadora. (CARVALHO, 2012, p. 175)

Todas as três são importantes para compreender o potencial de violentar que o jornalismo carrega, e tentaremos fazer essa ponderação de forma breve, aproximando-as do assassinato de mulheres em relações de proximidade. Na dimensão estrutural, está em jogo um conjunto de narrativas pregressas produzidas que oferecem subsídios para as novas, não apenas jornalísticas, mas também aquelas de outra ordem, como as literárias, cinematográficas, televisivas, musicais. Essa teia fortemente interligada faz parte do imaginário social compartilhado e baliza certas tendências estilísticas que dizem de uma dimensão de tradição, especialmente quando consideramos que "todo 'texto' é um evento único, constituído no cruzamento das relações anteriores, mais gerais, que o tornam possível, e no diálogo peculiar que estabelece com outros fenômenos" (LEAL, 2006, p. 21), ou seja, um texto também se dá apenas em relação a outros textos. A noção de "crime passional", por exemplo, já foi fortemente

explorada pelo jornalismo sob essa assinatura, mas também por uma infinidade de narrativas ficcionais[3] que engendraram certa fetichização do desenrolar da cena de assassinato supostamente motivado por paixão. Isabelle Delpla (2015) acredita que o "crime passional" é antes uma construção social e jurídica em que a "paixão" serve à defesa do acusado para atenuar sua responsabilidade, invisibilizando a violência de gênero contra a mulher. Para a autora, "insistir na paixão é descartar as dimensões sociais, institucionais e econômicas da violência" (DELPLA, 2015, p. 303), sendo essa operação ainda muito comum no jornalismo que, apesar de não nomear as ocorrências dessa maneira, recorre a todo esse conjunto estilístico romantizador do assassinato de uma mulher por um homem.

O aspecto simbólico é especialmente interessante quando dizemos de assassinatos de mulheres em relações de proximidade, interligando os aspectos estruturais e temporais. A segunda dimensão de Mimese 1 congrega mitos, crenças, valores, questões éticas e morais que circulam no mundo prefigurado. Se no Círculo Hermenêutico as três mimeses estão interconectadas, é possível dizer que, na narrativa jornalística, há uma série de saberes encarnados articulados, evidenciados em maior ou menor grau, que dizem de certas regras sociais compartilhadas no mundo da ação. Os modos de inteligibilidade do jornalismo em relação às mortes de mulheres, dessa forma, não são descolados dos que circulam socialmente. Na narrativa jornalística construída, é possível perceber escolhas que deflagram esses valores morais para notar um certo modo de olhar para os crimes contra mulheres e para as dinâmicas das relações sociais imbricadas naquele acontecimento que não é exclusivo do jornalismo, mas que, em certa medida, é trazido à tona — e, pensando ciclicamente, alimentado — por ele.

A dimensão temporal, o terceiro elemento de destaque da Mimese 1, pode dizer respeito aos movimentos de contextualização — ou de ausência dela — que o relato jornalístico faz. É a partir dessa perspectiva que podemos considerar a narrativa jornalística uma proposição, uma abertura de possíveis, um resgate do tempo passado, uma convocação de projetos de futuro. De acordo com Ricoeur, o trajeto que a Mimese 1 opera, no sentido da "representação da ação" é, antes de mais nada, compreender o que é o agir humano em sua semântica, em sua dimensão simbólica e em sua temporalidade. "É nessa pré-compreensão, comum ao poeta e ao seu leitor, que se delineia a construção da intriga" (RICOEUR, 2010, p. 112) e, ainda, "o tempo se torna tempo humano na medida em que está articulado de maneira narrativa" (p. 9). É importante frisar, também, que a dimensão temporal expõe a fragilidade da própria narrativa, uma vez que a experiência narrada tenta se organizar narrativamente a partir de estilhaços, persegue um evento, mas nunca dá conta de sua completude.

A Mimese 2, a configuração, de acordo com Farré (2004, p. 143), corresponde ao "domínio da *poiesis*, dos mecanismos de criação que realizam diferentes instâncias narradoras". É essa ação, a composição da intriga intrínseca ao ato de narrar, que permite que os elementos estilhaçados sejam rearranjados no esforço de uma narrativa verossímil — o que nos possibilita, em uma operação analítica pautada pelo olhar narrativizante, desvelar estratégias narrativas que o jornalismo aciona na construção de personagens na busca por essa verossimilhança, propondo um real possível. A Mimese 2 "compõe

3 - O célebre poeta americano Edgar Allan Poe (1809 – 1849), considerado o grande precursor do Romance Policial, afirma em *A Filosofia da Composição* (2015) que "a morte de uma mulher bonita é, inquestionavelmente, o tema mais poético do mundo" (POE, 2012, p. 25).

juntos fatores tão heterogêneos como agentes, objetivos, meios, interações, circunstâncias, resultados inesperados, etc." (RICOEUR, 2010, p. 114), sendo que "o sentido da operação de configuração constitutiva da composição da intriga resulta da sua posição intermediária entre as duas operações" (2010, p. 94). Como nos lembra Carvalho (2012), se em Mimese 1 há um mundo prefigurado, em Mimese 2 há o ato de tecer a intriga, "mediadora por excelência entre o mundo que precede a narrativa e o que vem após a colocação em circulação da narrativa" (CARVALHO, 2012, p. 176). Dessa maneira, é Mimese 2 que dá sentido ao mundo da ação (Mimese 1) e permite a emergência de novos sentidos que, em um gesto de ressignificação, se dá principalmente em Mimese 3.

A narrativa jornalística, a partir de sua elaboração, se localiza fortemente nessa operação de configuração, pautada por um gesto organizador próprio do jornalismo e oferecendo um jogo em que novos sentidos podem emergir. Jornalistas, no seu jogo de tecer narrativas, ao receber a pauta, se dirigem às "fontes", nesse momento agentes humanos, que tentam dar acesso a uma experiência temporal circunscrita e recortada por meio de estilhaços já por elas organizados. Ao narrarem o que lhes cabe, essas fontes buscam um ordenamento mnemônico, marcam suas construções por posicionamentos ideológicos, fazem recortes subjetivos. A própria narratividade advinda dos relatos das fontes já expõe seu aspecto fragmentado e incompleto a partir do momento em que reconhecemos que se a narrativa não é a ação narrada, mas sim um gesto de reconstruí-la, ela está fadada a ser não cronológica, não ser estável. Fazem parte desse fornecimento de subsídios para as narrativas jornalísticas as consideradas fontes não humanas, como boletins de ocorrência, observação de casos pregressos noticiados ou mesmo de outras mídias noticiosas.

Ali estão jornalistas, produtores e produtoras de narrativas, coletando e selecionando o que destacar desses relatos, colocando-os em relação com outros dados — estatísticas de órgãos oficiais, crimes semelhantes já cometidos —, tentando conferir certa verossimilhança a partir do encadeamento de elementos heterogêneos, tensionados, instáveis. Buscando deixar aquele conjunto marcado pelo caos e pela dissonância algo palatável para a compreensão, algo compatível com uma tendência estilística e estrutural. O que jornalistas estão fazendo, compulsoriamente, é um jogo de recortes e costuras resignado às lacunas. O jornalismo, assim, não é mero observador ou instância que registra o desenrolar da violência, mas funciona como sua testemunha e pode, inclusive, tornar-se agente da violência a partir de conexões que estabelece.

> Midiatizado e em outras ordens do simbólico, o jornalismo não apenas observa e registra o acontecer da violência, o testemunha, na perspectiva ampla e complexa, o que implica romper com a condição básica de observação e observador não implicados nos acontecimentos violentos. (ANTUNES, 2012, p. 286-287)

Mimese 3, a reconfiguração, é "a esfera que faz intervir a atividade receptora com atualização persuasiva e emotiva" (FARRÉ, 2004, p. 143). Essa instância, como aponta Carvalho, convoca o leitor da narrativa a integrar-se à trama "não de forma passiva, e sim como quem exerce o papel de

refiguração, tornando completo o círculo hermenêutico" (CARVALHO, 2012, p. 177). Em Mimese 3, leitoras e leitores se conectam à narrativa uma maneira ímpar e irrepetível, usando de suas vivências — experiências empíricas e narrativas, crenças, valores, repertório, um certo horizonte de leitura — para preencher, à sua maneira, a malha lacunar da narrativa jornalística e acolhê-la dentro de condições particulares. Cada fruição faz com que um texto diferente emerja a partir da articulação dos elementos dispostos narrativamente em certo arranjo. A figura do leitor ou da leitora, em Ricoeur, é quem permite que o narrado retorne ao vivido, possibilitando que as narrativas sejam, de alguma forma, devolvidas para o mundo prefigurado de Mimese 1, impulsionando o compulsório movimento circular da Tríplice Mimese. Leitores e leitoras, assim, agem como coautores e coautoras ao se apropriarem da intriga, acrescentando a ela, inevitavelmente, algo de si, afetando e sendo afetados e afetadas pela narrativa.

É importante frisar que mesmo que se ancore em determinados regimes de verdade e falares sociais compartilhados em Mimese 1 para sua organização em busca da verossimilhança, a narrativa jornalística é complexa e heterogênea, composta de narrativas superpostas, exposições e apagamentos. Da mesma maneira, mesmo que leitores ofertem às lacunas narrativas seu repertório em uma tentativa de preenchê-la e seu movimento seja uma tentativa de estabilização, a narrativa não pode ser estabilizada porque o Círculo Hermenêutico não é passível de estancamento. Assim, nos questionamos: se essa verossimilhança construída narrativamente se ancora em (e serve a) certos regimes de verdade e se o jornalismo não é um elemento externo às suas narratividades, mas antes agente implicado na tessitura da intriga, como esse ato de tecer pode violentar?

VIOLÊNCIAS NARRATIVAS

A partir do breve desenvolvimento teórico acerca das narrativas jornalísticas que fizemos até aqui, e nos valendo de nossa pesquisa de mestrado, que observou as construções narrativas de vítimas e agressores em casos de uma série de assassinatos (crimes de proximidade cometidos contra mulheres) e de assassinatos em série, passamos a sistematizar alguns "achados" de nossa pesquisa. Não pretendemos esgotar a discussão, uma vez que esse trabalho está sendo retomado no doutorado e também esbarramos em um limite imposto pela própria escolha desse conjunto de narrativas, mas expor o que encontramos a partir de recorrências, por meio da análise de um conjunto específico de narrativas, acerca do potencial que o jornalismo tem de violentar mulheres por meio de suas narratividades.

A partir do esforço de pesquisa mencionado, chegamos ao que podemos considerar três eixos principais de violência, por parte do jornalismo, para com as mulheres já violentadas: 1) a qualificação das vítimas, que as divide em categorias de "boa vítima" e "má vítima", e dos agressores tomados como "assassino previsto" ou "assassino não previsto" sempre de maneira conectada a possíveis ações da vítima; 2) as relações de causalidade que o relato jornalístico estabelece para tentar das dar conta do assassinato e mulheres e 3) um interesse pela cena da notícia que mais parece preocupado em reconstruir o sofrimento daquela mulher, escrutinando seu cadáver, e que se nega a encaixar o episódio

em um quadro mais amplo de uma violência específica. Passaremos, adiante, a explicar cada um desses modos de violentar mulheres que o jornalismo opera, trazendo alguns breves exemplos para dizer de nossos apontamentos.

A primeira maneira de que a narrativa jornalística dispõe para violentar a mulher é quando a caracteriza, em encaixe com a caracterização de seu agressor. A "boa vítima" é aquela construída pelo relato jornalístico como merecedora da vida, uma morte pela qual se deve lamentar. Para validar esse "merecimento", são elencadas virtudes que fariam de alguém uma "boa mulher": recato, discrição, dedicação ao casamento, maternidade. Em uma das matérias analisadas para a nossa dissertação, "Surta e mata a mãe a pisadas", do Super Notícia de 31 de agosto de 2013, que narra o assassinato de uma senhora cometido pelo seu filho, que supostamente teve um surto psíquico em razão de problemas psiquiátricos já conhecidos, esse tipo de vítima se delineia. A mulher, Gislaine Aparecida Souza, foi morta com pisadas na cabeça e 25 facadas, o que é evidenciado pela narrativa. Há na matéria um relato de uma amiga da vítima, que diz sobre a mulher assassinada: "Ela trabalhava muito e era séria, mal cumprimentava as pessoas na rua. A Gislaine se separou do marido e criava o filho muito bem". Quando incorpora em sua tessitura esses elementos e pergunta pelo "valor da mulher" a partir dele, a narrativa constrói um perfil de vítima que não merecia morrer para contrastar com aquela que merece. O que o jornalismo diz, em suas nuances, nesse caso, é que se vítima não fosse uma mulher trabalhadora, séria (e sim extrovertida), não fosse uma mulher que não interage com os vizinhos, o choque em relação à sua morte seria relativizado.

Na outra ponta, é possível distinguir a "má vítima", aquela construída narrativamente a partir de lacunas morais que a desqualificariam. Na matéria "Morta porque não quis transar", do Super Notícia do dia 26 de janeiro de 2014, a mulher assassinada, Rozinete Aparecida do Carmo Pedro, é apresentada como má vítima. O relato jornalístico sugere que ela estaria se relacionando sexualmente com outros homens mesmo com o processo de divórcio não concluído e não cumpriu a medida protetiva estabelecida pela Lei Maria da Penha, deixando que o ex fosse até sua casa para ver os filhos. Além disso, ela é apontada como consciente do quadro violento do ex-companheiro, que já havia agredido também a filha do casal. Com esses três elementos acionados, a vítima acaba sendo implicada em sua própria morte.

O que podemos observar é que, embora operem em polos dicotômicos, essas categorias podem ser consideradas maneiras de violentar as mulheres mortas por estabelecer padrões normativos de como uma mulher deve ou não agir para ser digna de respeito ou do direito à vida. Essas mulheres são violentadas narrativamente a partir do momento em que o jornalismo acredita que pode haver algo no comportamento delas que justifique minimamente suas mortes, seja "confirmando seu julgamento", no caso da "má vítima", ou que dando um voto de confiança a alto preço, no caso da "boa vítima".

Em relação à tipologia observada quanto à caracterização dos agressores, as categorias também se constituem como maneiras de violentar a mulher, relacionando vítima e agressor em um esquema simplificador e cruel de "causa e efeito". O "assassino previsto" é o homem com histórico de violência ressaltado, a todo momento, pela narrativa. É o outro lado da "má vítima" vista em "Morta porque não quis transar": há o reforço da previsibilidade do assassinato por meio de elementos como a fala do soldado

responsável pela prisão do homem, que marca que o assassino já havia sido preso por agressão pela Lei Maria da Penha, já havia agredido a filha e era conhecido como alguém violento. O que o jornalismo está questionando, com essa dinâmica, é mais o comportamento da mulher do que do próprio homem: se a mulher sabia do histórico de violência do companheiro, por que insistiu na relação?

Já a caracterização do "assassino não previsto" instaura um grau de excepcionalidade naquele assassinato. O homem construído narrativamente sob esse véu aparece como aquele que não tinha histórico de violência, de quem não se poderia esperar um ato de brutalidade. É o caso do agressor da matéria do Super Notícia "Mata mulher e diz que foi o diabo", de 27 de agosto de 2013, que matou sua mulher com golpes de enxada na frente da filha e de sobrinhos da vítima. A Polícia Militar, por meio da fala de um soldado, afirma que não havia nenhum histórico de briga entre os dois e "isso surpreendeu mais ainda a todos". Em suas nuances, o jornalismo lança a dúvida: se um homem com tanto autocontrole e conhecido pelo bom comportamento cometeu um "ato de loucura", é porque "alguma coisa aconteceu". Supondo, então, que o homem foi provocado de alguma maneira pela mulher a ponto de "perder a cabeça", o jornalismo novamente violenta a mulher que ele narra. Se ela permanecia em um relacionamento violento, nesse modo de inteligibilidade, é porque era "mulher de malandro"; mas se foi morta por um homem "de bem", é porque deu algum motivo plausível. De uma maneira ou de outra, a vítima é implicada na responsabilidade de sua própria morte.

A segunda dinâmica de violência narrativa contra a mulher se refere às relações de causalidade que o relato jornalístico estabelece em sua tessitura e se liga fortemente à caracterização da vítima e do agressor. O jornalismo não apenas pergunta, em seu gesto de querer saber, por que aquela mulher foi morta, mas também questiona se ela deu motivos para que o crime acontecesse. As relações de causalidade estabelecidas pelo jornalismo, muitas vezes expressas já nas manchetes, violentam a mulher assassinada pela tentativa de explicação simplista de um crime que não tem justificativa e que é sistêmico e pela sublimação de dados importantes quanto ao que aconteceu no desenrolar da cena do crime. No caso da já mencionada matéria "Morta porque não quis transar", o título traz para o casual, marcado pelo termo "transar", uma tentativa de estupro à qual a vítima reagiu. Há um abismo entre explicar que uma mulher foi morta porque não queria "transar" e entre noticiar que uma mulher foi morta por facadas, golpes de marreta e de máquina de costura após resistir a uma tentativa de estupro por parte de seu ex-marido. Reforçando uma noção de que o estupro só é praticado por elementos estranhos à mulher, e não por figuras próximas, o jornalismo mais uma vez violenta a mulher ali morta, negando inclusive o reconhecimento de mais uma camada de violência em sua morte: a sexual.

O interesse do jornalismo em reconstruir a cena do crime, escrutinando o corpo sem vida da mulher, é mais uma forma de violência narrativa e nosso terceiro eixo. Não trata-se apenas de um esforço de presentificação de um evento, do vivido por meio do narrado, mas implica desrespeito com a vida que ali se perde. Aproximando a construção do relato a uma tradição estilística (e, podemos dizer aqui, estrutural de Mimese 1, mas não apenas) do romance policial, do assassinato motivado por paixão e dos "amantes desafortunados", o jornalismo se nega a reconhecer a violência de gênero contra a mulher, pois toma aquela agressão como episódica. Apesar de usar a suposta paixão da relação para construir sua

narrativa, o jornalismo deixa de fora o mais importante para uma compreensão mais complexa acerca da violência de gênero contra a mulher: a própria relação. Se vítimas e agressores são construídos de maneira cristalizada e planificada, se as relações de causalidade estabelecidas sempre conseguem encontrar uma relação de "causa e efeito" que implique a mulher, a violência é construída como externa à relação, e não como uma das suas nuances constituintes. Se o jornalismo busca um histórico de abusos, é para julgar a mulher, e não para inserir o assassinato em um ciclo e uma rede de violência específica. Mais uma vez, a mulher é violentada, e o jornalismo não mais pode escapar da sua agência de algoz.

UMA BREVE CONSIDERAÇÃO (OU PROVOCAÇÃO)

Apesar do entendimento do jornalismo como agente de violência contra a mulher poder gerar certos incômodos, acreditamos, cada vez mais, que ele se mostra contundente. A partir do momento em que compreendemos as narrativas jornalísticas como formas de experienciar o mundo e de agir no mundo, não podemos deixar escapar às análises os jogos de poder implicados no ato de tecer a intriga e a capacidade de agência da própria narrativa jornalística. Esses jogos e nuances, que podem ser percebidos no recorte escolhido e em nosso gesto de apreender o Super Notícia, inevitavelmente estão em operação em outras mídias noticiosas, visto que toda e qualquer construção narrativa não escapa do mundo prefigurado, mas dele deriva, e comporta suas disputas, tensões, clivagens, em regimes específicos de fazer ver.

Acreditamos que o jornalismo, ou ao menos esse jornalismo que nos permite perceber o recorte, ao deixar de reconhecer o aspecto de gênero nessas agressões, como faz recorrentemente; continuar julgando mulheres e acobertando agressores, é agente letal da rede que violenta mulheres, já que sua agressão é até mesmo institucionalizada pela sua legitimação como instância capaz de mediar experiências, e também do ciclo de violência contra a mulher, por violentar narrativamente essas vítimas mesmo depois de suas mortes.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Elton. Acontecimentos violentos, ressentimento e as marcas de uma interpretação. In: FRANÇA, V. R. V.; OLIVEIRA, L. (Org.). **Acontecimento**: reverberações. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. p. 269-292.

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

ANTUNES, Elton. Na cena da notícia: vestígios do jornalismo no assassinato de mulheres. **CECS-**

Publicações/eBooks, p. 49-69, 2016. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2466>.

CALDEIRA, Bárbara. **ENTRE ASSASSINATOS EM SÉRIE E UMA SÉRIE DE ASSASSINATOS**: O tecer da intriga nas construções narrativas de mulheres mortas e seus agressores nas páginas de dois impressos mineiros. Universidade Federal de Minas Gerais. 2017.

CARVALHO, Carlos Alberto. Entendendo as narrativas jornalísticas a partir da tríplice mimese proposta por Paul Ricoeur. **Revista Matrizes**, ano 6. São Paulo: 2012. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/48057/51820>.

_____. O que veio primeiro: o jornal ou o jornalismo? In: LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. (Org.). **Para entender o jornalismo**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2014, v. 1, p. 121-130.

DELPLA, Isabelle. Violência sem paixão? In: NOVAES, Adauto (org). **Fontes Passionais da Violência**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2015.

FARRÉ, Marcela. **El noticiero como mundo posible**: estrategias ficcionales em la información audiovisual. Buenos Aires: La Crujía, 2004.

GRACIA, Jorge J.E. "Introduction" e "Ontological Status". In: Texts: ontological status, identity, author, audience. **SUNY Press**, 1996. p. 1-44.

LEAL, Bruno. Saber das narrativas: narrar. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**: tomo I. São Paulo: Papirus, 1994.

_____. **Hermenêutica e Ideologias**. Petrópolis: Vozes, 2008.

RYAN, Marie-Laurie. The text as a world. In: **Narrative as virtual reality**. Johns Hopkins University Press, 2001. p. 89-114.

_____. From immersion to interativity: text as a world versus text as a game. In: **Narrative as virtual reality**. Johns Hopkins University Press, 2001. p. 175-199.

WAISELFISZ, J. J. (2015). Mapa da Violência 2015: Homicídio de mulheres no Brasil. Brasília: FLACSO Brasil. Disponível em: <http://www.mapadaviolencia.org.br/mapa2015_mulheres.php>.

O CONCEITO DE "LIVRO-REPORTAGEM":
Subsistema jornalístico e suporte editorial

Fernando Lopes da Silva
(Programa de Pós-Graduação em Estudos Literários da UFU, fernando.jor@ufu.br)

Daniel Padilha Pacheco da Costa
(Programa de Pós-Graduação em Estudos Literários da UFU, dppcosta@hotmail.com)

RESUMO

O termo "livro-reportagem" foi cunhado para designar um tipo de reportagem que, no Brasil, tornou-se cada vez mais importante no mercado editorial (inclusive com vendas expressivas), na formação da opinião pública e na renovação da prática jornalística. O presente trabalho tem como objetivo definir o conceito de "livro-reportagem" a partir das relações que esse tipo de reportagem estabelece, por um lado, com o sistema editorial e, por outro, com os textos jornalísticos que circulam regularmente nos periódicos (sejam eles tradicionais ou digitais). As características próprias de uma reportagem possibilitam ao jornalista ir além do factual, explorando os detalhes e o contexto dos temas agendados na imprensa e concedendo um tratamento maleável à narrativa jornalística. Em contrapartida, a inserção desse tipo de reportagem jornalística no sistema editorial permite o preenchimento das lacunas deixadas pela imprensa regular e a consolidação do seu espaço no mercado editorial como narrativa de não-ficção.

PALAVRAS-CHAVE

Livro-reportagem; suporte editorial; tipo de reportagem; subsistema jornalístico.

ABSTRACT

The notion of "reportage book" was created to refere to a type of reportage that, of Brazil, has become increasingly important in the national publishing market (frequently with significant sales), in the manufacturing of public opinion and in the renewal of the journalistic practice. The aim of this paper is to analyze the concept of "reportage book" from a double point of view, focusing, on one hand, on the relations of this type of reportage with the editorial system and, on the other hand, on the relations established with the journalistic texts regularly printed in the newspapers (whether traditional or digital). The reportage specific characteristics make it possible for the journalist to go beyond the facts, exploring the details and the context of the topics raised by the press and giving a malleable treatment to the journalistic narrative. In contrast, the insertion of this type of journalistic reportage in the editorial system allows filling in the gaps left by the regular press and consolidating its space in the publishing market as a non-fiction narrative.

KEYWORDS
Reportage book; editorial support; type of reportage; journalistic subsystem.

INTRODUÇÃO

O termo "livro-reportagem" foi cunhado para designar um tipo de reportagem que se tornou cada vez mais importante no mercado editorial brasileiro, na formação da opinião pública e na renovação da prática jornalística. Seus temas de eleição são, com frequência, problemas candentes da sociedade brasileira contemporânea, como sistema prisional, escândalos políticos, tráfico de drogas, manifestações culturais e práticas esportivas. Apesar da importância que o livro-reportagem adquiriu depois da redemocratização do Brasil nos anos 1980, são poucas as pesquisas e referências teóricas que conceituam o fenômeno editorial designado pelo termo "livro-reportagem".

Os seus principais conceituadores caracterizam o livro-reportagem como um subsistema do jornalismo. O pesquisador Edvaldo Pereira Lima (2009) salienta as características e princípios que regem esse tipo de reportagem jornalística, como também o aspecto editorial desse veículo de comunicação não periódico, publicado habitualmente por jornalistas que ocupam a função de escritor. Para o autor, esse subsistema tem "particularidades específicas a linguagem jornalística, facilmente identificáveis na linguagem que veicula, mas [que] naturalmente oferece maior maleabilidade de tratamento" (LIMA, 2009, p. 28).

Vários livros-reportagem se tornaram *best-sellers* no mercado editorial, como: *1968 o ano que não terminou: a aventura de uma geração* (1989), de Zuenir Ventura; *Rota 66: a história da polícia que mata* (1992), de Caco Barcellos; e *Estação Carandiru* (1999), de Drazio Varella. Outro *best-seller*, o livro-reportagem *Honoráveis Bandidos: retrato do Brasil na Era Sarney* (2009), de Palmério Dória, combina recursos narrativos (anedotas, cronologias e transcrições de áudios) e visuais (charges, caricaturas) para realizar uma mordaz sátira política de José Sarney, apresentado como emblemático político do período democrático.

Esse tipo de reportagem é de difícil definição, pois não apenas se vale das técnicas de reportar dos periódicos, como também está inserido no sistema editorial como narrativa de não ficção. Assim, este trabalho se propõe a realizar uma reflexão sobre as características editoriais, narrativas e jornalísticas desse tipo de reportagem designado como "livro-reportagem". Compõem o referencial deste trabalho os seguintes autores: Sodré (1986), Lima (2009), Chartier (1999) e Wolfe (2005).

Por tratar das técnicas de reportar dos periódicos, na primeira seção deste artigo, é abordada a reportagem jornalística, concebida teoricamente por Sodré (1986) e Lima (2009) como extensão da notícia por abarcar os desdobramentos de um tema, contemplando o detalhamento das cenas e o perfil dos personagens, que, habitualmente, são apresentados de forma sucinta no texto noticioso. Deste modo, tanto na reportagem presente em periódicos, como no livro-reportagem, "é ultrapassado o limite seco, diminuto, da informação concreta nua e chega-se a uma dimensão superior de compreensão tanto dos atores sociais como da própria realidade maior em que insere a situação examinada" (LIMA, 2009, p. 127).

Já na segunda seção deste artigo, trata-se do suporte no qual o livro-reportagem é veiculado e

das suas relações com o sistema editorial. Utiliza-se o conceito de "suporte" apresentado pelo historiador Roger Chartier[1] (1991, p. 182): "É preciso lembrar que não há texto fora do suporte que lhe permite ser lido (ou ouvido) e que não há compreensão de um escrito, qualquer que seja, que não dependa das formas pelas quais atinge o leitor". Segundo o autor, a forma que um texto é apresentado interfere no seu sentido, já que os livros não são lidos de forma homogênea, variando de acordo com a comunidade de leitores, com as expectativas, os gestos e os hábitos que as práticas leitoras podem conter.

A REPORTAGEM JORNALÍSTICA

Para o pesquisador em comunicação Nilson Lage (2006), a notícia presente nos periódicos consiste na exposição do relato de uma série de fatos a partir dos aspectos considerados mais relevantes pelo interlocutor e, em seguida, dos detalhes que circundam o fato descrito no texto, elencando gradativamente as suas implicações sociais. Lage assinala as diferenças entre os gêneros jornalísticos *notícia* e *reportagem* a partir do seguinte exemplo prático:

> Noticia-se que um governo foi deposto, produz-se (*sic*) reportagens sobre a crise política institucional, econômica, social, sobre a reconfiguração das relações internacionais determinada pela substituição do governante, sobre a conspiração que levou ao golpe, sobre um ou vários personagens envolvidos no golpe etc. (LAGE, 2006, p. 54)

Já o pesquisador Muniz Sodré (1986) considera híbrido o gênero jornalístico reportagem e justifica esse conceito pelas proximidades entre o texto jornalístico e certas formas de narrativas ficcionais[2]. De fato, a análise dos livros-reportagem mostra que esses exploram diferentes técnicas narrativas utilizadas por gêneros ficcionais para desenvolver a matéria jornalística e conservar o interesse do leitor. Entretanto, para o autor, o livro-reportagem é, também, resultado da amplificação narrativa, como aconteceu com o romance-folhetim, que nasceu da serialização de narrativas ficcionais em jornais, de modo que "quando uma história se mantém no foco do interesse público, é quase certo virar uma reportagem novela. Reproduz-se, então, a mesma fórmula do folhetim, que veio dar no romance – e surge o livro-reportagem" (SODRÉ, 1986, p. 94).

No entanto, o livro-reportagem possui mais diferenças do que semelhanças com o romance-folhetim, já que este é um gênero ficcional publicado periodicamente em suporte jornalístico, enquanto que aquele é uma narrativa não-ficcional e não é publicado em suporte jornalístico, mas em veículo de comunicação não periódico. A narrativa de um livro-reportagem tanto pode apresentar um compilado de

1 - Roger Chartier é historiador e tem como objeto de pesquisa as relações históricas dadas ao texto e ao livro como práticas sociais. Para Chartier (1999b, p. 07), "os tempos contemporâneos são herdeiros diretos" dessas relações históricas em que o livro copiado à mão cede lugar às páginas impressas e, por conseguinte, o estatuto do autor, as bibliotecas e as relações do leitor com o texto.

2 - Segundo Sodré (1986, p. 11), a narrativa não é privilégio dos gêneros literários e da arte ficcional: "Quando o jornal diário noticia um fato qualquer, como um atropelamento, já traz aí em germe, uma narrativa. O desdobramento das clássicas perguntas a que a notícia pretende responder (quem, o que, como, onde e por que), constituirá de pleno direito uma narrativa, não mais regida pelo imaginário, como na literatura de ficção, mas pela realidade factual do dia a dia, pelos pontos rítmicos do cotidiano que, discursivamente trabalhados, tornam-se reportagem".

informações coletadas pelo repórter, como pode apresentar amplificações ficcionais dos fatos reportados. Estas amplificações decorrem de uma tentativa de reconstituir e detalhar os fatos narrados no livro.

Estas explorações de recursos narrativos também podem ser observadas no *New Journalism* norte-americano que, na década de 1960, enalteceu novas formas de expressão no jornalismo. Um dos principais representantes dessa vertente jornalística foi Tom Wolfe (2005), que se inspirou na prosa literária e promoveu a imersão do jornalista nos locais onde os fatos acontecem, com a descrição objetiva e subjetiva dos cenários e personagens.

Surgindo de movimentos provenientes da contracultura, Wolfe (2005) aponta que estes repórteres não se sentiam pertencentes a nenhum grupo convencional literário ou da imprensa estadunidense, embora exercessem atividades regulares nos periódicos. A pouca tiragem das edições dos jornais de domingo fez com que os textos destes repórteres fossem frequentemente publicados nas edições e suplementos do dia, com objetivo de atrair mais leitores. Até que, mais tarde, a situação se inverteu, com os leitores adquirindo mais as edições dos jornais de domingo, por eles apresentarem histórias com linguagem diferente do texto noticioso. A repercussão foi tão grande que, em 1973, foi publicada a coletânea *The New Journalism*, reunindo reportagens de autores identificados ao movimento, como Gay Talese, Norman Mailer, Truman Capote e Tom Wolfe.

Para Lima (2009), o *New Journalism* tanto consolidou a grande reportagem nos periódicos, como influenciou o livro-reportagem, que, embora seja escrito por um jornalista, não coincide com o trabalho desempenhado pelo profissional na imprensa regular. O enfoque dado por um repórter a determinado tema em um livro-reportagem talvez não atenda aos interesses editoriais de um jornal que, desde o século XIX, passou a se pautar cada vez mais por interesses comerciais. Ao tratar da história e desenvolvimento da imprensa no Brasil e em outros países, Nelson Werneck Sodré observa, em *História da imprensa no Brasil*[3] (1999), que, mediado por esses interesses particulares, ocorreu o declínio do jornalismo opinativo e doutrinário a partir do século XIX.

O período da redemocratização brasileira foi o terreno propício para um significativo desenvolvimento desse tipo de reportagem apresentada em livro. Isso se deve, em grande medida, às características do próprio jornalismo praticado nas últimas décadas. Com efeito, prevalece na imprensa até os dias atuais a empresa jornalística caracterizada pela informação diminuta e massificada, com esparsos textos opinativos. Isso faz Werneck Sodré (1999, p. 01) afirmar: "Por muitas razões fáceis de demonstrar, a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista".

Werneck Sodré (1999) acrescenta, ao contexto brasileiro, os ditames institucionais, a imprensa amordaçada por censores políticos, econômicos e dependente da lógica do mercado em que as publicações até hoje estão inseridas. Esse cenário oferece os contornos da definição, proposta por Lima (2009, p. 32), do jornalista que, tendo algo a dizer, vai fazê-lo distante da "superficialidade e do extremo oportunismo com que se apresenta o trabalho da imprensa cotidiana".

Retomando o período de redemocratização brasileira, foi precisamente em 1988, o ano em que

3 - Este trabalho procura traçar brevemente o contexto do surgimento da imprensa nos solos brasileiros, reconstituindo as característica do setor e tornando legível a figura do jornalista que procura delinear o espaço em que ele tenha liberdade. Essa figura não é específica do contexto contemporâneo, mas é o resultado de uma construção histórica que demarcou, principalmente, a imprensa brasileira.

entrou em vigor a assim chamada "Constituição Federal", que foi criada a categoria "Livro-reportagem" do prêmio Vladimir Herzog de jornalismo. Nesse ano, o prêmio foi concedido a obra *O pecado de Adão: crimes homossexuais no eixo Rio-São Paulo* (1988), de Maurício Maia e Márcio Venciguerra. No entanto, esse tipo de reportagem já era praticado antes da redemocratização. Durante a década de 1970, os jornalistas Palmério Dória e Fernando Morais publicaram reportagens no formato livresco, como também foram publicados livros-reportagem pela coleção *Extra Realidade*. A criação do prêmio para essa categoria, no fim da década de 1980, apenas evidencia a consolidação desse tipo de reportagem no debate público nacional nos anos que se seguiram ao fim da ditadura militar.

Os critérios de produção de um livro-reportagem e o seu vínculo com a imprensa cotidiana são variáveis. De acordo com Lima (2009), o livro-reportagem pode se originar de duas situações distintas. No primeiro caso, é o resultado de uma série de reportagens, como acontece, por exemplo, com o *Dossiê Brasília: Os segredos dos presidentes* (2005), de Geneton Moraes. Esse livro-reportagem traz os bastidores, os perfis e a íntegra das entrevistas concedidas ao programa Fantástico, veiculado pela TV Globo, pelos quatro ex-presidentes do período democrático até então (José Sarney, Fernando Collor de Mello, Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso). No segundo caso, Lima (2009) propõe a definição do livro-reportagem planejado, desde o princípio, de um projeto elaborado para escrever um livro, como é o caso da obra *A candidata que virou picolé* (2002), do escritor Palmério Dória, que trata da visão do jornalista a respeito da tentativa realizada por Roseana Sarney de se candidatar ao pleito para presidência em 1998.

Assim, é possível perceber não só o vínculo do livro-reportagem com as publicações regulares da imprensa, como também as ligações com a atualidade, como foi observado por Lima (2009). O vínculo pode acontecer aproveitando a repercussão de um fato atual, como os vários livros sobre a Operação Lava Jato[4] publicados desde 2016 pelos jornalistas Vladimir Netto, Paulo Moreira Leite e Joice Hasselmann; ou pode ser provocado pelo próprio livro-reportagem, que traria do passado as causas dos agendamentos sociais contemporâneos, como foi o caso da obra *Honoráveis Bandidos*, escrito por Palmério Dória (2009), que aborda a pesquisa feita pelo jornalista sobre o então senador eleito presidente do Senado Federal, José Sarney. Embora faça citações a vários periódicos, *Honoráveis Bandidos* também traz entrevistas feitas pelo jornalista visando especificamente a produção do livro-reportagem.

O texto jornalístico, mesmo quando apresentado em formato de livro, gira em torno de uma atividade recorrente na imprensa: a pauta. Antes de viajar com outros repórteres para Amazônia, Fernando Morais participou de reuniões nas redações em que falavam sobre as dificuldades de se fazer uma rodovia cortando a floresta em um território pouco conhecido, sobre os impactos e riscos que ela traria e sobre os elementos que despertam o interesse público sobre a sua construção. Com esta pauta, foi publicada uma série de reportagens sobre a Transamazônica e lançou o livro-reportagem com título homônimo.

Palmério Dória (2012), por sua vez, também começou *Honoráveis Bandidos* pela eleição de José Sarney para o Senado Federal. O tema foi pautado por vários veículos de comunicação em fevereiro

4 - Operação comandada pela Polícia Federal desde 2014, que teve por objeto de investigação atos ilícitos praticados por uma rede de combustíveis, embora tenha ramificado as investigações para outras organizações criminosas movimentadas por doleiros e pagamentos de propina por empreiteiras.

de 2012. Entretanto, interessou-lhe ir além da coleta de informações que lhe possibilitariam um relato pasteurizado, reconstituindo o detalhamento, as feições dos que ali estavam presentes e o enfoque no personagem central da sua obra: José Sarney.

Assim, é imprescindível considerar as relações do livro-reportagem não apenas com o autor, entendido como um repórter, como, também, com o leitor, que não se contenta com as notícias apresentadas pela imprensa regular e espera encontrar no livro uma narrativa detalhada e um posicionamento do qual compartilha. Poucas vezes o livro-reportagem incorpora somente o atual ou se limita apenas a restituir um fato passado.

O livro-reportagem *1968 o ano que não terminou: a aventura de uma geração* (1989), de Zuenir Ventura, citado no início deste capítulo, dedicou-se a retratar, por meio de uma narrativa jornalística, o fatídico ano da proclamação do Ato Institucional nº 5 pelo presidente militar Artur da Costa e Silva, em 1968. A narrativa foi escrita duas décadas depois, utilizando citações, depoimentos e a tentativa de reconstituir os eventos ocorridos na época. Dificilmente Ventura teria conseguido publicar o referido título enquanto o país permanecia em regime ditatorial, o que fez da obra um importante marco da redemocratização, por meio de uma reconstituição daquele período a partir do novo horizonte histórico inaugurado pela Constituição de 1988.

Deste modo, o livro-reportagem como subsistema jornalístico figura a imagem de um jornalista que, tendo algo a dizer, vai fazê-lo em local distinto aos interesses mercadológicos que prevalece na imprensa regular, como propõe Lima (2009). Entretanto, o vínculo do livro-reportagem com a imprensa destaca-se, sobretudo, por ele tratar temas já agendados anteriormente por outros veículos de comunicação, podendo o jornalista e escritor convalidar proposições anteriores ou ainda lançar novos olhares sobre os temas já agendados.

Ainda que a imprensa tenha seus ditames sociais e econômicos, como já tratado nesta seção, por outro lado, a publicação dos livros-reportagem também é alterada pelas características do mercado editorial contemporâneo, já que esse tipo de publicação tem alcançado vendagens cada vez mais expressivas, sendo lançados por editoras que pertencem a conglomerados de comunicação. Estes grupos de comunicação tanto atuam com impressão de livros, como de periódicos e noticiários em outros suportes.

Depois de considerar as relações do "livro-reportagem", que está inserido no sistema jornalístico enquanto subsistema, propõe-se, na próxima seção, compreender as especificidades do livro-reportagem a partir das características do formato livresco. Assim, é abordado o suporte impresso de comunicação (não periódico) no qual o livro-reportagem é veiculado, revelando a sua inserção no mercado editorial.

O LIVRO-REPORTAGEM E O SISTEMA EDITORIAL

O historiador Roger Chartier (1999b) adverte que o sentido de um livro não é estático ou universal, sendo, frequentemente, rompido no ato da leitura. Em suas pesquisas, ele reconstituiu as

noções de autoria, a comunidade leitora e os diferentes sentidos que um livro pode vir a ter no ato da leitura. Assinala o historiador que, desde o seu surgimento, o livro tenciona estabelecer uma ordem, seja "a ordem de sua decifração, a ordem no interior do qual ele deve ser compreendido ou, ainda, a ordem desejada pela autoridade que o encomendou ou permitiu a sua publicação" (CHARTIER, 1999b, p. 08). Deste modo, a legibilidade do livro pressupõe, assim, os critérios de produção, comunicação e recepção, tendo em vista a comunidade que a produziu e o mundo que a recebeu.

Tratando-se da possibilidade de se apresentar uma reportagem em livro, é imprescindível pensar que não se trata apenas da liberdade experimentada pelo jornalista distante dos interesses comerciais que demarcam a imprensa, tampouco das possibilidades de expressão específica do formato noticioso nos periódicos regulares. Assim como outros livros, sejam eles ficcionais ou não ficcionais, o livro-reportagem também tem premissas e dependências inerentes ao mercado editorial. Para demonstrá-lo, será lançado, inicialmente, um olhar ao título de outros livros-reportagem.

Nos últimos anos, vários jornalistas publicaram exemplares que tratavam da Operação Lava Jato que, como já mencionado anteriormente, é um tema recorrente nos noticiários[5]. Por se tratar de tema comum nos noticiários, alguns fizeram uma compilação do que já foi apresentado pela imprensa; outros conduziram a narrativa a partir de um personagem específico, como o juiz Sérgio Moro (juiz federal que ganhou notoriedade na imprensa julgando os crimes da operação Lava Jato) ou agentes da Polícia Federal. Os livros-reportagem sobre a Lava Jato apresentam títulos com teor polêmico, como *A outra história da Lava Jato* (2015), do jornalista Paulo Moreira Leite, cujo subtítulo é: "Uma investigação necessária que se transformou numa Operação contra a Democracia". Outros deixam claro desde a capa a posição do jornalista, como o livro-reportagem do jornalista Vladimir Neto, intitulado *Lava Jato: O juiz Sérgio Moro e os bastidores da operação que abalou o Brasil* (2016).

O vínculo desses livros-reportagem com as agendas midiáticas interfere tanto na sua publicação como veículos de comunicação, quanto no interesse das editoras em publicá-los, por considerá-los rentáveis. A comunidade leitora, por sua vez, compra os livros por já ter ouvido falar do tema nos noticiários e nas redes sociais, o que, de certo modo, os torna decifráveis e coincidentes aos interesses do público que adquire um dos exemplares sobre o tema.

Ambos os livros-reportagem mencionados sobre a Operação Lava Jato tratam do mesmo tema, mas encadeiam os fatos e os apresentam para o público com perspectivas divergentes, conforme anunciado e perceptível já nos seus títulos. O interesse por qualquer um dos títulos sobre a Lava Jato, antes mesmo da leitura, parte de uma inquietação comum: o detalhamento dos fatos e das entrevistas, bem como o ponto de vista compartilhado sobre um tema por um jornalista e uma comunidade de leitores. Ainda que a reportagem apresentada em livro preze pela investigação e pelo detalhamento, a sua perenidade não pode ser firmada sobre a prerrogativa de relato isento, nem da verdade incontestável, quando há obras com diferentes pontos de vista sobre um mesmo assunto.

Por estar relacionado com o jornalismo, o livro-reportagem agenda temas e personagens que,

5 - De acordo com o Boletim Manchetômeto, as delações da Operação Lava Jato foram o tema mais relevante na imprensa durante o mês de maio de 2017. O Manchetômetro é um site que faz acompanhamento mensal da grande mídia, vinculado a um grupo de pesquisa com registro no CNPQ e sem fins partidários. Disponível em: <http://www.manchetometro.com.br/wp-content/uploads/2017/06/Boletim-M_maio.pdf>. Acesso em: 24 set. 2017.

por vezes, já são de conhecimento do leitor, o que torna específica a relação do livro-reportagem com o público leitor. Quando aborda assuntos agendados na imprensa, como o caso da Operação Lava Jato, há de se supor que o livro-reportagem atende, também, à expectativa de um leitor que, tendo um escopo relativo de informações sobre um assunto, deseja encontrar no livro algo que não encontrou nos periódicos. Lima (2009) considera que o livro-reportagem pode vir a prolongar o agendamento de um tema feito pela imprensa, mas pondera:

> O fenômeno da periodicidade é carregado de ligação íntima com a atualidade. E ambos, a meu ver, possuem conexão com a natureza cíclica com que certos princípios e valores se repetem ao longo do tempo. As repetições não acontecem com as mesmas características externas, sempre, a cada momento surgem sob uma nova luz, sob uma diferente particularidade [...]. Um certo interesse que a opinião pública brasileira teve pela revolução cubana nos anos de 1960, quando o ex-presidente Jânio Quadros condecorou Guevara, voltou no final da década seguinte quando Fernando Morais lançou seu pioneiro *A Ilha*, pela Alfega Omega, e outros jornalistas como Ignácio de Loyola Brandão, seguiram-lhe os passos com outros livros sobre Cuba (LIMA, 2009, p. 47-48).

Esses eventos são facilmente percebidos quando se trata de livros-reportagem, que, frequentemente, têm vínculos com personagens conhecidos e com temas que pressupõem um esforço contínuo de atualização pelos próprios leitores que acompanham novos desdobramentos na imprensa. As diferentes leituras e coberturas jornalísticas se complementam e, a partir delas, o leitor constrói um painel da sociedade em que está inserido.

Tratando-se de um veículo de comunicação não periódico, o livro-reportagem não substitui a comunicação digital (sejam os *hard news* ou *blogs*), tampouco o periódico impresso (notícias, reportagens e editoriais). Ao apresentar o conteúdo jornalístico em outro formato, o livro-reportagem se apropria das especificidades da modalidade, do formato e da estrutura, instaurando uma nova temporalidade no leitor e retirando-o da temporalidade dos meios de comunicação "em tempo real". Ele permite ao leitor se aprofundar em uma reportagem, de acordo com o seu próprio tempo disponível, que não corresponde necessariamente ao tempo em que as notícias são veiculadas. Além disso, o livro-reportagem também permite que o jornalista contextualize a informação, aprofundando lacunas, apontando não-ditos, questionando versões e, sobretudo, oferecendo novos caminhos possíveis de leitura em suas fontes e referências bibliográficas, diferentemente do que ocorre na leitura de jornal, seja qual for o suporte, impresso ou digital.

No livro-reportagem *Rota 66: a história da polícia que mata* (1992), por exemplo, o jornalista Caco Barcellos apresenta uma denúncia da violência policial em momentos em que a operação denominada Rota[6] perseguiu e assassinou suspeitos que foram executados sem direito a julgamento.

6 - Designam "Rota" as operações ostensivas feitas, principalmente, durante a ditadura militar. Entretanto, Rota 66 designa especificamente uma perseguição feita, incialmente, pela equipe 13 da Rota da polícia militar em São Paulo, que perdeu de vista um possível Fusca roubado, conduzido por três jovens na noite de 23 de abril de 1975. Quando a viatura da Rota 66 encontrou-os em uma barreira, segundo os policiais da Rota 66, houve troca de tiros entre os eles e os jovens, redundando na morte dos três jovens. Porém, o veículo não havia sido roubado e a perícia concluiu que pelo menos um dos jovens foi alvejado fora do veículo e com as mãos para cima. Os policiais foram absolvidos em primeira e segunda instância.

Lançado no início dos anos 1990, o livro rompe com as estruturas narrativas da imprensa, que se limitavam a descrever factualmente as operações policiais. No livro, Barcelos detalha as cenas, como a perseguição nas ruas de São Paulo, os antecedentes dos policiais e dos suspeitos, as incoerências nas reconstituições das mortes, além do efeito desses acontecimentos sobre a vida dos familiares daqueles que faleceram após a ação policial. Ele chega até mesmo a propor uma análise histórica das rotas policiais desde a ditadura militar.

Ao agendar o tema da violência policial, *Rota 66* permite ao jornalista que o escreveu realizar uma pesquisa distinta das coberturas jornalísticas da imprensa regular e provocar olhares mais críticos sobre o tema na própria imprensa regular. De acordo com o pesquisador Justin Fish (2016), da Universidade de Otawa, o livro também despertou a atenção da imprensa regular internacional, como demonstra a comparação nos periódicos *The Economist* e *The New York Times* entre a incidência da violência policial no Brasil e nos Estados Unidos. Neste caso, é possível perceber não apenas o aprofundamento pelo livro-reportagem das lacunas deixadas pela imprensa, o detalhamento narrativo e contextualização da informação, mas, também, a particularidade da abordagem em relação à imprensa regular, já que procura motivar novas perspectivas para a práxis jornalística sobre a violência policial.

O evento tratado no *Rota 66* foi noticiado pela imprensa na década de 1970, mas a reconstituição desse evento pelo livro questiona, quase duas décadas após a morte dos três jovens pela Rota 66 (já no período democrático do país), as versões dadas pelos policiais. Esta assertiva ilustra a perspectiva proposta por Chartier (1999b) de um livro que representa uma ordem, intrinsecamente relacionada a decifração pelo leitor, como a autoridade que permite a publicação da obra. Do mesmo modo que os livros sobre a Operação Lava-Jato são facilmente decifráveis por tratarem de temas e ponto de vista já apresentados na imprensa, *Rota 66* trata de um tema conhecido da imprensa, mas com abordagem distinta do noticiário. A publicação de ambos os livros ocorreu após a redemocratização, mas dificilmente seria autorizada as impressões dos dois títulos em período ditatorial.

Avançando a prerrogativa de que a leitura e decifração de um livro-reportagem estão habitualmente relacionadas a notícias veiculadas na imprensa regular, é imprescindível destacar que não se trata de uma estrutura que limita as suas publicações a posições recorrentes na imprensa. Os temas coincidentes despertam o interesse dos leitores que, tanto podem identificar nas páginas lidas o mesmo posicionamento da imprensa regular, como encontrar um texto distinto ao veiculado nos noticiários, instaurando novas possibilidades às práticas jornalísticas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, o livro-reportagem foi caracterizado como subsistema do jornalismo que, apresentando uma narrativa que tem vínculo direto com a realidade, confere à reportagem um tratamento mais maleável do que a imprensa regular. Tratando-se da linguagem utilizada pelo jornalista nos periódicos, por vezes, o texto noticioso se limita a apresentar um relato conciso dos fatos, com

linguagem padronizada e procedimentos argumentativos redundantes a respeito do tema ou do acontecimento noticiado.

As características peculiares do livro-reportagem fazem com que o conteúdo apresentado vá além do factual e consolide espaço no sistema editorial, preenchendo lacunas deixadas pela imprensa e diversificando as possibilidades das práticas jornalísticas. Na reportagem, sobretudo quando é apresentada em um formato livresco (o livro-reportagem), foram verificadas as seguintes especificidades: personagens que, envolvidos em um tema ou em um acontecimento, abrangem características físicas e psicológicas; o detalhamento das cenas narradas; e a presença de um jornalista que narra o que vê e opina sobre os temas que trata.

Segundo a concepção de jornalista assinalada por Lima (2009), foi possível compreender a ocupação pelo jornalista de um lugar diferente daquele em que está inserido na imprensa tradicional, tendo em vista as dificuldades para se expressar nos veículos de comunicação, seja por causa dos interesses comerciais que norteiam as editorias da imprensa, ou pela censura sofrida pelos profissionais no exercício da sua profissão, desde o surgimento da imprensa.

Por outro lado, procurou-se mostrar que a reportagem apresentada em livro é condicionada pelas coerções próprias do sistema editorial, que tem suas particularidades, conforme ressalta Roger Chartier. Publicado em formato diferente dos periódicos, o livro-reportagem está nitidamente relacionado às especificidades do mercado editorial em que a publicação não periódica está inserida. As linhas de interesse dos temas apresentados em um livro-reportagem obedecem, por vezes, aos agendamentos feitos anteriormente na imprensa, como exemplificam os vários livros-reportagem sobre a Operação Lava Jato.

As pessoas que leram *1968 o ano que não terminou: a aventura de uma geração* (1989), de Zuenir Ventura, um ano após o processo de redemocratização, certamente concederam à narrativa sentidos diferentes daqueles que leem a obra atualmente e veem vários personagens retratados como heróis, na obra de 1989, envolvidos, recentemente, em escândalos de corrupção. Deste modo, ainda que o livro-reportagem denote a perenidade do suporte, fica evidente a leitura em ato que prevê uma atualização, sobretudo quando ela trata de temas vinculados à realidade e factuais. O leitor então passa a conceder à leitura diferentes significados que são frequentemente atualizados por outras fontes de informação exterior a obra que lê.

Portanto, o livro-reportagem pode ser considerado como um tipo de reportagem que, veiculado no sistema editorial, apropria-se das características do formato livresco e, ao mesmo tempo, mantém especificidades comuns a textualidade jornalística, como o vínculo com a realidade, a leitura que incide em uma atualização e o desejo de saber mais sobre um tema que, por vezes, já foi noticiado na imprensa. Outra vezes, manifesta-se o desejo do leitor ter acesso a um ponto de vista diferente daquele compartilhado pelo noticiário ou um detalhamento que a imprensa não concedeu em suas textualidades.

Desde o período de redemocratização, o livro- reportagem se consolida como um formato reconhecível no mercado editorial que, com frequência, registra níveis significativos de vendagens. A reportagem apresentada em livro tem adquirido crescente importância no debate público nacional, por tratar de diferentes perspectivas de temas candentes da sociedade brasileira contemporânea, o que

certamente tornará o objeto de pesquisa que aqui foi analisado elegível de outros olhares, delineando a sua efetividade no mercado editorial.

REFERÊNCIAS

BARCELLOS, Caco. **Rota 66**: a história da polícia que mata. Rio de Janeiro: Record, 1992.

BOLETIM MANCHETÔMETO. Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública Universidade Estadual do Rio de Janeiro. 2017. Disponível em: http://www.manchetometro.com.br/wp-content/uploads/2017/06/Boletim-M_maio.pdf. Acesso em: 24 set. 2017.

CHARTIER, Roger. O mundo como representação. **Revista Estudos Avançados**. São Paulo, v. 5, n. 11, p. 173- 191, abril 1991.

_____. **A aventura do livro**: do leitor ao navegador. Trad. Reinaldo C.C. de Moraes. São Paulo: Unesp, 1999a.

_____. **A ordem dos livros**: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII. Trad. Marly D. Priori. Brasília: UNB, 1999b.

DÓRIA, Palmério. **A candidata que virou picolé**. São Paulo: Casa Amarela, 2002.

_____. **Honoráveis Bandidos:** retrato do Brasil na Era Sarney. São Paulo: Geração editorial, 2009.

FISH, Justin. Rota 66: Licença para matar. **Brasil/Brazil: Revista de Literatura Brasileira**. Porto Alegre/Brown, v. 29, n. 54, p. 117-124, 2016. Disponível em: http://seer.ufrgs.br/index.php/brasilbrazil/article/view/70736. Acesso em: 18 out. 2017.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia.** São Paulo: Ática, 2006.

LEITE, Paulo Moreira. **A outra história da Lava-Jato**: Uma investigação necessária que se transformou numa operação contra a democracia. São Paulo: Geração Editorial. 2015.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas:** o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Barueri: Manole, 2009.

NETO, Geneton Moraes. **Dossiê Brasília**: Os segredos dos presidentes. São Paulo: Globo, 2005.

NETTO, Vladimir. **Lava Jato**: o juiz Sérgio Moro e os bastidores da operação que abalou o Brasil. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2016.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

SODRÉ, Nelson W. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

VENTURA, Zuenir. **1968 O ano que não terminou**: a aventura de uma geração**.** São Paulo: Planeta do Brasil, 1989.

WOLFE, Tom. **Radical Chique**: o novo jornalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

A MEMÓRIA DO TORCEDOR E A SELEÇÃO BRASILEIRA:

Os discursos presentes em comentários virtuais sobre o passado do futebol

Filipe Barboza
(Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Ufop, barboza.filipe90@gmail.com)

RESUMO

Com este artigo, objetiva-se investigar os discursos dos torcedores sobre o passado da seleção de futebol do Brasil, por meio das publicações e dos comentários da página do Facebook "Manual do Jogador Ruim". Esta indagação visa a relevar as formas de construção da memória coletiva sobre o esporte, tendo como base as lembranças e os esquecimentos que correspondem aos processos identitários, aos valores sociais e, consequentemente, às demandas da atualidade sobre o passado. Além disso, são levantadas questões sobre o ambiente digital enquanto espaço de discurso e rememoração do futebol. A Análise do Discurso, por meio das noções-conceito condições de produção e memória discursiva, é utilizada com vistas a possibilitar a caracterização desses sentidos.

PALAVRAS-CHAVE

Futebol; Memória; Torcedor; Internet; Discurso.

ABSTRACT

The objective of this paper is to investigate the fans discourses about the past of the Brazilian soccer team, through the posts and comments on the Facebook page "Manual do Jogador Ruim" (The bad player manual, in a literal translation). This interrogation highli ghts the way collective memory is constructed in the sport field, based on memories and forgetting, which work according to the identity processes, social values and, consequently, to the claims of the present upon the past. Besides, some questions are proposed about the digital environment while a place of discourse and recollection of the soccer. The Discourse Analysis, by the concept notions of conditions of production and discursive memory, is used with the purpose to enable the characterization of these meanings.

KEYWORDS

Soccer; Memory; Soccer fans; Internet; Discourse.

FUTEBOL, TORCEDOR E SOCIEDADE

Sendo admirador ou não do futebol, a onipresença do esporte está refletida diretamente na vida cotidiana dos brasileiros, seja em notícias de jornal, TV, rádio e internet; produção de filmes, músicas, comerciais, *games* e demais produtos oriundos do entretenimento; no próprio trânsito das cidades em dias de jogos; nas relações entre vizinhos, familiares e companheiros de trabalho após os resultados das partidas de cada rodada dos principais campeonatos; ou até em expressões do senso comum, como por exemplo, "pisar na bola" ou "bateu na trave".

Ao alcançar essa dimensão, o futebol acaba por influir numa espécie de pano de fundo para uma série de questões, como, inclusive, a relação entre mídia e memória. Se tratando de Brasil, essa capilaridade ganha ainda mais força pelo fato do esporte, muitas vezes, expressar a própria sociedade (RINALDI, 2000; HELAL; SOARES; LOVISOLO, 2001), ou, como frisa o antropólogo Roberto DaMatta (1982) – um dos pioneiros nos estudos sobre o futebol dentro das Ciências Sociais – ser "um modo específico, entre tantos outros, pelo qual a sociedade brasileira fala, apresenta-se, revela-se, deixando-se, portanto, descobrir" (DAMATTA, 1982, p. 21).

Dentro desse universo, em que são denotados vários clubes, entidades organizadoras, torcidas, jogadores, diretores, técnicos e até personagens da imprensa esportiva, a seleção brasileira de futebol se apresenta como uma das maiores referências. Isso porque, a equipe – também conhecida como "canarinho" pela marcante camisa amarela – tem capacidade de potencializar, a partir da constituição histórica de sua imagem balizada na ideia do nacional, traços identitários e grandes reações sociais sobre suas convocações, performances, conquistas e derrotas dentro de campo. Questões estas que podem revelar desde aspectos inerentes ao ideal de se jogar o futebol (preferências sobre estilo, esquema tático, estratégia de jogo, postura e características dos atletas), como também apontar para contextos mais amplos ao esporte ou, em outros termos, para alguns "sintomas" da própria sociedade – que no caso brasileiro estão denotados de polarizações, crises e ódios.

A partir dessa perspectiva, em que o futebol – mais precisamente a seleção do Brasil – passa a ser encarado como um potencial elemento para compreensões do social, da identidade e da contemporaneidade, este artigo se propõe a entender, através dos discursos presentes na página de torcedores[1] que tratam do "esporte bretão"[2] no *Facebook* "Manual do Jogador Ruim"[3], quais são os sentidos construídos sobre o passado do futebol brasileiro e o que eles têm a dizer sobre questões da atualidade. Em outras palavras, quais as "caras" do passado que os usuários dessa *fanpage* evidenciam, e como elas podem suscitar reflexões sobre o presenteou, até, sobre a própria sociedade brasileira? Para desenvolver essa pesquisa, a Análise do Discurso (AD), por meio das noções-conceito condições de produção e memória discursiva, será utilizada como dispositivo teórico-metodológico, com vistas a

1 - Muitas pesquisas na área da Comunicação se dedicam a estudar os discursos sobre o futebol – e sua memória – por meio das análises da cobertura da imprensa tradicional, como reportagens, notícias e colunas opinativas de jornais impressos e revistas, programas esportivos de rádio e TV, entre outros. Entretanto, ao analisar o que o torcedor tem a dizer e, ainda por cima, dentro de um ambiente *online*, o trabalho aqui proposto tenta apontar possibilidades para novos rumos desse tipo de estudo.

2 - Termo antigo cunhado por comentaristas, locutores e jornalistas esportivos que faz referência à Grã-Bretanha, localidade em que surge "oficialmente" o futebol moderno, mais precisamente em 1863, quando são criadas e formalizadas as regras do esporte.

3 - Sobre a escolha por essa página, haverá mais explicações na sequência do artigo.

possibilitar a caracterização dos sentidos encontrados nas publicações e nos comentários da internet.

MEMÓRIA, DISCURSO E AMBIENTE DIGITAL

O que passa pela cabeça das pessoas quando falamos de futebol brasileiro? Existe uma ideia de essência em relação ao estilo de jogo da seleção? Quais são as características marcantes do time do Brasil? Quais personagens, episódios, lances, jogadas, gols, narrações ou declarações representam o imaginário dessa equipe? Pela fala do torcedor, o futebol jogado hoje é "melhor" ou "pior" do que se entendeu sobre o esporte em períodos anteriores? E mais: como se forma o debate sobre todas essas concepções futebolísticas dentro do ambiente digital? Que tipo de memória sobre o futebol entra em evidência nas interações da *web* e como ela se reverbera?

Antes da reflexão sobre essas ou outras perguntas, é preciso deixar claro que esta pesquisa encara a memória como um fenômeno social e – portanto – não isolado. Para Halbwachs (2006), até a memória individual é concebida de uma coletiva, já que todas as lembranças são constituídas no interior de um grupo a partir de acontecimentos, pessoas, objetos e lugares nos quais há relação.

Sob essa perspectiva, Pollak (1989) vai um pouco mais longe ao afirmar que a memória se revela através de conflitos, disputas e batalhas, por meio de esquecimentos, silêncios, pressões e contextos. Ou seja, ela deve ser entendida na chave da tensionalidade, quase como um jogo, muitas vezes desigual, em que um grupo tenta se impor ao outro, consciente ou inconscientemente. A memória também pode ser compreendida como um dispositivo que permite reflexões acerca do presente. Le Goff (1990) afirma que "a maior parte das sociedades considera o passado como modelo do presente" (LE GOFF, 1990, p. 213). Desse modo, as concepções e as abordagens sobre o tempo que se foi devem ser encaradas como uma construção que tem muito a dizer sobre o agora e, até, sobre as perspectivas de um futuro. Koselleck (2006), ao propor categorias históricas para se pensar o entrelaçamento entre passado e futuro, também confirma a ideia do presente como referência temporal e como lugar da mediação. Assim sendo, a partir desses autores, é possível afirmar que a memória é um fenômeno seletivo mutável que, sob a ótica das demandas da atualidade, pode trazer novas significações do passado e até projeções futuras.

Caminhar com essas ideias significa, entre outras situações, enxergar através do que é rememorado pelo torcedor brasileiro as relações que os sujeitos assumem com o tempo para constituir processos de identidade, valores sociais e visões do mundo (POLLAK, 1992). Portanto, ao seguir esses preceitos, este artigo tenta, para além de evidenciar e classificar as memórias sobre o time de futebol do Brasil, refletir sobre os aspectos da contemporaneidade que fazem com que certas marcas sejam evocadas enquanto outras omitidas.

Trabalhar a memória sobre o futebol a partir da funcionalidade das tecnologias de comunicação e da informação agrega importantes dinâmicas para o entendimento sobre a relação torcedor/time na atualidade. Hoje, os ambientes virtuais constituídos de interações possibilitam a participação, a manifestação e a representação social. Diante de uma sociedade cada vez mais midiatizada, Silverstone (2014) reitera que "novas tecnologias, novas mídias, cada vez mais convergentes pelo mecanismo da digitalização, estão

transformando o tempo e o espaço sociais e culturais" (SILVERSTO30140-000NE, 2014, p. 46).

Assim sendo, a circularidade de ideias, os desejos, as críticas e as paixões dos usuários conectados abrem precedentes para qualquer tipo discussão e posição enunciativa, o que inclui o futebol e o que se pensa sobre ele. Nesse universo convergente, uma das principais ferramentas de comunicação *online* são as redes sociais[4] na internet (RECUERO, 2009). Com características próprias, que incluem variados usos da linguagem embasados por textos, imagens, vídeos e áudios, esses espaços operam a partir de novos fenômenos comunicacionais, como, por exemplo, os *memes*[5] – publicações carregadas, muitas vezes, por conteúdos de tom humorístico. É importante destacar ainda que a circulação de opiniões mediadas pela tecnologia permite replicar e recriar mensagens de forma acelerada, o que faz com que os usuários transitem entre as condições de produção e consumo; e que a conversação que a mediação digital proporciona independe da presença *online* contínua dos atores. Dessa forma, uma vez publicada a mensagem, o seu registro e sua condição replicável torna o ciberespaço – e seu ambiente de relacionamento – um lugar de debate amplificado sincrônico e assíncrono (RECUERO, 2014).

Dentro dessa perspectiva, o *Facebook* – constituído de perfis individuais e de *fanpages* – pode ser considerado um site de redes sociais. Nessa plataforma, que alcança atualmente dois bilhões de usuários ativos ao redor do mundo e 117 milhões[6] de pessoas no Brasil, o futebol (e as memórias que ele desperta) tem encontrado reverberação, principalmente, em páginas que discutem o esporte sob o viés do humor[7]. Com características de uma comunidade – dialetos e expressões próprias, celebrações, rituais e até organização de eventos – esses espaços reúnem um elevado número de fãs do esporte em publicações abertas a comentários, compartilhamentos e reações[8].

Delimitado o interesse em investigar a memória sobre o futebol brasileiro a partir das relações dos torcedores na internet, fica evidente a necessidade de encontrar um percurso teórico-metodológico para chegar até esse tipo de mensagem. Pelo fato de trabalhar o sujeito, a história e a língua (ORLANDI, 2006); "procurar extrair sentidos dos textos, respondendo à questão: o que este texto quer dizer?" (ORLANDI, 2003, p. 17); e, principalmente, colocar como base a pergunta: "como este texto significa?" (ORLANDI, 2003, p. 17), a Análise do Discurso será utilizada como suporte da pesquisa. Afinal de contas, para estabelecer as relações sobre memória, futebol, torcedor e sociedade é preciso considerar as questões sócio-históricas dos sujeitos que produzem sentido na materialidade discursiva do texto.

Responsável pelo estabelecimento das relações de força no interior do discurso, a noção-conceito de condições de produção – um dos apoios analíticos desta obra – traz o entendimento de que o sentido deve ser considerado dentro de um contexto, seja ele estrito – nas circunstâncias da própria enunciação

4 - É preciso salientar que a noção de rede social não surgiu do advento das tecnologias de comunicação e de informação. Recuero (2015) deixa essa questão clara ao afirmar que "redes sociais são metáforas para a estrutura dos agrupamentos sociais" (RECUERO, 2015, p. 23).
5 - O termo *meme* surgiu dos estudos sobre transmissão cultural do cientista britânico Richard Dawkins em 1976. Mas, no ambiente digital, os *memes* podem ser entendidos como "artefatos simbólicos multimodais criados, colocados em circulação e transformados por incontáveis participantes" (MILNER, p. 2359, 2013, *apud* MARTINO; GROHMANN, p. 97, 2017).
6 - Informações coletadas na reportagem: "*Facebook* chega a 2 bilhões de usuários". Disponível em: https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/06/facebook-chega-a-2-bilhoes-de-usuarios.ghtml. Acesso em: 15 dez. 2017.
7 - Na reportagem: "Páginas de zoeira no futebol: Quem são? Onde vivem? Descubra..." é possível conhecer algumas das*fanpages*organizadas por torcedores que discutem o futebol com narrativas de humor. Disponível em: https://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2017/03/01/perfis-de-zoeira-no-futebol-quem-sao-onde-vivem-descubra/.Acesso em: 18 abri. 2017.
8 - Desde fevereiro de 2017, o *Facebok* libera para usuários de todo o mundo opções de reações das publicações, para além das tradicionais "curtidas". Essas reações se referem a algumas expressões humanas, como raiva, amor, tristeza, alegria e espanto.

– ou amplo, levando mais em conta a abordagem ideológica. Essa noção-conceito da AD foi apropriada neste trabalho para pensarmos as condições de produção dos discursos analisados tanto no contexto mais geral – como, por exemplo, o atual e conturbado cenário político, social e econômico do País – como no mais específico (medalha de ouro da seleção olímpica de futebol nos Jogos Rio 2016, chegada do técnico Tite na seleção principal, entre outros). E até considerando as características do próprio ambiente digital, pois as possibilidades e as limitações da página também se constituem como condições de produção. Ou seja, o entendimento acerca do discurso também deve levar consigo o lugar midiático em que ele está presente, além do tempo e do espaço das ações humanas.

Como evidencia Orlandi (2006), a memória discursiva – outro ponto de apoio da pesquisa – refere-se à dimensão do interdiscurso que pode ser entendido como "o já dito que constitui todo dizer" (ORLANDI, 2006, p. 21). Essa noção-conceito faz parte de um processo resultante de uma disputa de interpretações em que o sujeito não tem controle. Esse pré-construído, que afeta o modo como o sujeito irá significar o fato, pode ser refletido dentro da análise nos apontamentos da memória construída sobre o futebol do Brasil. Nesse caso, essa noção-conceito contribui para entendermos, por exemplo, como os clichês futebol-arte, esporte legitimamente brasileiro, alegre, habilidoso, ofensivo e vencedor se fazem presentes nas situações dadas na página; assim, como a ideia de um futebol derrotado e "amarelão" – principalmente por conta do ainda recente episódio do 7x1 – pode revelar de sentidos para o agora.

ANÁLISE DA *FANPAGE*

Antes de procedermos às análises das publicações e dos comentários da página "Manual do Jogador Ruim", é preciso deixar claro todo o plano de ação do artigo e os caminhos percorridos. Em um primeiro momento, foi realizada uma pesquisa prévia em torno das principais *fanpages* nacionais do *Facebook* que se enquadram na classificação básica de interação das torcidas e amantes do futebol. A partir desse passo, com o objetivo de dar profundidade à análise, foi escolhida como campo referencial deste artigo a página com o maior número de curtidas: "Manual do Jogador Ruim[9]", com 969.474 usuários[10].

Em um segundo momento, para enquadrar o elevado número de publicações dessa *fanpage*[11], foi realizado um recorte temporal entre os meses de fevereiro e março de 2017, visto o interesse da pesquisa pelas movimentações mais atuais da página. Vale ressaltar também que, como o passado da seleção do Brasil é apenas um dos temas abordados pela comunidade, foi necessário estipular uma forma de coleta que

9 - "Manual do Jogador Ruim" foi criada em 2014. Nas informações disponíveis na própria *fanpage*, ela se autointitula da seguinte forma: "Jogador Ruim não é aquele que joga mal, mas os que fogem dos padrões do futebol moderno e robotizado! Só moralizadores!". Ainda sobre a página, na reportagem realizada pelo site Uol, que está disponível na nota de rodapé número 7 deste artigo, os criadores respondem que a comunidade "resgata as origens do bom e velho futebol, aquele futebol que não tinha *marketing*, aquele futebol que não tinha papas na língua".

10 - As *fanpages* analisadas na pré-seleção da pesquisa, até a escolha de "Manual do Jogador Ruim", foram: "Legado da Copa", com 452.198 membros; "Cenas Lamentáveis", com 561.292; e "RIP Futebol Clube", com 127.735. Todos esses números correspondem a uma atualização do dia 19 de abril de 2017. Apesar de terem características peculiares, muitas das publicações dessas páginas são idênticas entre elas ou até mesmo cópias. Isso também acontece ao observarmos os dialetos e as expressões usadas nesses espaços virtuais.

11 - Só de imagens publicadas na linha do tempo, a página, registrou, desde a sua criação até o dia 23 de abril de 2017, 3.738 fotos. Por isso a necessidade de um recorte temporal e da criação de categorias.

considerou apenas as fotos publicadas na linha do tempo em que aparece um ou mais jogador aposentado profissionalmente[12] vestido com o uniforme (de treino ou de jogo) da seleção brasileira.

A partir desse panorama, foram categorizadas, nesses dois meses, 24 imagens. São publicações que mostram reconhecidos ex-jogadores brasileiros do setor de ataque, como Ronaldinho Gaúcho (aparece em oito publicações), Ronaldo (aparece oito vezes), Rivaldo (cinco vezes), Romário (duas vezes), Pelé (uma vez) e Garrincha (uma vez), assim como ex-atletas de menor renome em termos de conquistas com a seleção, como Adriano (quatro vezes), Denílson (duas vezes) e Alex (duas vezes). Também são encontrados nessa categorização, uma vez cada, Amoroso, Elber e Zagallo (na figura de jogador de futebol e não na de treinador). Além dos atacantes e meias armadores, atletas de defesa são lembrados pela página, como Cafú e Roberto Carlos (três vezes cada), assim como Lúcio (duas vezes), Emerson, Aldair, Ricardo Rocha, Junior Baiano e Nilton Santos (uma vez cada).

O que mais chama a atenção nesse primeiro movimento do recorte sobre a representação do passado da seleção na *fanpage* (e que ainda não leva em conta os comentários dos membros) é o elevado número de aparição dos jogadores atuantes da década de 1990 e do início dos anos 2000, se comparado às outras épocas. Reação impulsionada, provavelmente, por conta das conquistas do Brasil na Copa do Mundo do tetra (1994) e do pentacampeonato (2002), e pela própria faixa etária dos usuários, se colocarmos a hipótese[13] de que essa página é, hegemonicamente, composta por jovens e adultos do sexo masculino[14].

Também merece ser destacado o fato de que na maior parte das fotos em que aparecem os atletas de ataque as expressões corporais são de extravaso, descontração e alegria, como, por exemplo, em comemorações de gols, títulos e brincadeiras realizadas em treinos. Enquanto nos defensores – apesar de também existir fotos comemorativas – há mais uma exaltação da postura de seriedade, virilidade e de concentração dos jogadores.

Um terceiro ponto a ser levantado nessa análise prévia é a inexistência de publicações sobre o passado da seleção em situação de derrota ou desgosto. Todas as imagens catalogadas no período representam um momento, um personagem ou uma expressão positiva de sucesso da "canarinho". O que reitera a ideia de que os silêncios e os esquecimentos também dizem muito sobre o processo de produção de sentidos.

Após essa primeira análise, que teve como objetivo elucidar um painel mais geral da página "Manual do Jogador Ruim" foi escolhida, para a Análise do Discurso por meio das noções-conceito condições de produção e memória discursiva, a publicação com mais reações dentro do período recortado. O *post*[15] em questão – do dia 5 de fevereiro e que conta com cerca de 27 mil reações, 1.340 compartilhamentos e 540 comentários[16] – traz uma imagem do ex-meia atacante Ronaldinho Gaúcho

12 - Imagens apenas com jogadores que ainda atuam profissionalmente no futebol não entraram na coleta. Imagens com jogadores aposentados e não aposentados juntos entraram na coleta.

13 - A prevalência de jovens e adultos do sexo masculino nas interações desse ciberespaço é visível, mas não é possível mensurar e relatar esses perfis em dados concretos, pois essas informações precisas não são públicas, sendo disponibilizadas apenas aos gerenciadores da *fanpage*. Por isso, essa argumentação é apresentada de forma hipotética.

14 - A impossibilidade de acesso às informações sobre os usuários, incluindo, por exemplo, dados sobre a idade e o gênero, também dificulta as percepções sobre a participação feminina na página. Dessa forma, fica aberta a sugestão para novos estudos que se concentrem, especificamente, diante do posicionamento das mulheres nesse tipo de ambiente – dominado hegemonicamente por homens – e de como se dá a aceitação (ou não) delas.

15 - A publicação e os comentários podem ser acessados em: https://www.facebook.com/manualdojogadorruim/photos/a.314595652072407.1073741827.314593402072632/619950061536963/?type=3&theater. Acesso realizado em várias datas.

16 - Para a Análise do Discurso do *post* foi levado em conta apenas os "comentários primários". Opta-se neste trabalho por nomear como

abraçado com o quase desconhecido jogador Adiel (também meia atacante) em um provável corredor de hotel. Como legenda da imagem, a *fanpage* se limita a dizer em caixa alta: *A BASE VEIO FORTE!* – expressão já utilizada em outros *memes* do esporte na internet. Mas o que mais salta aos olhos nessa publicação é o fato de Adiel portar uma suposta arma de fogo.

Figura 1: Ronaldinho Gaúcho e Adiel portando uma provável arma de fogo na concentração da seleção brasileira.
Fonte: Fanpage Manual do Jogador Ruim.

De acordo com os apontamentos teóricos apresentados sobre a AD e, assim, trazendo a noção-conceito de condições de produção para o objeto, é preciso situar que o dia da publicação da página coincide com a data de um jogo da seleção brasileira sub-20 (time de base) no Campeonato Sul-Americano 2017 da categoria[17]. Isso levanta a discussão para o fato de que a "Manual do Jogador Ruim" utiliza de acontecimentos do presente para movimentar as postagens em referência ao passado.

Já, especificamente, sobre os comentários dos usuários, outro fator sintomático dessas condições de produção é a referência ao atual "bom" momento da seleção que se iniciou após a chegada do técnico Tite, contratado em junho de 2016. No comentário mais curtido da publicação, um membro diz: *Me ajudem a lembrar, foi o Gabriel Jesus ou o Neymar que fez o sexto gol contra a Alemanha na final do hexa?*[18], declaração que aponta para uma expectativa positiva em relação à próxima Copa do

"comentário primário" aquele em que o usuário faz referência direta à postagem da *fanpage*. Já os demais comentários – entendidos como "secundários" – são as respostas dos usuários e da própria página aos comentários primários.
17 - No dia 5 de fevereiro de 2017, a seleção brasileira sub-20 venceu a Venezuela por 1x0 pelo Campeonato Sul-Americano da categoria, na cidade de Quito (Equador).
18 - Neymar e Gabriel Jesus são jogadores da atual seleção brasileira treinada por Tite. O termo "hexa" tem a ver com o fato do Brasil

Mundo que irá acontecer, em 2018, na Rússia, diante dos bons resultados recentes conquistados nos jogos das eliminatórias sul-americanas para a Copa. Também se deve levar em conta, como já frisado anteriormente, a influência da medalha de ouro conquistada pela seleção nas Olimpíadas Rio 2016, ainda mais porque Neymar e Gabriel Jesus também fizeram parte daquele time.

Ainda sobre as condições de produção, é importante compreender a dinâmica do ambiente virtual. O exemplo disso é o comentário de um usuário que "cola" um texto originário da própria internet para tentar explicar a história[19]da polêmica fotografia. Ao realizar essa ação, típica do ciberespaço, é possível depreender que a imagem analisada, ao se tornar pauta de outra publicação, também circulou em outros locais que discutem o futebol na *web*, o que potencializa a sua dimensão em rede. A influência do espaço nas condições de produção também deve ser considerada pelas piadas, sátiras e trocadilhos da cena, como em: *O técnico armou bem o time!!*; *armando as jogadas hahahahahahahaha* e *Meia armador*. Afinal, a *fanpage* deixa claro o intuito de tratar o futebol sob a dinâmica do humor e, como já frisado anteriormente, o próprio ambiente digital possibilita e fomenta esse tipo de abordagem.

Já considerando um contexto mais amplo das condições de produção, é possível observar comentários que relacionam a suposta arma de fogo em punho pelo atleta como algo positivo, ou digno de respeito, em: *Armas de fogo: #Gostamos*; *Dedo no gatilho*; *veja se a seleção de hj é assim, se ver uma arma chora!*; *Camisa pra dentro do calção, bigode másculo e pronto pra guerra esse era a minha seleção de base*; *Camisa pra dentro do calção • Chuteira preta • Arma de fogo Onde foi que erramos para merecer a geração Nutella?*;*Camisa ensacada, cabeça raspada, chuteira preta e uma pistola na mão*; *Geração mimimizenta vai dizer que é apologia kkkkk*; *Tempo q ainda a seleção brasileira era respeitada, hj é um lixo*; Época q o futebol BR era respeitado!!; *geração de respeito*; e *velha guarda moralizadora pra caralho ahahahha*. Está clara também, a partir desses comentários, a adoração a um conceito de vestuário conservador dos jogadores posados (sem cortes de cabelo diferentes, brincos, tatuagens, chuteiras coloridas ou camisas para fora dos calções), como se isso pudesse fazer efeito nos resultados e nas performances apresentadas dentro de campo. Ao fazermos um exercício de abstração, podemos dizer que essa exaltação da torcida por uma postura "moralizadora" dos jogadores pode abrir brechas para reflexões mais amplas, como a questão da legalização do porte de armas de fogo no País para o cidadão comum, o machismo, o incentivo à violência, o preconceito com estilos e formas plurais de se vestir, além da defesa da militarização – questões, como já frisado anteriormente – que revelam algumas marcas da sociedade brasileira.

Dos 100[20] comentários analisados, dois produziram falas homofóbicas, o que induz ainda mais à forte presença do discurso conservador por parte dos membros: *nesse tempo tinha jogador de verdade. não tinha esses viadinhos de hoje em dia uhsuhsushsu* e *Saudades de quando a seleção dava tiro, e não o cu*. Ainda sobre as falas intolerantes, é interessante perceber que elas, ironicamente, quase sempre vêm acompanhadas de expressões de riso próprias da internet, talvez numa tentativa de suavizar esses tipos de agressões ou de justificar que tudo não passa de uma mera brincadeira.

atualmente possuir cinco títulos mundiais. Desse modo, a expectativa é com a sexta conquista em 2018.

19 - O texto copiado nos comentários pelo membro da *fanpage* é originário do *blog* esportivo "Pombo sem Asa" e pode ser acessado em: http://globoesporte.globo.com/blogs/especial-blog/pombo-sem-asa/post/camisa-da-selecao-pistola-na-mao-e-r10-ao-lado-historia-da-foto-da-semana.html. Acesso em: 20 abri. 2017.

20 - Diante do elevado número de comentários do *post* (540), optou-se por analisar apenas os 100 primeiros mais relevantes (exceto o que é uma publicação de vendas da própria *fanpage*), segundo ranqueamento do *Facebook*.

Ao relacionarmos alguns comentários à noção-conceito de memória discursiva da AD, vemos que os discursos sobre o passado colocam em evidência uma polarização entre a seleção da Copa de 2014 e os times antecessores. No comentário: *Moldou bastante caráter, diferente da geração que só queria dar alegria ao meu povo! #Pas*[21] é reverberado, de forma irônica, o já-dito de uma entrevista televisiva do zagueiro David Luiz, logo após a derrota de 7x1 em que ele cita a frase: "Eu só queria poder dar alegria ao meu povo". Essa memória discursiva também aparece em: *Eles não mereceram o Hulk de titular em 2014*. Nesse caso, "eles" são os jogadores Ronaldinho Gaúcho e Adiel (e todos aqueles que representam o suposto passado "moralizador" do time do Brasil) que, na visão do membro, não mereceram ver um atleta como o atacante Hulk[22] entre os titulares da equipe em 2014. Em: *Foto Moralizadora do Caralho! E tem Fdp Q defende zagueiro Q tira selfie de língua de fora. Vsf... #Pas* fica clara a insistente referência aos jogadores da Copa de 2014, acusados por exagerar nas ações de *marketing* e em fotografias com postura infantil e de pouca virilidade, segundo julgamento dos torcedores em questão.

No comentário: *Se o 16 tivesse em campo no dia 08/07/2014, o 7x1 seria um mero devaneio*, há uma clara intenção de cruzar as forças polarizadas e reforçar qual lado é superior. Nesse caso, se o 16 (referência ao número escrito na camisa do Adiel, como figura de respeito, poder, ordem e moral), estivesse presente no jogo do Brasil contra a Alemanha, o vexame do 7x1 não teria acontecido. Ainda sobre o pré-construído relacionado ao time de 2014, encontram-se, como exemplos, as falas: *hj os 7x1's posta fotinho com gravata borboleta com tênis que pisca*; *futebol sem Mimimi, geração penta. nunca haveria 7x1. #PAS; Aí não tem 7x1..... É só tiro, porrada e gol*.

Outra situação do já-dito que se faz presente nos discursos dos sujeitos é a ideia de um futebol brasileiro legítimo e sempre vencedor. É possível ver esse saudosismo em comentários como: *saudades do futebol de verdade HAHAHAHAH; saudades da época em que ganhávamos copas!*; e*q saudade da época do futebol raiz! hahahahaha #BaseEraForte*. Nesses casos não existe uma reflexão profunda sobre como era praticado o futebol brasileiro do passado nem sobre os momentos de dificuldade e perda (que não se limitam à grande derrota de 2014). Mas, sim, apenas um reforço da ideia vencedora do Brasil. O que demonstra que a memória também carrega certas continuidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerado uma manifestação de grande alcance, o futebol se transformou numa importante peça de expressão da identidade e da cultura brasileira. Nesse sentido, a seleção do Brasil, por suas movimentações, influências na vida social, conquistas marcantes e também derrotas traumáticas e dramáticas, se lança como um dos principais ícones do esporte. Dessa forma, compreender os imaginários e os sentidos dos sujeitos sobre o time brasileiro ajuda a elucidaras formas de entendimento

21 - Na *fanpage* a palavra "pas" ou "paz" – termo muito recorrente – faz parte do leque das expressões da comunidade em que, ao invés de significar ausência de conflito, violência ou demais problemas, tem objetivo de gerar, através da ironia, efeito contrário.

22 - Hulk é um atacante que atuou como titular do Brasil na Copa do Mundo de 2014. Mesmo sendo um jogador de ataque, terminou a competição sem balançar as redes. Ainda foi acusado de falha em um lance que gerou o gol de empate da seleção do Chile, no jogo das oitavas de final da Copa.

sobre o próprio futebol e a atuação da memória na constituição dessas ideias.

Pela pesquisa em questão, é possível afirmar, a partir da análise sobre as memórias coletivas presentes na *fanpage* "Manual do Jogador Ruim", as boas e as más imagens do time do Brasil. Nostalgia sobre um futebol arte, lembranças dos títulos e adoração à virilidade, à força e às vestimentas formais dos atletas do passado, em confronto com uma rememorada recente derrota, com as formas "modernas" – no sentido negativo – dos atletas se vestirem (há críticas até para as chuteiras coloridas) e comas posturas contemporâneas em fotos, como as *selfies*, são alguns dos exemplos da seletividade dessa memória social do torcedor que destaca e ao mesmo tempo apaga determinados episódios da seleção dentro de campo, ressignificando-os e atualizando-os.

Entretanto, essas lembranças e esses esquecimentos sobre a seleção não podem ser observados apenas como uma questão interna ao futebol e indiferente ao que está ao redor, afinal eles englobam valores sociais, traços identitários e demandas de atualizações do presente. Ou seja, a ideia do "melhor" ou do "pior" da seleção não está isolada nos acontecimentos dentro dos campos de futebol, mas também reflete as visões e as versões de mundo dessa torcida que se reverberam a partir da formação de suas memórias, nesse caso, expostas na internet. Por meio de uma apropriação teórico-metodológica das noções conceito da AD – condições de produção e memória discursiva – sobre as construções do passado da seleção brasileira na *fanpage*, foi possível observar, por exemplo, a alta incidência de discursos com o viés conservador, oriundo de uma linguagem chula, ofensiva e, até em alguns casos, justificada, ironicamente, por expressões que remetem às risadas. Há destaque para falas machistas, homofóbicas, pró-armamento, pró-militarismo e pró-violência. O que reforça a ideia de que ao considerar o futebol como uma espécie de "termômetro" do social, é possível afirmar que vivemos um período em que o ódio e a vigília ganham fôlego e cada vez mais espaço, principalmente, no ambiente virtual.

É importante destacar ainda que não é intenção do artigo – e seria completamente leviano – generalizar todos os membros da comunidade em relação a essa memória do passado desportivo justificada por meio de valores moralistas e abastecida pelo discurso de ódio. Mas as observações sobre as postagens e os comentários da página que evidenciam essa postura podem contribuir para as reflexões mais amplas a respeito desse perigoso "sintoma" do atual momento do País.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DAMATTA, Roberto (org). **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira.** Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

FANPAGE "Manual do Jogador Ruim".Disponível em: https://www.facebook.com/manualdojogadorruim. Acesso realizado em várias datas.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** São Paulo: Centauro, 2006.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge; LOVISOLO, Hugo (org). **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria.** Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

KOSELLECK, Reinhart. **Passado Futuro: contribuição à semântica dos tempos históricos.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2006.

LE GOFF, Jacques. **História e memória.** Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.

MARTINO, Luís Mauro Sá; GROHMANN, Rafael. A longa duração dos memes no ambiente digital: um estudo a partir de quatro geradores de imagens online. In: **Revista Fronteiras.** v. 19, n. 1, 2017. P.94-101.

ORLANDI, Eni. **Análise do Discurso: princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes, 2003.

ORLANDI, Eni. Análise do Discurso. In: ORLANDI, Eni; LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy (org). **Introdução às ciências da linguagem – discurso e textualidade.** Campinas: Pontes, 2006. P.13-31.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. In: **Revista Estudos Históricos.** v. 2, n. 3, 1989. P. 3-15.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. In: **Revista Estudos Históricos.** v. 5, n. 10, 1992. P. 200-212.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel (*et. al.*). **Análise de redes para mídia social.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. In: **Revista Verso e Reverso.** v. 28, n. 68, 2014. P. 114-124.

RINALDI, Wilson. Futebol: manifestação cultural e ideologização. In: **Revista da Educação Física.**v. 11, n. 1, 2000. P. 167-172. Disponível em: http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/RevEducFis/article/view/3804. Acesso: em 17 abri. 2017.

SILVERSTONE, Roger. Tecnologia. In: SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola. 4 ed. 2014. P. 45-62.

FICÇÃO CIENTÍFICA AUDIOVISUAL SERIADA OU PRODUTOS MIDIÁTICOS?

Um estudo sobre os mundos imaginados das telas

Lívia de Pádua Nóbrega
(Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG.
liviapaduanobrega@gmail.com)

RESUMO
O artigo recorta a pesquisa em andamento sobre o imaginário da Robótica e da Inteligência Artificial na Ficção Científica para tratar questões apontadas no parecer de um texto em um congresso: a necessidade de um olhar mais atento sobre a expressão produtos midiáticos para se referir à produção audiovisual seriada sci-fi, que a reduz a uma homogeneidade difícil de ser visualizada; a necessidade de explorar o gênero como tema, dialogando com a discussão específica e autores necessários para a decodificação destas narrativas a fim de elucidar elementos que devem ser reconhecidos. Foca-se a discussão em torno desta ficção como um lugar aparentemente universal que oferece modos de ver singulares caracterizados na análise na série Caprica em uma visada conceitual e metodológica da teoria do imaginário de Gilbert Durand. Tensionam-se as matrizes múltiplas e contraditórias das interpretações que promovem a síntese de questões tecnocientíficas e tropos de religiosidade e misticismo incomuns ao estilo.

PALAVRAS-CHAVE
Ficção científica; Entretenimento; Séries; Imaginário; Caprica.

ABSTRACT
This article comes from the research in progress about the Robotic Imagery and Artificial Intelligence in Science Fiction to deal with issues pointed in a congress opinion text: The need of having a watching eye over "the midiatic products expression" to refer to audiovisual serial sci-fi production, reducing it in a homogeneity difficult to be viewed; the need to explore Science Fiction as a subject, dialoguing with a specific discussion and key authors in the decoding of these narratives to elucidate elements that must be recognized. The focus is a discussion around that fiction as an apparently universal place that offers singular ways of seeing, characterized in the analysis of Caprica saga in a conceptual and methodological vision of Durand's imaginary. The multiple and contradictory matrices of the interpretations that promote the synthesis of technoscientific questions and tropes of religiosity and mysticism unusual to the genre are intended here.

KEYWORDS
Science fiction; Entertainment; Series; Imaginary; Caprica.

INTRODUÇÃO

O artigo objetiva explorar uma das vertentes pela qual perpassa a pesquisa de doutorado em andamento sobre o imaginário da Robótica e Inteligência Artificial circulante em séries de Ficção Científica (FC, daqui em diante).

O parecer de um artigo enviado para avaliação em um congresso despertou a atenção para questionamentos referentes à necessidade de um olhar mais atento quanto à expressão "produtos midiáticos" para se referir à FC audiovisual seriada. O que parecia, até então, ser uma simples substituição de termos sem valoração revelou o problema de reduzir as manifestações deste tipo de entretenimento a uma expressão que implica, por dedução, um tipo de homogeneidade do gênero difícil de ser visualizada.

Outra questão colocada pelo parecer refere-se ao fato do trabalho abraçar a FC como tema, mas pouco dialogar com a discussão mais específica e com os autores-chave na decodificação do gênero, ponto necessário para elucidar elementos tratados e que devem ser reconhecidos. Tal aproximação fundamentada no referencial sobre a temática tem sido trabalhada pela autora, entretanto, sem ter ocupado o primeiro plano até então.

Pretende-se centrar a discussão em torno dos problemas quanto à generalização da expressão produtos midiáticos para se referir a um lugar: a FC aparentemente universal, mas que oferece modos de ver singulares.

O estado da arte da questão mostra que a maioria das análises sobre o gênero observa-no com o intuito de mapear a retroalimentação entre realidade e ficção. Não é este o ponto de partida aqui, pois se entende a FC como lugar importante para se colocar as questões tecnocientíficas que estão no mundo. Sua intenção não é ser verdadeira, mas parecer verdadeira. Parte-se de todas as ambiguidades que a expressão FC oferece, posto que recorre à tecnociência pela criatividade.

Tensionam-se a pluralidade do gênero e as particularidades das interpretações, nas quais cada produção dá o tom. Caracterizando as narrativas *sci-fi* com suas matrizes plurais e até mesmo díspares que inspiram pontos de vistas peculiares – como a saga *Battlestar Galactica* (BG, daqui em diante), cujo *spin-off*[1] Caprica é analisado por promover sínteses de questões tecnocientíficas e tropos de religiosidade e misticismo.

Para Tavares (2015), a teorização sobre a FC nos Estados Unidos e Europa esteve por muito tempo restrita a escritores e críticos sem vínculo acadêmico, cenário que só a partir dos anos 1970 começou a mudar. No Brasil, a mudança é ainda mais recente. Recorreu-se aos teóricos que iniciaram esse movimento por aqui, analisando a literatura do gênero na época. O resgate a esses autores propicia conceituar a FC. Como expressão vinculada ao contexto, a FC é mutável. Assim, o argumento estende-se com pesquisadores que atualizam a discussão a partir de várias vertentes, entre as quais a audiovisual, domínio no qual a FC é figurada hoje mais intensamente. Segundo Tucherman (2005), nunca houve uma presença tão grande de personagens e temas da FC no cotidiano devido à sociedade do espetáculo e sua ênfase na visibilidade; o advento da sociedade técnica e a presença do audiovisual na vida e imaginário.

1 - Continuação oficial de uma narrativa, geralmente concentra-se em um tema, personagem e/ou recuo/avanço temporal para focar em questões não aprofundadas na trama raiz.

SCIENCE FICTION: DO PAPEL PARA AS TELAS

A maioria das obras que teorizam sobre a FC tem em comum o fato de sempre problematizarem a partir da aparente contraditória junção dos termos "ficção", que pressupõe a liberdade lúdica, e "científica", que alude aos rigores do método científico. Parte-se aqui das ambiguidades que a expressão sugere: um uso livre, não apenas da ciência, mas também da tecnologia.

Outro campo de batalha da FC são os diferentes autores e obras apontados na origem do gênero. Tal qual o fluxo de formação e transformação das bacias semânticas[2] que irrigam os regimes imaginários, também as vertentes estilísticas, antes de serem formalizadas, sobrepõem novas características ao então vigente, formando atributos precursores. Assim, a FC pode ser vista como herdeira dos relatos de viagens, bem como da criação de mundos paralelos. Fiker (1985) chega a tratar de uma proto FC com "As viagens de Gulliver" (SWIFT, 1976) e "Utopia" (MORE, 1516).

Foi com Mary Shelley na Inglaterra em 1818 que surgiu "Frankenstein ou o moderno Prometeu", romance gótico que apresenta pela primeira vez uma criatura artificial animada pela aplicação de conhecimentos científicos[3], evidenciando a ligação social do gênero ao ecoar a Revolução Industrial.

Nascida nas letras, a FC pode ser definida como extrapolação da ciência possível considerada dentro de um encadeamento lógico que se estende para além do estado corrente das ciências (ALLEN, 1976), motivo pelo qual também costuma ser referida como literatura especulativa ou de antecipação, entre outras denominações que tentam encaixá-la. As tentativas de definição adentram o terreno da verossimilhança e da suspensão da descrença, conforme colocadas pelo gênero.

Por verossimilhança entende-se aquilo que oferece um sentido (CHIAMPI, 1980). Entendida como a significação e a verdade de um discurso narrativo, independentemente de sua vinculação com o real. Já a suspensão da descrença refere-se ao acordo tácito em que, ao ler uma obra de ficção, o leitor aceita o ficcional. O escritor conta sua história como sua verdade e o leitor aceita acreditar na verdade que lhe é oferecida (ECO, 1994).

Retomando Allen (1976), a FC não tem a pretensão de ser verdadeira, mas possível, pois o leitor deve senti-la como uma resposta lógica e possível a uma pergunta colocada. O que conta, portanto, é a habilidade de produzir uma realidade plausível (FIKER, 1985). Ponto de vista corroborado por Carneiro (1968), para quem a ciência da FC não necessita de provas, mas precisa ser aceita para legitimar-se.

Dufour (2012) endossa a ideia de que na FC o que importa não é o científico, mas o efeito

2 - O conceito de bacia semântica de Durand (1998), em **O imaginário**, é aperfeiçoado de outros autores e envolve a ideia de uma bacia que determina o curso de um rio, por sua vez regulado pelo fluxo de afluentes. Refere-se ao movimento sistêmico que conduz o imaginário de uma época em direção à perda da espontaneidade para dar lugar a uma forma socialmente construída. Desta forma, vários ou pelo menos dois mitos se sobrepõem em uma cultura em dado momento: uns são manifestos abertamente, perdendo seu caráter selvagem e deixando passar valores oficiais, enquanto outros são recalcados. A tensão entre tais mitos traz como correlato um percurso cíclico que atualiza constantemente o movimento indefinido de formação e deformação imaginal.

3 - Narrativas sobre animação do inanimado não eram incomuns antes. O Adão bíblico e o Golem judaico marcam o embrião religioso destas histórias. O Pigmalião greco-romano faz o mesmo na mitologia. Pinóquio (COLLODI, 1883) romantizou os autômatos como personagens. O que diferencia Shelley é a figura do cientista Victor Frankenstein que recorre à ciência para ficcionalizar um dos motes mais comuns da FC, como coloca Felinto: o impulso fáustico da criatura de tornar-se criador (FELINTO, E. Por uma crítica do imaginário tecnológico: Novas tecnologias e imagens da transcendência. **Revista Fronteira** (UNISINOS). São Leopoldo – RS, v. IV, n. 2, 2002). Diferente de como aparecia antes, na FC a ciência não apenas aparece em algum momento, mas é tematizada.

de ciência. No audiovisual, a união entre discurso e imagem consolida a FC como um gênero discursivo e imagético, "só vemos coisas vulgares (aqui uma barrinha vermelha), mas dizem-nos que é um condensador superpotente" (DUFOUR, 2012, p. 83). Esses recursos tentavam driblar as difíceis trucagens e os caros efeitos especiais antes do advento do digital, tal qual a narração que nos primeiros filmes conferia valor científico:

> O resto da nave, com a sua tecnologia fabulosa, permanece fora de campo, e o efeito FC limita-se à nomeação, de modo que a linguagem assume plenamente a sua função performativa que consiste em criar acontecimentos inexistentes fora dela (DUFOUR, 2012, p. 83).

A grande questão na FC, entretanto, não é a ciência e a tecnologia em si mesmas, mas a associação destas ao humano. Desta forma, para além da tecnociência, a FC marca o lugar lúdico da sociotécnica. Ao apontar para engenhos futuristas, viagens espaciais e robôs avançados, a FC olha para a própria condição humana, sobretudo retirada de sua excepcionalidade no universo ao defrontar-se com o outro – extraterreno ou maquínico.

Segundo Régis (2001), a expressão *Science Fiction* foi utilizada pela primeira vez pelo editor Hugo Gernsback em junho de 1929, no número inaugural da revista *Science Wonder Stories*. Em abril de 1926 ele já havia usado o termo *scientifiction* no número um da *Amazing Stories*. Ainda de acordo com a autora, com John W. Campbell, editor da *Astounding Stories,* a FC conheceu sua *The Golden Age* entre 1938 e 1950.

Foi o escritor russo Isaac Asimov quem nesta era de ouro trouxe as histórias de robôs para o primeiro plano, retirando-lhes o tom negativo. Antes mesmo de ser nomeado pela palavra tcheca *robota*, que alude ao trabalho servil, um robô já aparece em 1911 no conto "O homem invisível", de G. K. Chesterton. Em 1917 ele reaparece, agora já designado, no conto "Opilec" de Karel Capek. O autor tcheco também escreveu a primeira peça teatral sobre robôs, R.U.R. em 1920. R.U.R. foi ainda o primeiro programa televisivo de FC (Reino Unido, 1938, BBC) (LAGRANDEUR, 2015). O reconhecimento da FC audiovisual como gênero importante na cultura popular e com apelo global só veio mais tarde, nas séries de TV com *Star Trek* (1966) e no cinema com 2001: uma odisseia no espaço (1968).

A popularização do gênero se deve às aventuras intergalácticas chamadas *space operas*, publicadas em brochuras de papel barato, as *pulp magazines*. Com capas apelativas, elas eram uma atualização das histórias medievais de capa e espada e reforçaram o estigma do gênero, visto como subliteratura.

Apesar de tanto na literatura quanto no audiovisual o estatuto da FC sempre ter sido problemático devido ao atrelamento à indústria cultural, assim como a fantasia, o horror, o faroeste e o policial (RÉGIS, 2001), as *space opera* que transportavam o funcionamento e os elementos das narrativas de *western* para o espaço eram vistas com ainda mais desdém por não justificarem o que era apresentado como evidente.

> O postulado essencial desse género de FC é que não se tem de explicar o porquê de os homens conseguirem respirar noutros planetas como na Terra e a

razão de poderem existir um até vários Sóis (DUFOUR, 2012, p. 84).

Percebe-se uma diferenciação dentro do próprio gênero com narrativas que operam seus acontecimentos a partir da invenção pura e simples, enquanto outras tentam se distanciar da gratuidade, estabelecendo relações de causalidade para revestir a elaboração da realidade com explicações ancoradas na verossimilhança e que encadeiem logicamente o processo de suspensão da descrença. Assim, não há pretensão de ser científica, mas é preciso soar científica.

Retomando Régis (2001), na virada dos anos 1950/1960 há uma incorporação de assuntos das ciências sociais para a FC com as revistas *The Magazine of Fantasy and Science Fiction* (1949) e *Galaxy Science Fiction* (1950). Influenciadas pelo pós-guerra e pela ameaça nuclear da Guerra Fria, originam a vertente *New Wave* e a divisão entre FC *Hard* – que tematizava as chamadas ciências duras – e *Soft*, referentes às temáticas humanísticas.

Nos anos 1980, com o aporte da Contracultura, surge o *Cyberpunk*, retratando cenários distópicos, cujo domínio de estados centralizados ou de grandes corporações acarretou alta tecnologia, mas baixa qualidade de vida (KELLNER, 2001). Proliferam também outros subgêneros, como o *steampunk* com seu imaginário visual das nascentes concentrações industriais com seus maquinários a vapor que veiculam uma estética nostálgica repleta de engrenagens, molas e tubos (DUFOUR, 2012), dentre outros estilos.

Já no audiovisual, para Dufour (2012), prelúdios da FC aparecem no cinema com o filme A viagem à lua, de Georges Méliès em 1902. Confundindo-se com o fantástico e o horror, o filme de FC vai se desenvolvendo tal qual o curso de bacias semânticas, em uma dinâmica que envolve mudanças no percurso de conteúdos ainda pouco dirigidos para os índices imaginários mais sólidos, que mais tarde serão reconhecidos como próprios do gênero.

Para Perdigão (1972), quando a FC passou a contar com a realidade cênica que lhe faltava na literatura, precisou adaptar-se a informação visual, o que lhe conferiu certa liberdade e a fez ganhar uma moralidade própria que foi se descolando da fantasmagoria que a aproximava do terror.

Para Dufour (2012), para além das atrações cinematográficas precursoras de Méliès ou Fritz Lang com Metrópolis (1927) e A mulher na lua (1929), só é possível falar em cinema de FC a partir dos anos 1950, nas telas americanas e produzido por pequenas companhias. Segundo o autor, a FC audiovisual surge ao mesmo tempo em que a bomba atômica, que não por acaso marcará a produção americana, mas, sobretudo e não por acaso, a japonesa da época. A tensão nuclear imprime o tom moralizante comum na FC até hoje.

No *remake* de BG, a guerra entre humanos e robôs tenta justificar a destruição da espécie humana diversas vezes pelo apelo moral, argumentando que, se os humanos mentem, são gananciosos e destroem os próprios semelhantes, merecem o extermínio. Em Caprica, o tom moralizante é conferido pelo desejo da protagonista e do grupo fundamentalista religioso ao qual pertence de apagar pela moral judaico-cristão tudo o que consideram desviante.

O *remake*, cuja veiculação se deu entre 2003 e 2009, reflete a influência do atentado de 11 de setembro de 2001, da organização Al-Qaeda contra os Estados Unidos. Tanto que um dos episódios

mais lembrados é o do interrogatório e tortura de um androide[4] por militares na série. Em Caprica, de 2010, o ponto propulsor da história é um ataque suicida em um trem vinculado ao grupo que na intriga é chamado Soldados do Deus Único (SDU).

UM GÊNERO CONTROVERSO

A FC sempre foi vista como um território controvertido na literatura, além das clivagens dentro do próprio gênero. Maranganha (2015) define gênero literário como uma série de representações linguísticas e estéticas com semelhanças internas funcionais, lexicais, gramaticais e semânticas. O conjunto de possibilidades narrativas, nas palavras de Sodré (1973).

Segundo Maranganha (2015), é o que é chamado tradicionalmente de gênero (épico, lírico, dramático, ensaio), mas também o que é classificado no mercado editorial (fantasia, horror, entre outras).

Allen (1976) classifica a FC como um subgênero da ficção em prosa. Para Carbonell (2015), o *sci-fi* é historicamente difuso, com uma teia de tropos concorrentes. O autor não trata os gêneros como categorias, mas como ferramentas simbólicas de significação, de modo que as textualidades não pertencem ao gênero, mas promovem usos do gênero.

No tocante às distinções dentro da própria FC, Carneiro (1968) pontua que ela pode ser escapista, evasiva e simples divertimento, como nas tiragens comerciais destinadas ao grande público, mas também podem aprofundar-se como projeção dos temores e desejos humanos.

Sendo o imaginário um conjunto de atitudes imaginativas que o ser humano cria para lidar com as angústias causadas pela consciência de sua mortalidade e a percepção do tempo que passa (ANAZ, 2015), a FC alegoriza os anseios e receios da sociedade em relação à tecnociência. "Diante do inexplicável, o homem forja explicações fictícias. A imaginação supre o vazio racional" (SILVA, 2006, p. 17).

Tais atitudes imaginativas fazem a mediação entre o ser e a realidade, tornando o imaginário uma força de equilíbrio social. Além de ligar o humano ao real, o imaginal liga os indivíduos entre si, atuando como o que Maffesoli (2001) chamou de cimento social. No caso dos produtos midiáticos, o imaginário é o que realiza a identificação entre criadores, audiências e visões de mundo.

O imaginário não existe, portanto, estanque, mas em circulação. A FC configura-se como um lugar no qual o estético constrói um laço com a coletividade e suas produções colocam o imaginário em movimento. As narrativas esboçam a aceitação inconsciente de um modo de ver partilhado, instaurando um sentimento de pertença. Na FC, os valores e sensações compartilhados contribuem para que ela atue cristalizando visões em relação aos temas da sociotécnica.

Lyra (2015) comenta seu desconforto com os termos produção e consumo para se referir a elementos culturais e artísticos, optando por criação e fruição de obras que passam a fazer parte do universo subjetivo de quem as desfruta.

Sodré (1973) não a enxergava como arte, mas literatura de massa. Apesar disso, concordava que

4 - Robô de contornos físicos humanos e aparência orgânica.

o gênero apresentava alta taxa de novidade. Para o autor, na produção massiva a preocupação com a forma cede lugar à preocupação com o retorno financeiro. Consonante com os autores já citados, para ele o que vale na FC é sua busca pela verossimilhança ao invés de pela verdade e menciona a produção de uma ilusão referencial pelo gênero: "preenchendo-se certos espaços da narrativa com detalhes concretos (descrições pormenorizadas de objetos, de situações ou de gestos aparentemente insignificantes), supostamente realistas" (SODRÉ, 1973, p. 61). Para o autor, a especificidade discursiva da FC não estaria na organização narrativa, mas no conteúdo: em como convence o público da plausibilidade de seus significados. O acordo entre leitor e autor se daria quando este se propõe a demonstrar o que diz, como um teorema, que não é falso nem verdadeiro, mas demonstrável. Fato pelo qual a FC é conhecida – e criticada – pela pouca profundidade psicológica dos personagens, pois para o gênero, as ideias são mais importantes que as personagens, chegando-se mesmo a uma personalização da ciência. O autor vê a FC como um gênero delimitado por seu meio produtivo e pelo público.

Roden (2015) acredita que os imperativos financeiros da indústria do entretenimento conformem as representações da FC dentro de certas limitações. Para ele, apresentar questões complexas que exijam um entendimento mínimo sobre a natureza e possibilidades de outras formas de vida e subjetividade equivale a um risco que poucas produções, como o universo de BG, citado pelo autor, arriscam correr. Ornella (2015) lembra que várias estratégias de criação de indicadores reconhecíveis são empregadas para auxiliar a criação de robôs que promovam a adesão da audiência.

Apesar de comumente ter como referente o futuro, a tecnociência concretizada em engenhos avançados e criaturas que suscitam encontros entre um eu humano e um outro não humano, além de reflexões ontológicas, a FC muitas vezes banha-se em águas bem mais modestas.

O chamado estranhamento cognitivo (OLIVEIRA NETO, 2015) provocado pelo novo e complexo oferecido pela FC costuma ser nuançado pela introdução do simples e já conhecido, que além de amenizar os temas duros, pode atrair uma audiência de não aficionados pelo gênero. Assim, a conciliação de temas como ciência, tecnologia, religiosidade e misticismo evidencia modos de ver singulares disputando sentidos no lugar aparentemente universal que é a FC.

De acordo com Ornella (2015), o audiovisual capacita a FC a apresentar o inimaginável. Ele crê que o gênero serial tem desenvolvido uma identidade independente do cinema, fomentada principalmente pelas comunidades de fãs. As especificidades de cada suporte demonstram a fragilidade de uma expressão generalizante para se referir a produções que acionam cada vez mais particularidades do meio em que são apresentadas, configurando um gênero já múltiplo por natureza em segmentos diversos: a FC literária, a FC cinematográfica, a FC em série, entre outras potencialidades, além das possibilidades da FC transmídia.

CAPRICA

Battlestar Galactica é uma saga de FC transmídia cujo extenso e longevo universo ficcional é composto pela série homônima (1978), a continuação *Galactica* (1980), o *remake* (2003 – 2009) e o

spin-off Caprica (2010); além dos filmes *Razor* (2007), *The Plan* (2009) e *Blood and Chrome* (2011) e de *websódios* na internet.

O enredo é centrado no antagonismo entre humanos e *cylons*, que, no seriado original, eram descendentes de répteis substituídos por suas versões cibernéticas e na versão refilmada são robôs humanoides[5]. Rebelando-se contra os humanos, iniciam uma guerra que culmina com os remanescentes da humanidade vagando pelo espaço em busca de um novo lar.

Caprica remonta 58 anos da história central para explicar a criação dos *cylons* e o monoteísmo entre eles, que se contrapõe ao politeísmo dos humanos da história e que permeia toda a narrativa.

Na trama, a adolescente Zoe Graystone é filha de Amanda e Daniel, dono de uma empresa de tecnologia. Ao envolver-se com o grupo extremista Soldados do Deus Único (SDU, daqui em diante), a jovem morre quando o namorado revela-se um homem-bomba em um ato terrorista da organização em um trem. No atentado morre também Tamara, filha de Shannon e Joseph Adama, pai do futuro William Adama da série original e do *remake*, que conduzirá os sobreviventes humanos pelo espaço na procura por um lugar para estabelecerem-se após a guerra *cylon*.

Daniel Graystone é o criador do *holoband* – algo como o *holodeck* de *Star Trek* – um óculos de realidade virtual na qual as pessoas criam avatares para explorar o chamado Mundo V. Ele descobre que devido a um código que a filha estava desenvolvendo antes de morrer, seu avatar permanece vivo, como uma cópia digital de Zoe que por meio da mineração de dados lhe conferiu memória, modos de presença e capacidade de aprendizagem para agir como Zoe.

Inconformado com a perda da filha, Daniel copia o código e o transfere para um corpo robótico de soldado que está desenvolvendo como arma para o governo. A partir daí cria-se o que a amiga de Zoe chama de trindade – a fusão entre Zoe, o avatar e o robô. A singularidade da nova forma de vida é tamanha que se revela impossível de ser replicada, a própria Zoe explica posteriormente que a impossibilidade de cópia deve-se ao fato de, diferente da maioria dos sistemas inteligentes artificiais, que guiam-se pelos princípios da digitalização, a trindade é regida pelo analógico, o que a torna única. Percebe-se que por mais futurista que a ideia de uma fusão humano/máquina/cópia possa parecer, uma suposta unicidade antropocêntrica ainda prevalece.

Da proximidade entre Graystone e Adama surge também uma cópia do avatar de Tamara. Tal qual o histórico de um tipo de ficção repleta de didatismo, em diversos momentos a série busca explicar as questões que apresenta. Entre estas estão os projetos de Graystone e da SDU de oferecimento de avatares em grande escala acessados no mundo virtual com o *holoband*.

O projeto de Graystone pretende que qualquer pessoa que tenha perdido um ente querido possa criar um avatar da pessoa morta – suas pesquisas concentram-se na promessa de criar um corpo para que estes avatares possam ser trazidos para o mundo físico[6]. Já o projeto *Apotheosis* da SDU planeja criar avatares dos seguidores do monoteísmo para que, ao realizarem ataques terroristas, eles possam

5 - Robôs de contornos físicos humanos.

6 - No projeto de Graystone, até que um corpo pudesse ser criado para os entes mortos, ele argumenta que eles ficariam em um ambiente virtual onde poderiam ser visitadas – ideia parecida com a que é desenvolvida em *San Junipero*, quarto episódio da terceira temporada da série britânica *Black Mirror*.

renascer em um paraíso virtual. Outro foco passa a ser também a doutrinação religiosa do exército *cylon* criado por Graystone para o governo e contrabandeado para a organização.

A narrativa possui peculiaridades cujo caráter serial dá conta. O desenvolvimento da história ao longo do tempo permite maior extensão à realidade intradiegética. De acordo com Lagrandeur (2015), os robôs deste tipo de ficção envolvem mais valores que apenas o dualismo das representações de tecnofobia e/ou tecnofilia dos filmes, já que os criadores têm mais tempo e necessidade de trabalhá-los narrativamente. Para o autor, os robôs cresceram na TV na virada dos anos 1950/1960 e foram se tornando mais comuns.

> [...] quando o foco é a ficção científica na televisão, com sua linguagem e produção seriada (CALABRESE, 1987) a construção de universos narrativos fantásticos ganha uma nova dinâmica, que combina o efeito de sentido da escrita com o da recepção audiovisual. Em relação ao universo ficcional, a serialidade narrativa proporciona linguagem fragmentada e descontínua, na qual a repetição de alguns elementos e a variação de outros, bem como a imposição de um determinado ritmo de exibição determina características próprias e específicas. Assim, a recepção em série depende tanto dos elementos fixos (ou simbólicos, subjetivos) como dos variáveis (ou informacionais, objetivos). A repetição diferenciada desses elementos simbólicos e semióticos por períodos extensos de tempo gera um gradativo acúmulo de informação sobre o universo narrativo (GOMES, 2016, p. 15-16).

Segundo o autor, as expectativas do público também influenciam, sobretudo após a internet. Da transição da FC do impresso para o cinema e do cinema para a TV, novas práticas de produção, circulação, recepção e interação vêm ganhando força com o *streaming*. A influência intertextual do cinema de FC com as séries também é uma característica marcante do gênero:

> A ficção científica como gênero (literário e audiovisual) é um esquema narrativo, uma estrutura aberta que configura sua linguagem através das narrativas. Cada nova narrativa absorve, assimila e reproduz as narrativas anteriores, acrescentando alguns elementos, suprimindo outros (GOMES, 2015, p. 86).

Em um jogo de paráfrases e polissemias torna-se evidente a ascensão, declínio, transformação e ausência de temas. A repetição de elementos fixos simbólicos citada por Gomes (2016) coaduna-se com a concepção de imaginário de Durand (1997) passível de ser captado pelo mapeamento das imagens[7] redundantes em uma narrativa.

Em Caprica, os elementos simbólicos mais redundantes relacionam-se a dois temas díspares, mas intimamente ligados pela trama: a realidade virtual, *holobands*, avatares, robôs e o laboratório constelam-se[8] ao redor do tema do pós-humano; enquanto a sede e as vestimentas dos religiosos

7 - "Nos Estudos do Imaginário, imagem é o modo de a consciência (re)apresentar objetos que não se apresentam diretamente à sensibilidade. Vê-se que estão excluídas aí as imagens iconográficas, aquelas que se colocam na ponta da percepção visual, pois elas podem ser confirmadas pela apresentação do objeto que representam" (BARROS, 2010, p. 128).

8 - Constelações de imagens constantes e que aparecem estruturadas por certo isomorfismo de símbolos convergentes; os símbolos constelam porque são desenvolvidos a partir de um mesmo núcleo organizador (DURAND, 1997).

monoteístas organizados em uma reunião chamada conclave, o símbolo do infinito do grupo radical, o cumprimento, o ritual de iniciação e o recrutamento de seguidores são constelados em direção à temática da religiosidade. Tais símbolos possuem uma relação de sentido natural e não gratuita com algo ausente. A interpretação destes significados permite identificar as linhas de forças que animam a expressão de uma linguagem (BARROS, 2010).

Diferentes das acepções do senso comum que enxergam no pós-humano uma transcendência das limitações humanas e da possibilidade de driblar a mortalidade pela fusão humano/máquina, as reflexões acadêmicas do conceito são assim resumidas por Santaella (2007, p. 11): "Para me referir à atual necessidade de repensamento do humano na pluralidade de suas dimensões – molecular, corporal, psíquica, social, antropológica, filosófica, etc. – utilizo o termo 'pós-humano'". A visada possibilita pensar a erosão do sujeito do humanismo, o humano, suas possibilidades e os novos modos de existência derivados de avanços que permitem melhoramentos das condições de vida.

A existência trina de Zoe, a promessa de Graystone de uma tecnologia capaz de driblar a morte convivendo com os entes mortos em um mundo virtual, bem como a promessa de imortalidade dos discípulos da SDU que viverão a eternidade em uma pátria celeste, mostra que Caprica mergulha nas vertigens do pós-humano.

Apesar da perspectiva pós-humana do *spin-off,* que reduz a vida à informação à medida que os Graystones avançam na relação com a versão digital da filha, Daniel afirma que sempre soube que a entidade possuía consciência. A perspectiva consciente da série está afinada com os paradigmas que veem a cognição como parte de um agente que se encontra incorporado e em contato com o mundo (GUDWIN, 2005) de modo que a interação mente-corpo produz a inteligência humana e, potencialmente, sistemas inteligentes como modelos sintéticos que desenvolvem suas habilidades no contato com o ambiente.

No projeto *Apotheosis* de transformar código em alma – segundo a personagem irmã Clarice – a possibilidade referenciada como uma morte conquistada é vista como um dom de Deus. Visão que confirma Ferkiss (1972) ao apontar que diferente de outras correntes religiosas que valorizavam a natureza, as cristãs colocam que Deus está fora e acima desta e revela-se por meio de sua criação. Logo, a criação seria um dom de Deus concedido ao ser humano para ser utilizado por ele.

Clarice fala que mito e mistério foram substituídos por razão e ciência em uma religião que não necessita de fé e que reflete as maravilhas do que foi criado pelo ser humano. No diálogo, ela questiona por que construir um culto com templos no solo se eles podem construí-lo no céu. A fala do religioso que quer saber se ela quer servir a Deus ou se ela quer ser Deus é emblemática das matrizes místicas e religiosas, em regra, incomuns à FC, "uma coisa é certa, é que a FC é um mundo sem Deus" (DUFOUR, 2012, p. 167). Apesar de recordar que a referência à religião seja frequente no cinema estadunidense *sci-fi*, o autor coloca que Deus, na tendência dominante do gênero, "[...] simplesmente já não é um problema" (DUFOUR, 2012, p. 170).

A problemática do pós-humano nas formas de vida que a série apresenta revela-se uma alternativa à desmaterialização, pois diversas passagens enaltecem a importância da materialidade corporal para realização completa das novas experiências. Exemplos podem ser encontrados em cenas como a que

mostra um cartaz em que ao lado da imagem de um homem aparece a frase "Este não sou eu, mas apenas meu veículo corporal"; no pânico de Tamara ao despertar como um avatar e não sentir o coração bater; quando Zoe tenta convencer o assistente do pai de que o robô que lhe dá existência concreta poderá se desenvolver melhor se sair do laboratório para explorar o ambiente; quando Daniel e Amanda encontram Zoe no Mundo V e Amanda pergunta se Daniel poderá fazer um robô da filha e ele responde que precisa de tempo para tanto, mas que até lá poderão abraçá-la ali, ao que ela replica que sem um corpo isso não adianta.

Para os Graystones, as projeções humanas sobre o artificial abafam as possibilidades dos novos modos de existência, como tentativas de agarrar os resquícios antropocêntricos. Apesar de todo o conhecimento tecnocientífico de Daniel, o médico de Amanda, o anseio por uma humanidade corpórea os impede de enxergar as potencialidades de um novo tipo de subjetividade, "a maneira científica de pensar é uma maneira humana de pensar" (BRONOWSKI, 1986, p. 13). Assim, eles não estão interessados na tricotomia Zoe/avatar/robô, pois o objetivo mais básico do casal é ter a filha de volta.

A sonhada desmaterialização do projeto *Apotheosis* está em tensão – não em oposição – com a necessidade de uma existência corporificada do projeto de Graystone. Na ideia da SDU, o corpo é algo que a apoteose permitirá descartar sem prejuízo à vida e guiado pelo propósito de uma vida em favor da religião, "[...] o impulso fáustico que guia a tecnociência contemporânea denota uma espécie de aversão à matéria orgânica" (SIBILIA, 2015, p. 108).

Se no *Apotheosis* vigora uma ótica do corpo como sistema de informação, sendo assim passível de preservação, mesmo após a morte a incapacidade de Amanda e Daniel em lidar com o luto envolve a tensão entre um imaginário de presença e um imaginário de ausência. Ao casal, o mundo virtual esbarra em um modo de presença ausente, pois o imaginário de presença acionado a partir do que se concebe como vivo e/ou morto lhes mostra que a experiência sensorial possibilitada pela virtualidade não basta. Assim, empenham-se em criar uma materialidade para que Zoe não seja apenas um receptáculo de dados – tal como lhe foi o corpo *cylon* em primeiro momento –, mas um envoltório idêntico ao original. A importância do que se considera humano é ilustrada quando o trio reflete sobre o tipo de pele que poderiam providenciar para a nova entidade no mundo real. A questão ecoa do *remake* de BG, uma narrativa em que a pele configura-se como artifício de construção da humanidade na leitura de Koistinen (2011).

Tanto a visão tecnocientífica do projeto de Graystone quanto a ótica religiosa do *Apotheosis* encontram-se embebidas pela magia. A magia é fazer com que a natureza faça algo que ela não faria por si só, fazê-la ir contra suas próprias leis, subjugá-la, fazê-la ir contra seu curso natural (BRONOWSKI, 1986). Para o autor, a magia é tudo o que dualiza a visão de mundo. De acordo com ele, a partir da própria ciência tem-se desenvolvido a magia da tecnologia. Esta tecnociência que aparece restrita aos iniciados oferece a chave para entrar para uma forma especial de tecnologia. "A magia é uma tecnologia, uma tecnologia sem ciência" (BRONOWSKI, 1986, p. 21). Assim, a ciência não é um modelo da natureza, mas uma linguagem para descrevê-la, bem como seus conceitos, um modo de representação do mundo que atua de forma simbólica na instância imaginal.

Felinto (2005) enxerga diversas manifestações da FC como metáforas de uma tecnocultura

informada pelo que ele chama de gnosticismo tecnológico – embasado em Ferkiss (1972) e Martins (1996), um imaginário que mais que aperfeiçoamento humano, visa à transcendência: superação do orgânico e da finitude em um contexto de divinização dos iniciados – ilustrado quando um dos personagens percebe em Clarice o que ele chama de Complexo de Messias.

Para Felinto (2005), a nova forma de religiosidade tecnocultural tem como características a espetacularidade e a paradoxalidade, conjugando polaridades tidas como inconciliáveis, como misticismo e ciência. Ele discorre não apenas de um imaginário sobre a tecnologia que emerge das produções, mas de um imaginário reforçado pela tecnologia. O conjunto destas matrizes epistemológicas, aparentemente conflitivas, mas pacificadas na narrativa são indicadores de uma cosmovisão. "O imaginário tecnológico também pode ser entendido como aquilo que nos permite investigar os modos como as tecnologias são assimiladas e pensadas no interior da cultura" (FELINTO, 2005, p. 90).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atividade desencadeada por ativadores externos aqui realizados no audiovisual, o imaginário da FC de Caprica aponta para o pós-humano, figurado na realidade virtual do *holoband* com seus avatares, além dos robôs do laboratório de Graystone. A natureza imaterial do avatar, que atua com base em dados disponíveis sobre Zoe, não é suficiente para os pais que se esforçam para recriar o corpo da filha, mesclando tecnociência e vestígios antropocêntricos.

De forma análoga, a complexidade do tema da desmaterialização é atenuada no projeto *Apotheosis* pela ligação a tropos de religiosidade, magia e misticismo, como os locais e vestes dos religiosos, o conclave, o símbolo da SDU, saudação, iniciação e recrutamento dos membros.

As evocações ao simples e já conhecido, além de minimizar o estranhamento dos novos temas e formas de vida que poderiam equivaler a um risco na indústria do entretenimento, têm a possibilidade de atrair um público não aficionado pela FC.

Para além do reducionismo da expressão "produtos midiáticos" que preconiza uma homogeneidade impossível ao gênero, procurou-se mostrar que além das matrizes imaginárias plurais e paradoxais capazes de tornar as produções *sci-fi* radicalmente diferentes umas das outras, buscou-se demonstrar as distinções do gênero na literatura, cinema e audiovisual – cenário em mudança constante com a internet, transmídia e *streaming*. Assim, a expressão produtos midiáticos informa pouco sobre os universos ficcionais do gênero, assim como a expressão Ficção Científica não diz de um estilo coeso.

A preferência pela classificação ficção científica audiovisual seriada não visa limitar, mas atentar para as especificidades das narrativas em série com sua dinâmica episódica desenvolvida de acordo com a temporalidade das temporadas, que permite maior elaboração dos temas com um aporte didático, ainda que minimamente. O acúmulo de informações progressivo se dá pela repetição de elementos fixos e variáveis que constroem as tramas. A intertextualidade do gênero combina paráfrase – com a alusão a outras produções – e polissemia – com a abertura semântica.

Assim, diferente de Fiker (1985) que há 32 anos via na Ficção Científica uma dependência a um repertório fixo de temas e adequação ao já dito, o que se vê é uma ampliação das potencialidades do gênero.

REFERÊNCIAS

ALLEN, David L. **No mundo da Ficção Científica**. São Paulo: Summus, 1976.

ANAZ, S. Matrizes arquetípicas da cultura midiática: o imaginário científico-tecnológico do cinema mainstream. **Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

BRONOWSKI, J. **Magia, Ciência e Civilização**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1986.

BARROS, A. T. M. P. Comunicação e Imaginário – uma proposta mitolodógica. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 33, n. 2, jul./dez. 2010.

CARBONELL, C. D. A contest of tropes: screened posthuman subjectivities. In: HAUSKELLER, Michael; PHILBECK, Thomas D.; CARBONELL, Curtis D. (orgs.). **The palgrave handbook of posthumanism in film and television**. E-book.United Kingdom: Palgrave Macmillan, 2015.

CARNEIRO, André. **Introdução ao estudo da "Science-Fiction"**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1968.

CHIAMPI, Irlemar. **O Realismo Maravilhoso**: forma e ideologia no romance hispano-americano. São Paulo: Perspectiva, 1980.

DUFOUR, Éric. **O Cinema de Ficção Científica**. Lisboa, Portugal: Edições Texto & Grafia, 2012.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ECO, Umberto. **Seis passeios pelo bosque da ficção**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

FELINTO, Erick. **A religião das máquinas**: ensaios sobre o imaginário da cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2005.

FERKISS, Victor C. **O homem tecnológico**: mito e realidade. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.

FIKER, Raul. **Ficção Científica**: Ficção, Ciência ou uma Épica da Época? Porto Alegre: L&PM, 1985.

GOMES, Marcelo Bolshaw. **Universos sci-fi**: Estudos narrativos transmídia II. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2016.

GUDWIN, R. R. **Novas fronteiras na Inteligência Artificial e na Robótica**. Bauru: Unesp, 4ª DINCON – Congresso Temático de Dinâmica, Controle e Aplicações, 2005.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KOISTINEN, A. K. Passing for Human in Science Fiction: Comparing the TV Series Battlestar Galactica and V. **NORA - Nordic Journal of Feminist and Gender Research**, v. 19, n. 4, dez. 2011.

LAGRANDEUR, K. Androids and the Posthuman in Television and Film. In: HAUSKELLER, Michael; PHILBECK, Thomas D.; CARBONELL, Curtis D. (orgs.). **The palgrave handbook of posthumanism in film and television**. E-book.United Kingdom: Palgrave Macmillan, 2015.

LYRA, G. Narrativas, suportes e experimentações: origem e expansão da ficção científica. In: OLIVEIRA NETO, João Matias de; SHIRUKAYA, Wander. (orgs.). **Diacronia**: ensaios de comunicação, cultura e ficção científica. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2015.

MAFFESOLI, M. Entrevista O imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**: Porto Alegre, n. 15, ago. 2001.

MARANGANHA, A. A pessoa humana na Ficção Científica. In: OLIVEIRA NETO, João Matias de; SHIRUKAYA, Wander (orgs.). **Diacronia**: ensaios de comunicação, cultura e ficção científica. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2015.

MARTINS, Hermínio. **Hegel, Texas** - e outros Ensaios de Teoria Social. Lisboa: Século XXI, 1996.

OLIVEIRA NETO, J. M. de; SHIRUKAYA, Wander. Diacronia: ensaios de comunicação, cultura e ficção científica. In: OLIVEIRA NETO, João Matias de; SHIRUKAYA, Wander. (orgs.) **Diacronia**: ensaios de comunicação, cultura e ficção científica. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2015.

ORNELLA, A. D. Uncanny Intimacies: Humans and Machines in Film. In: HAUSKELLER, Michael; PHILBECK, Thomas D.; CARBONELL, Curtis D. (orgs.). **The palgrave handbook of posthumanism in film and television**. E-book.United Kingdom: Palgrave Macmillan, 2015.

PERDIGÃO, P. Ficção Científica no cinema: a moral da era atômica. In: **Dossiê Revista Vozes**. Petrópolis: ano 66, v. LXVI, n. 5, jun./jul. 1972.

RÉGIS, F. Como a ficção científica conquistou a atualidade: tecnologias de informação e mudanças na subjetividade. **Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Campo Grande: INTERCOM, 2001.

RODEN, D. Post-singularity entities in film and TV. In: HAUSKELLER, Michael; PHILBECK, Thomas D.; CARBONELL, Curtis D. (orgs.). **The palgrave handbook of posthumanism in film and television**. E-book. United Kingdom: Palgrave Macmillan, 2015.

SANTAELLA, L. Pós-humano: por quê? **Revista USP**, São Paulo, n.74, jun.-ago. 2007.

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico**: a alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

SILVA, Juremir Machado. As tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A Ficção do Tempo**: Análise da Narrativa de Science Fiction. Petrópolis: Vozes, 1973.

TAVARES, B. Prefácio. In: OLIVEIRA NETO, João Matias de; SHIRUKAYA, Wander. (orgs.) **Diacronia**: ensaios de comunicação, cultura e ficção científica. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2015.

TUCHERMAN, I. Notas sobre o imaginário tecnológico. **Portcom** - Portal de livre acesso à produção em Ciências da Comunicação, 2005. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/62010757518043941433470424301876178088.pdf
Acesso em: 21 jun. 2016.

“FOI UM RIO QUE PASSOU EM MINHA VIDA”:
A cobertura do jornal O Tempo sobre a tragédia de Bento Rodrigues

Marco Túlio Pena Câmara
(Mestre em Estudos de Linguagens pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG) e doutorando em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).)

RESUMO
O rompimento da barragem da empresa Samarco (Vale/BHP), em 05/11/2015, causou a destruição do Rio Doce, que atravessa os estados de Minas Gerais e Espírito Santo, e do subdistrito de Bento Rodrigues, pertencente à Mariana. Considerada a maior tragédia socioambiental do país, o desastre teve grande repercussão nacional e atenção de toda a imprensa, principalmente do estado. O artigo analisa o caderno especial do jornal O Tempo. Com base nos estudos sobre o acontecimento (DOSSE, 2013), enquadramento (PORTO, 2004; EMEDIATO, 2013), gestão de pontos de vista (RABATEL, 2013; KOCH & CORTEZ, 2015) e discurso midiático (CHARAUDEAU, 2015), observa-se a atenção principal ao meio ambiente como foco na cobertura do referido jornal.

PALAVRAS-CHAVE
Discurso midiático; Acontecimento; Enquadramento; Gestão de pontos de vista.

ABSTRACT
The rupture of the Samarco dam (Vale / BHP) on 11/11/2015 caused the destruction of the Rio Doce, which crosses the states of Minas Gerais and Espírito Santo, and the sub-district of Bento Rodrigues, belonging to Mariana. Considered to be the greatest socio-environmental tragedy in the country, the disaster had a great national repercussion and attention from the entire press, especially from the state. The article analyzes the special notebook of the newspaper O Tempo. Based on the studies on the event (DOSSE, 2013), framework (PORTO, 2004; EMEDIATO, 2013), management of views (RABATEL, 2013, KOCH & CORTEZ, 2015) and media discourse (CHARAUDEAU, 2015) attention to the environment as a focus on coverage of the newspaper.

KEYWORDS
Media speech; Event; framework; Management of views.

INTRODUÇÃO

A lama decorrente do rompimento da barragem de Fundão da empresa Samarco (Vale/BHP), em 05/11/2015, causou a destruição do rio Doce, que corta os estados de Minas Gerais e Espírito Santo. O maior desastre socioambiental do país matou peixes, vegetação, além de destruir o subdistrito de Bento Rodrigues, pertencente à cidade de Mariana. Os 62 milhões de metros cúbicos de lama de rejeitos de minério deixaram 19 pessoas mortas, 39 cidades afetadas, 11 toneladas de peixes mortos e 1265 pessoas desabrigadas[1].

O presente artigo é parte da pesquisa de Mestrado[2] que analisa a cobertura midiática impressa mineira sobre a tragédia, com a análise de quatro veículos: *Estado de Minas*, *O Tempo*, *Lampião* e *Curinga*. Os dois últimos são produtos laboratoriais do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Para este trabalho, escolheu-se o caderno "Um adeus ao rio Doce", do jornal *O Tempo*.

O jornal *O Tempo* foi criado em 1996, com tiragem de 73 mil exemplares, sendo o principal em Minas Gerais em relação ao número médio de circulação[3]. Integrante do grupo Sempre Editora, que controla os jornais *Super Notícia*, *Pampulha*, *O Tempo Betim* e *O Tempo Contagem*, o jornal possui oito cadernos fixos, além dos suplementares no decorrer da semana. Como integrante da mídia comercial, o jornal conta com anúncios de empresas públicas e privadas, que investem em comercial nas páginas dos jornais e também nos *sites* dos veículos. De acordo com as editoras responsáveis pelo caderno especial em análise neste trabalho[4], o jornal não possui uma linha editorial claramente definida, mas o seu principal público é formado por servidores públicos e policiais, o que acaba por interferir nas temáticas abordadas.

Para a análise, trabalharemos com a noção de acontecimento (DOSSE, 2013), o enquadramento de notícias (CHARAUDEAU, 2015; EMEDIATO, 2003; PORTO, 2004) e a gestão de pontos de vista a partir da seleção das fontes e espaço cedido a elas (KOCH e CORTEZ, 2015; RABATEL, 2013).

Dosse (2013) trabalha a definição e classificação do acontecimento sob diversas perspectivas, principalmente a histórica e sua relação com a midiatização. De acordo com o autor, o acontecimento não é o "fato", mas sim o que sabemos dele e o que se tornará para os interlocutores, o que justifica a classificação do rompimento da barragem como acontecimento, uma vez que promove reverberações e cobertura midiática.

No campo da Comunicação, os enquadramentos determinam a produção de notícias, que definem e constroem a realidade a partir de determinada visão. Assim, Charaudeau (2015, p. 157) pondera que "a instância midiática institui-se num 'meganarrador' compósito", levando em consideração a fonte, o repórter e o veículo, determinando a encenação a ser retratada. Nesse contexto, o enquadramento é um modo de organizar o discurso através de práticas específicas, construindo uma determinada interpretação dos fatos.

1 - Fonte: http://g1.globo.com/minas-gerais/desastre-ambiental-em-mariana/ Acesso em: 13 jan. 2018.
2 - A dissertação leva o título "Para nunca esquecer: uma análise discursiva de narrativas jornalísticas impressas sobre o rompimento da barragem de Fundão, em Mariana", defendida no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do CEFET-MG em 05/02/2018.
3 - De acordo com dados da Associação Nacional de Jornais, no biênio 2014-2015, *O Tempo* alcançou a marca de 60.055 jornais em circulação, contra 48.695 do *Estado de Minas*
4 - Como parte da metodologia do trabalho da dissertação de Mestrado, foi realizada uma entrevista com duas editoras de texto do jornal, responsáveis pelo caderno especial em análise, etapa fundamental para definir aspectos e condições de produção que permeiam a elaboração do mesmo.

Tal característica também pode ser observada na gestão de vozes, que está inscrita em uma cena de enunciação, considerando a presença do enunciador/locutor no discurso que representa. Assim, "a referenciação dos objetos do discurso está articulada com a maneira como o locutor/enunciador se posiciona em seu discurso" (RABATEL, 2013, p. 25). Dessa maneira, o autor defende que o ponto de vista pode ser expresso de forma direta, ou indireta, por meio de itens lexicais selecionados, atribuindo maior responsabilidade ao enunciador e como o locutor incorpora os referidos enunciadores no texto.

Dessa forma, a análise sobre o caderno especial do jornal *O Tempo* busca identificar e classificar os enquadramentos utilizados nas reportagens e como é feita a gestão de pontos de vista, a partir do gerenciamento de fontes, termos axiológicos utilizados e até as vozes que foram ocultadas, uma vez que "o silenciamento é o sinal da tentativa de institucionalização de um sentido, do literal" (MOREIRA, 2007, p. 326).

Assim, de modo geral, observa-se que o caderno foca na questão ambiental. Esse enquadramento, com fontes especializadas e carência de depoimentos pessoais, com termos axiológicos que remetem a causas naturais, demonstra o ponto de vista escolhido e defendido pelo veículo, que considera sua magnitude nacional, principalmente em relação ao ecossistema e bacia hidrográfica, com suas consequências.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O pano de fundo teórico deste trabalho se fundamenta em quatro questões principais: o conceito de acontecimento; a gestão de pontos de vista; a noção de enquadramento de notícias; os estudos de discurso midiático de Charaudeau.

Para realizarmos o estudo acerca da cobertura jornalística sobre o rompimento da barragem, é preciso, primeiramente, classificá-lo como um acontecimento, dimensionando sua importância tanto midiaticamente quanto pessoalmente na vida dos envolvidos. Para tanto, recorremos ao conceito de acontecimento a fim de relacioná-lo ao nosso estudo, considerando-o como valor-notícia e, mais que isso, como fato de alto impacto na sociedade como um todo. Dessa forma, pretendemos desenvolver, aqui, cinco principais pontos para aclarar o conceito de acontecimento, de acordo com França (2012), Motta (2012) e Dosse (2013), a saber: i) acontecimento, dimensão descritiva, explicativa e interpretativa; ii) acontecimento e história; iii) acontecimento, linguagem e narrativa; iv) acontecimento e a perspectiva construtivista; v) acontecimento e condições de emergência.

Em sua obra "Renascimento do acontecimento", Dosse (2013) trabalha a definição e classificação do acontecimento em diversas perspectivas, principalmente a histórica e a sua relação com a midiatização. Citando Ricoeur (1991), o autor classifica o acontecimento em três níveis de abordagem: i) o acontecimento infrassignificativo; ii) ordem e reinado do sentido, no limite não acontecimental; iii) a emergência de acontecimentos suprassignificativos, supersignificantes.

O primeiro evoca a descrição do fato, aqui representado pela cobertura jornalística informativa, que responde às perguntas básicas do *lead*[5] jornalístico; o segundo é o momento da narrativa do

5 - O *lead* é, normalmente, o primeiro parágrafo de uma notícia, em que se busca responder a seis perguntas básicas: o que, quem, quando, onde, como e por quê.

acontecimento, refere-se à sua construção, explicando as possíveis causas, envolvidos e consequências esperadas. Essa característica também está presente em nosso objeto de análise[6], na medida em que a tragédia, no primeiro momento, é tratada de forma descritiva, já que o veículo conta informações básicas que fazem referência ao fato, local, às consequências imediatas do rompimento da barragem, dentre outros elementos essenciais em um material jornalístico. Com o decorrer do tempo, a partir de novas evidências e narrativas construídas, vão surgindo, também, novas explicações e causas acerca do rompimento da barragem, cujo objetivo é apontar responsáveis, sinalizar possíveis causas e estabelecer relações entre política e economia que culminaram no rompimento da barragem, sendo possível graças à recorrência do tema na mídia, dada à sua importância, e o tempo maior de apuração e investigação jornalística, na medida em que vão surgindo novas provas e acontecimentos que permitem fazer relações com a tragédia. A cobertura em um caderno especial prevê esse maior tempo dedicado à apuração e escrita das reportagens, com mais pesquisa do que a cobertura diária. Já a terceira abordagem se inscreve no campo interpretativo, retomando o acontecimento como emergência, atribuindo a ele um "supersignificado", ou seja, essa abordagem foca nas consequências do acontecimento, nos efeitos e correlações posteriores à construção do acontecimento.

Dessa maneira, a cobertura jornalística em análise abarca as três abordagens do acontecimento, na medida em que o descreve, explica-o e o interpreta. É importante ressaltar, também, a classificação de um acontecimento como histórico "a partir do momento em que ele produz efeitos e é dimensionado conforme a importância daquilo que ele provoca" (DOSSE, 2013, p. 185). Para chegar a tal classificação, Dosse se debruça sobre os estudos de Nora (1984) acerca dos lugares de memória[7], relacionando-a à historiografia, pois a história se dá com a "sua construção ao longo do tempo, o desaparecimento e a ressurgência de seus significados" (NORA, 1984, p. 26 *apud* DOSSE, 2013, p. 183).

Como exemplo, Dosse cita a escrita da história da França, que procurou restaurar a unidade por meio dos arquivos passados, tomando-os como verdade, além de resgatar a identidade francesa, sempre mirando o que passou de modo a constituir o que se chama de história. Nora, porém, revoluciona a abordagem sobre o tema a partir da metamorfose da memória, partindo do presente aos múltiplos devires possíveis, com a representação do passado ressignificando o presente, como sendo um "espaço de experiência" (DOSSE, 2013, p. 184), tendo a narrativa como principal meio de tornar tais relações possíveis.

A partir dessas considerações, Dosse revela a importância da narrativa nessa construção do acontecimento histórico, uma vez que, segundo o autor, "a narração constitui a mediação indispensável para se fazer obra histórica e assim ligar o espaço de experiência ao horizonte de espera" (DOSSE, 2013, p. 184). Nessa perspectiva, a tragédia pode ser classificada como acontecimento histórico por produzir diversos efeitos que foram retratados pela imprensa, dimensionando suas consequências ambientais, antropológicas e evenemenciais[8].

6 - A cobertura do jornal no decorrer de um mês desde o dia do rompimento da barragem também compõe o *corpus* da dissertação que originou este artigo, como material auxiliar à análise.

7 - Esse conceito é aprofundado na obra *Les Lieux de mémoire*, de 1984. Resumidamente, o autor define que "lugar de memória" é a materialização daquilo que se tem uma "vontade de memória", ou seja, um documento, um espaço, uma imagem ou uma representação midiática.

8 - O termo deriva da palavra francesa *événementialités*, que significa "acontecimentalidade". No campo histórico, é o relato dos fatos e sua respectiva consequência, ou seja, a explicação da história, situando-a cronologicamente.

O jornal *O Tempo* relata os estragos ambientais causados pelo rompimento da barragem não só no município de Mariana, mas também no curso do rio Doce e cidades banhadas por ele, com o alto índice de mortandade de peixes e outros animais que dependiam diretamente do meio pluvial para sua sobrevivência. O jornal aponta, ainda, a relação de pescadores que dependem diretamente da pesca como renda familiar, ou seja, que foram prejudicados economicamente de forma indireta pelo rompimento da barragem de Fundão, uma vez que seu trabalho ficou impossibilitado. Mais do que a relação econômica com o rio, o jornal abordou também a importância espiritual para a população indígena que convivia diretamente com o rio atingido. Todas essas relações são trabalhadas, portanto, a partir do rompimento da barragem de Fundão, demarcando-o, então, como um acontecimento histórico, exigindo da equipe maior dedicação e tempo de apuração e aprofundamento nos assuntos tratados. De acordo com as editoras do jornal, "o acontecimento se impôs", apontando a elaboração do caderno especial como um produto de construção do acontecimento, uma vez que surge da necessidade de uma cobertura mais completa, não apenas o factual observado no jornal diário, feito, portanto, "a partir de um acompanhamento" daquele acontecimento, do que se suscitou no decorrer da cobertura rotineira.

O ENQUADRAMENTO NA COBERTURA JORNALÍSTICA

A partir da noção e conceituação de acontecimento, percebemos, portanto, a relação desse conceito com o de Enquadramento. De modo geral, a noção de enquadramento faz referência à fotografia, considerando o processo de posicionamento do que se deseja retratar pela lente. No campo das ciências sociais aplicadas, o conceito pode ser encontrado em outros estudos, sob diferentes perspectivas, estando, então, em processo de construção conceitual, sem um consenso claro sobre ele. Nesta seção, trabalharemos, sobretudo, com referenciais teóricos dos Estudos da Comunicação, tais como Porto (2004) e Gutman (2006). O objetivo é apontar classificações e categorias de análises ancoradas nos tipos de enquadramento feitos e escolhidos pelos veículos em análise, considerando a linha editorial, condição de produção, dentre outros aspectos que interferem na construção do discurso midiático. O primeiro paradigma a ser quebrado para se realizar uma análise de cobertura jornalística é a imparcialidade midiática. Considerar a mídia apenas como "fonte de informação", passada de forma objetiva, é ignorar o papel do sujeito na instância de produção, que carrega valores e opiniões que determinam a produção de um dado conteúdo, agregando pontos de vista e subjetividade à informação, como pudemos observar nos depoimentos das jornalistas entrevistadas para a dissertação que originou este trabalho. É nesse sentido, então, considerando a subjetividade da narrativa jornalística e a construção do enquadramento no processo de produção da notícia que vamos dedicar essa seção.

Porto (2004) define o conceito a partir de referenciais teóricos da Sociologia, da Psicologia e da Comunicação, foco de nosso interesse. Segundo Porto, na Sociologia, a noção de enquadramento é aplicada na análise das interações sociais, como "princípios de organização que governam os eventos sociais e nosso envolvimento nestes eventos" (PORTO, 2004, p. 78), sendo construídos socialmente

para dar sentido aos fatos. De acordo com Erving Goffman (1986), o enquadramento, na sociologia, nos permite entender o que está ocorrendo naquele determinado momento, tornando-se marco interpretativo geral, dando "sentido aos eventos e às situações sociais" (PORTO, 2004, p. 78).

Já no âmbito dos Estudos da Comunicação, o enquadramento, entendido com uma "ideia central organizadora", é considerado um modo de organizar o discurso por meio de práticas específicas, construindo uma determinada interpretação dos fatos. O enquadramento pode ser considerado, portanto, um jogo de "seleção e saliência", já que "seleciona alguns aspectos de uma realidade percebida e fazem-nos mais salientes em um texto comunicativo" (ENTIMAN, 1994, p. 294 *apud* PORTO, 2004, p. 82).

Dessa forma, há uma forte relação entre o enquadramento e a construção do acontecimento, uma vez que a mídia é capaz de modelar as representações da realidade que deseja mostrar ao seu público, como forma de construção social. Nesse sentido, o jornalista exerce um importante papel de interpretante da realidade ao formular o relato que constrói e o repassa por meio de seus textos midiatizados, como notícias e reportagens, ressaltando que ele constrói uma temporalidade enunciativa, a partir de interpretações que permitem ao público identificar e classificar os acontecimentos e as informações acerca deles nos ambientes midiáticos. Assim, entendemos o enquadramento como o que "se relaciona aos ângulos de abordagem dados aos assuntos pautados pelos meios de comunicação" (GUTMANN, 2006, p. 30).

Pensando no nosso *corpus* enquanto cobertura jornalística especial, o enquadramento é, então, o modo que se escolhe para produzir aquela narrativa jornalística. Ou seja, o enquadramento "orienta determinada cobertura, o que é diferente da simples ênfase a certas características do fato narrado" (GUTMANN, 2006, p. 45), sendo, portanto, o resultado do conjunto de construções e informações obtidas e orientadas a partir do acontecimento[9].

Para discutirmos a noção de enquadramento na comunicação, é preciso, ainda, levar em consideração quatro relações-chave, apresentadas por Gutmann (2006)[10], a partir dos estudos de Scheufele (1999): i) a construção do enquadramento; ii) o processo de enquadramento; iii) os efeitos nos indivíduos; iv) a relação entre os *framings* utilizados pela audiência e aqueles construídos pela mídia. Interessa-nos, aqui, as duas primeiras relações, principalmente, uma vez que focaremos nas condições de produção das narrativas jornalísticas escolhidas. Tais características se relacionam diretamente com a forma como o acontecimento é construído a partir do processo de enquadramento determinado por esses veículos.

Mais que aporte teórico, o processo de enquadramento também reverbera na metodologia que escolhemos abordar para esta pesquisa. Entendemos como processo as etapas da construção dos cadernos especiais e suas especificidades, determinados pelas condições de produção e orientações editoriais e ideológicas que os veículos devem seguir, como nos mostra, ainda, Gutmann:

9 - O enquadramento atua (e influencia) na construção do acontecimento, ao modelar o que define ser retratado. Nessa esfera, considerando as instâncias envolvidas no processo narrativo, está presente também o receptor daquela mensagem. Como nosso foco, aqui neste trabalho, é na instância de produção (como aprofundaremos no capítulo seguinte), não vamos detalhar as características e abordagens da recepção nesse contexto de enquadramento e construção do acontecimento. No entanto, é importante ressaltar que o receptor tem sido mais ativo na relação com o que se consome da mídia, influenciando, certa maneira, no conteúdo produzido, afastando-se da imagem de receptor imaginado quando se trata do público-alvo das publicações.

10 - Em seu texto, a autora trabalha, com maior ênfase, a relação do enquadramento com a recepção. Aqui, abordaremos os aspectos relacionados à instância produtora.

> os enquadramentos construídos pela mídia se relacionam com as rotinas produtivas do jornalista, pois fazem o profissional identificar e classificar rapidamente a informação e empacotá-la para uma eficiente leitura da audiência. Todd Gitlin define os enquadramentos como "padrões persistentes de cognição, interpretação, apresentação, seleção, ênfase e exclusão, através dos quais aqueles que trabalham os símbolos organizam geralmente o discurso, tanto verbal como visual" (HACKETT, 1993, p. 120-121 *apud* GUTMANN, 2006, p. 34).

Dessa maneira, ao escolher o que se deve mostrar, as condições que levaram a essas escolhas e o modo como é feita a cobertura, ancoramos nossa base teórica para a análise que faremos adiante. Por ora, atemo-nos à importância e à relação do discurso das mídias como parte desse processo de enquadramento e construção de significados a partir dos textos jornalísticos. Assim, é preciso reconhecer, portanto, o forte poder influenciador que as mídias possuem, principalmente a partir do enquadramento escolhido na representação de acontecimentos, permitindo, também, a classificação como

> uma representação a partir do real, uma representação onde se tem registrado um aspecto selecionado daquele real, organizado cultural, técnica e esteticamente, portanto ideologicamente [...] um modo de ver e compreender especial, de uma visão de um mundo particular, que cria/constrói a representação (KOSSOY, 2002, p. 59).

Ainda que tal assertiva de Kossoy relacione-se ao enquadramento fotográfico, em que os termos enquadramento e *framing* são frequentemente utilizados na perspectiva imagética, podemos relacionar o conceito e abordagem ao que ocorre nas mídias e na produção do jornalismo. Observamos, então, como se dá o enquadramento e a importância dele em coberturas jornalísticas, já que é capaz de orientar opiniões e produzir sentidos a partir das escolhas feitas pela instância de produção.

Porto (2004) avalia, inicialmente, que o enquadramento, muitas vezes, é feito de forma implícita, ou seja, o receptor não consegue identificar a fonte do seu conhecimento, tomando aquela versão, fruto de pontos de vista, como verdade absoluta. Este é o destino final do enquadramento: influenciar o receptor a tomar aquela seleção como representação real do fato.

O supracitado autor estabelece algumas classificações:

i) "enquadramento episódico", com foco em eventos, como é o caso do rompimento da barragem[11];

ii) "enquadramento temático", destacando o contexto analítico além dos fatos, como podemos observar no caso de coberturas especiais, em que há mais espaço e tempo para aprofundamento analítico da tragédia, em detrimento à cobertura factual típica de um jornal diário[12];

11 - Tal classificação remete, também, à definição de "acontecimento-acidente" dado o ineditismo da tragédia, como algo inesperado.

12 - Tal característica também foi abordada pelas entrevistadas do jornal *O Tempo*, que reconhecem a diferença de abordagem entre o caderno especial e a cobertura "factualizada", feita no dia a dia do jornal diário, em que se realiza uma narrativa mais objetiva e informacional.

iii) "enquadramento dramático", focado na violência e conflito (patemização[13] do fato), podendo ser observado quando se trata das perdas materiais e imateriais das vítimas da tragédia, utilizando-se recursos e estratégias sentimentais à cobertura, para despertar os afetos;

iv) "enquadramento moral", considerando o senso comum como aplicação da moral;

v) "enquadramento oficialista", que relaciona os dois anteriores para a construção da verdade[14].

Para exemplificar, o autor argumenta que, no Brasil, os enquadramentos estão cada vez mais visíveis na mídia, principalmente quando se trata da cobertura política. Porto (2004) cita como exemplo a disputa eleitoral entre Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva, em 1994 e 1998, analisando o tempo destinado a cada candidato no Jornal Nacional, temas abordados e tratamentos, de modo a apresentar os candidatos na dicotomia de herói e vilão, a partir da classificação de enquadramentos apresentada acima. Dessa forma, podemos identificar diferentes maneiras de realização do enquadramento sobre o mesmo tema e acontecimento, de acordo com a linha editorial e escolhas feitas pelo jornalista e o veículo a qual representa. Uma dessas formas de denotar o enquadramento é a gestão dos pontos de vista da instância de produção, que utiliza recursos discursivos a partir das escolhas lexicais que optam por usar, podendo denotar, portanto, aquilo em que acredita, como veremos a seguir.

GESTÃO DE PONTOS DE VISTA

Como vimos, a notícia/reportagem é construída a partir de um ponto de vista do sujeito que a produz. Dessa forma, percebemos que o posicionamento do veículo pode ser apreendido de diversas maneiras, da escolha do que é salientado em sua cobertura às palavras que serão utilizadas para caracterizar tal acontecimento[15]. Charaudeau (2015) elenca quatro principais tipos de posicionamento, no que se refere ao processo de relato do discurso de *outrem*:

i) intervenção nas palavras do enunciado de origem, operando uma transformação lexical;

ii) intervenção nas palavras de enunciação de origem, operando uma transformação da modalidade do dito;

iii) intervenção na significação enunciativa da declaração de origem, transformando o dito em ação de dizer, e o locutor de origem em agente desta ação (modo narrativizado);

13 - Calcada nos estudos da retórica, a patemização faz referência ao apelo sentimental do referido discurso, ou seja, os efeitos patêmicos, ligados ao *pathos*, o que o discurso visa impactar no auditório.

14 - Esses dois últimos tipos de enquadramento são mais observados quando se trata da relação da mídia com a política. Neste trabalho, não observamos essa recorrência, uma vez que não há, a princípio, o discurso moralista que envolve o acontecimento retratado.

15 - Ainda que não nos aprofundemos no conceito de aforização, proposto por Maingueneau (2010), ele faz uma relação da gestão de fontes com o enquadramento e os pontos de vista, categorias que sustentam nossa análise. O autor direciona sua atenção para os fragmentos destacados de um discurso, acreditando que, ao fazer tal recorte, o enunciado sofre uma alteração. A aforização prevê o receptor universal, ou seja, institui uma cena de fala onde não há interação entre dois protagonistas colocados no mesmo plano. É fundamentalmente monologal, tendo como efeito centrar a enunciação no locutor. Assim, "um texto é uma rede de pensamentos articulados por meio das restrições de jogos de linguagem de diversas ordens" (MAINGUENEAU, 2010, p. 13). O autor também comenta, em produção anterior (MAINGUENEAU, D. *Cenas da Enunciação*. POSSENTI, S.; SOUZA-E-SILVA, M. C. P. (org.). Parábola Editorial: São Paulo, 2008), sobre a noção de sobreasseveração, que é o destaque que a mídia dá, por meio da citação e da destacabilidade, a determinados termos ou sentenças, relacionando o locutor ao enunciador, podendo denotar, então, o seu ponto de vista.

iv) intervenção na enunciação do próprio locutor-relator, marcando uma certa 'distância' com relação à veracidade da declaração (muito utilizado com os condicionais tais como "teria sido" e outras marcas que denotam a imprecisão).

Essas reflexões assemelham-se àquelas realizadas por Rabatel (2013) no sentido de expressão e gestão de pontos de vista a partir do discurso relatado de *outrem*. Para teorizar sobre a gestão dos pontos de vista (PDVs) a partir das fontes utilizadas, tomemos inicialmente como base os estudos de Rabatel (2013), com o conceito relacionado ao enunciador e sua relação com o locutor, nos estudos da linguagem, conforme trataremos a seguir.

Baseado nos estudos de Ducrot (1984), Rabatel propõe a reflexão sobre locutor/enunciador que nos é fundamental para as análises sobre gestão de PDV. O autor distingue o locutor como o responsável pelo enunciado, em que, a partir deste, pode incluir outros enunciadores, até com PDVs diferentes dos seus. Assim, o locutor pode aproximar ou se distanciar dos enunciadores que coloca em cena em seu discurso. Eles são definidos como seres que se exprimem na enunciação sem, necessariamente, tomar a palavra.

De modo direto, tomemos nosso objeto de estudo, o jornalismo impresso: o jornalista, responsável pelo relato que se materializa em um texto jornalístico, é o responsável pelo enunciado e gere o seu PDV a partir do próprio texto, enquanto locutor/enunciador, ou evoca outros enunciadores, denominados, no campo jornalístico, como fontes e/ou personagens, que são representados por meio do discurso relatado direto (ou indireto) expressos por diversas formas, como mostra Maingueneau (2004).

Nesse sentido, Lessa (2016) lembra que o sujeito que se responsabiliza pela referenciação de objetos discursivos pode exprimir seu PDV diretamente, por meio de comentários explícitos ou indiretamente, por meio dos processos de referenciação: seleção e combinação de itens lexicais e sintáticos. Nessa esteira, o pesquisador retoma o pensamento de Rabatel (2005) a fim de "determinar os tipos de relações que se estabelecem entre os enunciadores encenados e o locutor, a fim de determinar quem assume os pontos de vista em um texto" (*op. cit*). É nesse contexto, portanto, que orientamos nossas análises, considerando que "enquanto locutor, o jornalista orienta a interpretação dos discursos relatados" (RABATEL, 2013, p. 54), indicando o PDV defendido pelo veículo, enquanto instituição a partir da qual enuncia.

Ao retomar a teoria polifônica de Ducrot, Rabatel (2013) defende que o enunciador é uma instância privilegiada de expressão da subjetividade, mas também ponto central de visadas argumentativas dos locutores. Ao mesmo tempo, mantém a definição de enunciador proposta por Ducrot, definido como a instância que se encontra na origem de um PDV expresso em um conteúdo proposicional, apesar de propor a análise de relações entre os enunciadores e o locutor que os coloca em cena, a fim de entender "quem assume o quê", diferenciando-os em relação à cena de enunciação em que se inserem.

Nesse contexto, o locutor, ou seja, o responsável pela enunciação, é um sujeito modal que visa influenciar o seu interlocutor através do discurso. Rabatel propõe, então, o estudo sobre como essa influência é feita, observando as modalidades[16] em que se manifesta a subjetividade no plano da

16 - Bally define a modalidade como "uma forma linguística de um julgamento intelectual, de um julgamento afetivo ou de uma vontade que um sujeito falante enuncia a propósito de uma percepção ou de uma representação de seu espírito" (BALLY, 1932, p. 3 *apud* BARROS, 2008, p. 69).

enunciação, com a presença de subjetivemas[17] que expressam um PDV. O autor acredita, portanto, que a ausência de marcas dêiticas[18] não implica a ausência de marcas modais, como defendera Benveniste.

Rabatel acredita, ainda, que a referência carrega duas características complementares que marcam a construção do sujeito enunciante: (i) o sujeito integrado à referência, que reflete o ponto de vista a partir do modo de apresentação dos referentes dos objetos do discurso; e (ii) os pronomes refletem seu próprio emprego, refletindo o ponto de vista a partir da inscrição do sujeito em seu discurso. Assim, "a referenciação dos objetos do discurso está articulada com a maneira como o locutor/enunciador se posiciona em seu discurso" (RABATEL, 2013, p. 25), como acrescenta:

> O locutor, responsável pelo enunciado, faz existir, através deste, enunciadores cujos pontos de vista e atitudes ele organiza. E sua própria posição pode se manifestar seja porque ele assimila a um ou outro desses enunciadores, tomando-o como representante, seja simplesmente porque ele escolheu fazê-los aparecer e sua aparição é significativa, mesmo se ele não se assimila a eles (DUCROT, 1984, p. 205 *apud* RABATEL, 2013, p. 32)

Dessa maneira, o autor defende que o ponto de vista pode ser expresso de forma direta, ou indireta, por meio de itens lexicais selecionados, atribuindo maior responsabilidade ao enunciador e como o locutor incorpora os referidos enunciadores no texto. No entanto, destacamos que há outras formas de aparição da subjetividade, além das marcas de pessoas, pronomes demonstrativos, advérbios, entre outras. O locutor, segundo Rabatel (2013), possui a escolha de uma enunciação embreada ou desembreada[19] e, nestes dois planos, também pode escolher imprimir à sua enunciação um contorno subjetivante ou objetivante.

> A separação locutor/enunciador é fundamental: se um enunciador monológico (contanto que o enunciado não seja um artifício) comporta um locutor e um enunciador em sincretismo, ao contrário, os enunciados dialógicos, que são a norma, comportam mais enunciadores que locutores, sobretudo no caso do dialogismo interno, ou seja, nos casos em que os PDVs são expressos em "frases sem palavra" (RABATEL, 2013, p. 30).

Nesse sentido de identificação do locutor e enunciador, o autor lembra que Ducrot atribui um espaço distinto entre o locutor e o enunciador, considerando que alguns pontos de vista são assumidos pelo locutor, outros não. Assim, todo locutor é o enunciador, que assume o conteúdo proposicional, mas nem todo enunciador é locutor. É a partir dessa assertiva que se define que o locutor é quem se responsabiliza pelo enunciado e faz existir enunciadores cujos PDVs e atitudes ele organiza, por recursos linguísticos, como aplicamos nesta pesquisa.

17 - Os subjetivemas são unidades significantes cujo significado comporta o traço (subjetivo), cuja definição semântica exige a menção do seu utilizador. Dessa maneira, os termos carregam todos os tipos de julgamentos interpretativos "subjetivos" inscritos no inconsciente lingüístico da comunidade (LESSA, 2016, *notas de aula*).

18 - A referência dêitica ocorre quando o referente ao qual se relaciona se encontra na situação de comunicação imediata a qual se insere.

19 - A enunciação embreada faz referência à noção de discurso enquanto o enunciado organizado pelo locutor. Já a desembreada (do plano não embreado) faz referência à narrativa relacionada à história (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2016).

> A partir do momento em que o ponto de vista não se limita a uma dimensão constativa, mas integra um fazer ver, um fazer pensar, um fazer dizer, um fazer agir, mesmo que indiretamente, a partir do momento que os enunciados acumulam um valor descritivo, denotando estados de coisas e um valor interpretativo exprimindo julgamentos do enunciador sobre os objetos do discurso, esses últimos equivalem a um ato de linguagem indireto: mesmo se o ponto de vista do enunciador se exprime em uma frase sem fala, sua dimensão argumentativa indireta lhe atribui esse valor de ato (RABATEL, 2013, p. 35).

Assim, podemos inferir que o locutor está em toda parte por meio da encenação dos enunciadores, falando por meio de simulacros. Considerando que a expressão do PDV se dá por meio de itens linguísticos apresentados acima, Koch e Cortez (2015) apresentam reflexão ancorando-se em Rabatel (2013) ao afirmarem que "a análise das formas nominais possibilita investigar as relações entre locutor e enunciador no discurso, o que caracteriza fundamentalmente a expressão do ponto de vista" (KOCH e CORTEZ, 2015, p. 37).

Aplicando tais reflexões teóricas no nosso objeto de estudo, chegamos à gestão de PDV em um material jornalístico, carregado de subjetivemas, discursos relatados e, muitas vezes, apresentando uma tentativa de objetividade da informação, por meio de verbos mais neutros para indicar a busca da imparcialidade midiática, mas que estão relacionados ao PDV que o locutor/enunciador carrega e busca defender por meio dessas estratégias linguístico-discursivas.

Já no campo da Comunicação, Maia (2008) exemplifica a narrativa jornalística, com discursos relatados diretos e indiretos, indicando apoio (ou aversão) ao que está sendo retratado. A autora sinaliza que "enquanto algumas vozes ganham proeminência, outras são marginalizadas nas narrativas midiáticas" (MAIA, 2008, p. 107). Tal gestão de vozes é ponto crucial em nosso estudo, visto que o veículo estudado, a partir dessas reflexões teóricas, reafirma seu posicionamento a partir do protagonismo de determinadas fontes em detrimento de outras. A autora cita Fairclough (1995), que defende que o equilíbrio (ou a falta dele) de vozes não é mensurado apenas pelo número de aparições, mas a partir do "ordenamento e hierarquização das emissões" (FAIRCLOUGH, 1995 *apud* MAIA, 2008). A autora complementa que "certas posições ou certos discursos de determinados atores sociais podem ser assumidos pelas narrativas ou pelas opiniões jornalísticas" (MAIA, 2008, p. 107). Tal realidade de protagonismo e silenciamento de vozes se dá pela "estrutura de acesso aos canais dos media (que) tendem a reproduzir as assimetrias de poder existentes na sociedade" (*op cit.*).

Mais que recursos coesivos, os léxicos referenciais denotam pontos de vista. Por isso a escolha lexical não pode ser entendida como um mero "sorteio" em uma lista de itens, mas como determinante na tomada de posição a partir do enquadramento escolhido. Dessa forma, palavras com papéis anafóricos podem denotar ponto de vista e a subjetividade do sujeito produtor do discurso. O léxico, então, ocupa uma posição variável, flexível, abandonando o aspecto unidirecional e estável, firmando-se como posições enunciativas, como afirmam Koch e Cortez:

> [...] as formas nominais referenciais, como estratégias de referenciação, desempenham papel importante para a construção do ponto de vista, porque sua seleção lexical aponta para uma instância discursiva ou centro de perspectiva – o narrador/personagem – a partir do qual o fato é apreendido e os objetos de discurso apresentados (KOCH; CORTEZ, 2015, p. 34).

Em trabalho anterior, Koch (2005) já defendia a roteirização dessa construção do ponto de vista do leitor a partir da escolha lexical e caminhos indicados pelo jornalista na reportagem. Mesmo levando em consideração a mudança do papel do receptor e de como ele absorve a mensagem, essa premissa nos é importante para compreender o papel ideológico da reportagem e das seleções que são feitas e utilizadas no decorrer do texto, como observaremos a seguir na análise.

DESCRIÇÃO DO *CORPUS* E ANÁLISE

Como apresentado anteriormente, este artigo analisa o caderno especial do jornal mineiro *O Tempo*, da SEMPRE Editora. O caderno especial do jornal *O Tempo* tem o título "Um adeus ao rio Doce"[20], acompanhado da foto de um rapaz que segura um peixe morto, sendo a cor marrom, referente à lama, a predominante na foto e plano de fundo. Já à primeira vista, percebe-se que o tema central do caderno é a destruição ambiental, abordando, pois, a morte do rio Doce, atingido pela lama despejada pelo rompimento da barragem. O foco da foto, apesar de apresentar o rosto do menino, é no peixe morto, que está em primeiro plano. Tais características podem ser observadas, também, na primeira página do caderno especial, que funciona como um editorial[21], pois apresenta o jornal que se segue. No texto, o veículo se porta distante fisicamente dos locais com o uso dos advérbios de localização como "ali", em destaque na fala da repórter, e dos verbos de movimento como "acompanhou" e "foram", indicando o percurso que a reportagem do jornal fez para produzir o material. É enfatizado o tamanho da tragédia, dimensionando a extensão dela, que cruzou o estado de Minas Gerais até chegar ao mar, no Espírito Santo.

Para esta análise, escolhemos duas reportagens representativas da edição, entendendo que ela se divide em dois grandes temas. A primeira parte versa sobre a tragédia e seus impactos diretos e a segunda sobre as consequências a longo prazo e possíveis soluções e saídas para a recuperação do meio ambiente.

20 - Importante ressaltar que o caderno data de 27/11/2015, sendo publicado, portanto, no domingo que antecede o "aniversário" de um mês da tragédia, como representação de acontecimento por ocasião de aniversário (DOSSE, 2013).
21 - Ver CÂMARA, 2016.

O AMARGO DO RIO DOCE

"O rio morreu. Acabou. Não sei se algum dia irei pescar aqui novamente. Talvez meus filhos, espero que sim, mas não tenho muita esperança", diz o pescador com os olhos embaçados

Figura 1: "O amargo do rio doce" é a reportagem que abre o caderno especial.
Fonte: Jornal *O TEMPO*, edição 6.923 (2015)

A primeira reportagem leva o título de "O amargo do rio Doce" e aborda a destruição do rio sob a perspectiva pessoal de um pescador, apesar de focar no meio ambiente. Em tom emotivo, a fala em destaque do personagem da matéria lamenta a morte do rio, dizendo que acabou, eliminando, também, a esperança de voltar a pescar ali, descrevendo a emoção ao relatar o depoimento.

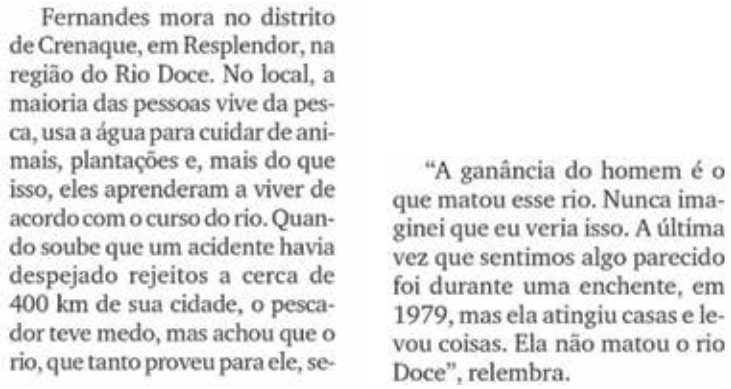
> "O rio morreu. Acabou. Não sei se algum dia irei pescar aqui novamente. Talvez meus filhos, espero que sim, mas não tenho muita esperança", diz o pescador com os olhos embaçados

Figura 2: Fala em destaque mostra a relação sentimental da fonte com o rio, indicando a emoção do personagem.
Fonte: Jornal *O TEMPO*, edição 6.923 (2015)

A única fonte dessa reportagem é o pescador Antônio José Fernandes, da população ribeirinha de Resplendor/MG. O texto aborda a relação do morador com o rio, mostrando a profunda dependência da região pela pesca e agropecuária, ligadas às águas do rio Doce. O tom emotivo dos relatos do personagem remete às lembranças e à vida que levava no local, em uma relação pessoal e de família, admiração e respeito ao que se construiu e que agora era destruído. No entanto, ao se referir ao rompimento da barragem, já no segundo parágrafo do texto, a repórter utiliza a palavra "acidente", ao retomar o termo, o que contraria, de acordo com as editoras do jornal, a abordagem orientada. Na entrevista, as editoras

são enfáticas ao afirmarem que o jornal "não usa a palavra acidente", como "obrigação moral do jornal", previamente definida no veículo. No entanto, não é o que percebemos ao analisar as reportagens.

Como vimos, termos axiológicos na função de anafóricos exercem forte influência na gestão de pontos de vista que se deseja expressar e defender (KOCH; CORTEZ, 2015). Ainda tomando como base teórica a ideia de "encapsulamento" das autoras, é relatada uma comparação com uma enchente ocorrida em 1979, como forma de naturalização da tragédia, ainda que aborde a "ganância humana" como principal causa, não citando, em nenhum momento, os nomes das empresas e suas respectivas responsabilidades socioambientais em empreendimentos e casos como esse.



Fernandes mora no distrito de Crenaque, em Resplendor, na região do Rio Doce. No local, a maioria das pessoas vive da pesca, usa a água para cuidar de animais, plantações e, mais do que isso, eles aprenderam a viver de acordo com o curso do rio. Quando soube que um acidente havia despejado rejeitos a cerca de 400 km de sua cidade, o pescador teve medo, mas achou que o rio, que tanto proveu para ele, se-

"A ganância do homem é o que matou esse rio. Nunca imaginei que eu veria isso. A última vez que sentimos algo parecido foi durante uma enchente, em 1979, mas ela atingiu casas e levou coisas. Ela não matou o rio Doce", relembra.

Figura 3: Texto utiliza a palavra "acidente" como termo anafórico (à esquerda) e faz comparação (à direita) com um incidente natural.
Fonte: Jornal *O TEMPO*, edição 6.923 (2015)

O sentimento descrito em todo texto sobre a morte do rio é de dor e sofrimento, a partir do relato do PDV do pescador, mesmo quando se refere ao trajeto que a lama percorreu, operando uma personalização do meio ambiente, mas principalmente quando se trata das pessoas que dependiam dele para sobreviver. Destacamos, aqui, o jogo de palavras que o locutor-jornalista faz com os advérbios de tempo "antes e depois" e "antes e agora", em uma dicotomia entre "vida e morte". Outro ponto que observamos é em relação ao distanciamento que este locutor efetua em relação ao local, ao rio e à vida do pescador e ao sentimento de pertença do personagem. O locutor-jornalista frisa que "encontrou o pescador no mesmo local", sempre se referindo como "ali", enquanto Antônio se refere ao rio como "aqui" e às atividades como "tradição de família". Ainda nesse sentido, o rio é relacionado à vida dele e da população ribeirinha, em oposição à morte relatada e presenciada no presente: antes, ele mantinha admiração e respeito, com esperança, vida e beleza; agora, sente cheiro de morte que assola, em uma rotina de despedida.

Na ilustração, são utilizadas duas fotos, como "antes e depois" de a lama passar pelo local e destruir o rio. Na primeira, é possível ver a alegria do personagem pela esperança de continuar pescando, ao exibir alguns pescados, com o rio azul ao fundo. Na outra, o pescador posiciona-se em sinal de luto e respeito, sem o fruto do seu trabalho, com o rio marrom ao fundo, como observamos na figura a seguir. O jogo de cores, até mesmo da camisa utilizada pelo pescador, é interessante observar e relacionar ao

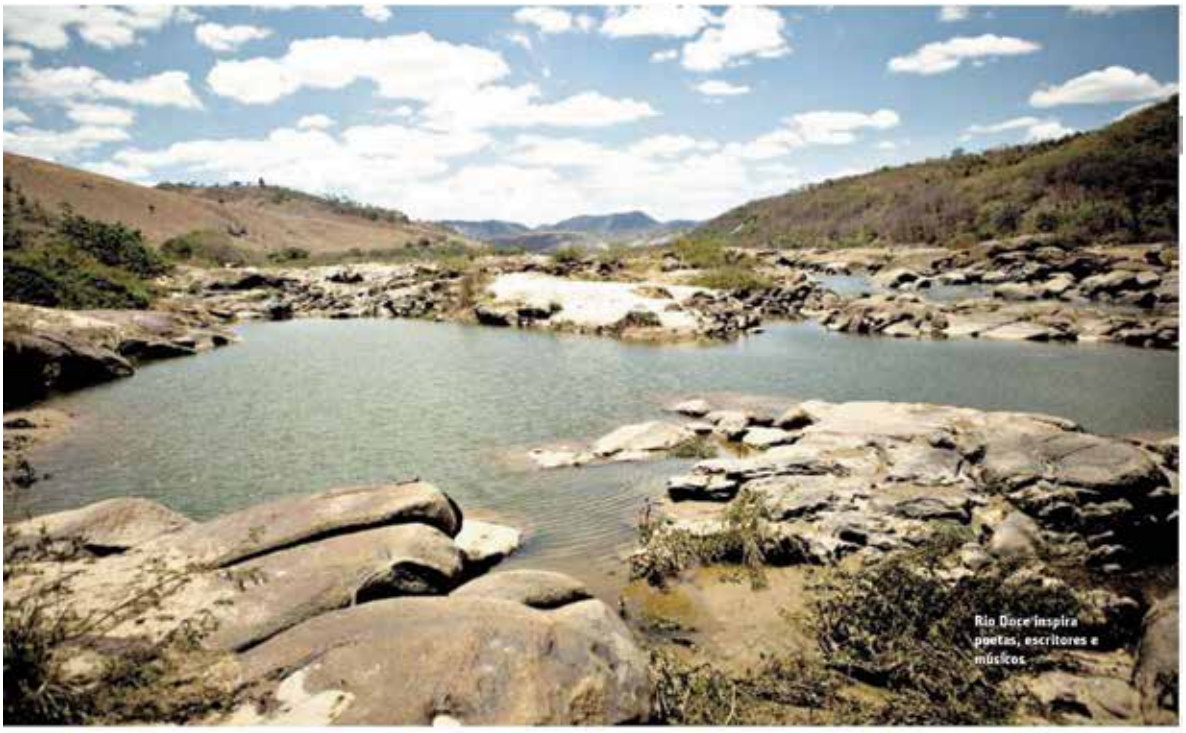
texto, que afirma que a cor do rio se transformou por causa da lama e causa o sentimento de dor no personagem, encenando um antagonismo entre vida e morte, alegria e tristeza.

O AMARGO DO RIO DOCE

"O rio morreu. Acabou. Não sei se algum dia irei pescar aqui novamente. Talvez meus filhos, espero que sim, mas não tenho muita esperança", diz o pescador com os olhos embaçados

Figura 4: As fotos que ilustram a reportagem denotam o sentimento de luto ao rio.
Fonte: Jornal *O TEMPO*, edição 6.923 (2015)

A segunda metade do caderno especial se dedica a outras histórias ligadas ao rio Doce, resgate histórico sobre tragédias semelhantes, cobrança por punição e o que pode se esperar do futuro aos moradores e aos rios. A relação do rio com a literatura é o principal foco da reportagem "Histórias de águas doces".



HISTÓRIAS DE ÁGUAS DOCES

"O menino tinha certeza de que havia nascido no dia em que viu o rio. Na sua memória, não havia nada antes daquele dia. O menino amou o rio ...", escreveu Ziraldo

BÁRBARA FERREIRA

Pela Bacia Hidrográfica do rio Doce, em sua porção mineira, o bandeirante Borba Gato chegou à região de Ouro Preto e, posteriormente, a Sabará, ainda no século XVII. O rio, ao longo de seus 853 km, também passa pela Itabira de Drummond, passeia pela Caratinga de Ziraldo, corta a quente Governador Valadares e tantos outros municípios grandes e pequenos de Minas Gerais e também do Espírito Santo.

Essa relação do rio com a população das cidades a suas margens, inclusive nas ameaças provocadas pelo desenvolvimento econômico ao curso d'água, foi retratada em poemas, músicas e muita história.

Para Carlos Drummond de Andrade, o rio sempre será doce, mas, em seu poema "Lira Itabirana", o poeta já previa o amargor vindo da mineração e da Vale.

Nos anos 80, ele escrevia: "O Rio? É doce/ A Vale? Amarga/ Ai, antes fosse/ Mais leve a carga". E, em seguida, questionava: "Quantas toneladas exportamos/ De ferro? /Quantas lágrimas disfarçamos /Sem berro?".

O rio Doce também foi inspiração para livros infantis. O cartunista Ziraldo, em 1996, lançou o livro "O Menino do Rio Doce", que é uma espécie de lembrança de sua infância, vivida em Caratinga.

"O menino tinha certeza de que havia nascido no dia em que viu o rio. Na sua memória, não havia nada antes daquele dia. O menino amou o rio, pois acreditou que o rio também havia nascido no dia em que ele o viu", escreveu o autor.

São diversas obras, mas talvez a mais profética tenha sido a da escritora Geny Vilas-Novas, que lançou um livro intitulado "Adeus, rio Doce". Natural de Pedra Corrida, distrito de Periquito, a escritora agora prepara o lançamento de outros dois livros, ambos inspirados nessas águas doces.

Do lado capixaba, o Doce também ganhou registros de gente importante no meio literário. O escritor Rubem Braga descreve a parte do rio que passa pelo Espírito Santo nas crônicas "Barra do Rio Doce" e "O Lavrador". Nascido em Cachoeiro do Itapemirim, interior capixaba, Braga fala do rio, quando "ainda se podia requerer duas colônias de cinco alqueires" e explicita toda essa relação dos agricultores, pescadores e lavradores com as águas da região.

Figura 5: "Histórias de águas doces" mostra a relação do rio com a literatura

Nela, importantes obras literárias, cujo tema é o rio Doce, são elencadas, demonstrando a relação pessoal que se estabelece entre moradores de cidades banhadas por ele com o curso d'água, que se eternizam em poemas, músicas e histórias. Como exemplo, a reportagem encena PDVs das obras de Ziraldo, Carlos Drummond de Andrade, Geny Vilas-Novas e Rubem Braga, que sinalizam uma relação emocional dos escritores com o rio, como parte do enquadramento emotivo/literário escolhido para essa reportagem. Ao fazer tal recorte, o locutor-jornalista também aborda a dor pela morte do rio e estabelece a relação dele com a empresa Vale, também responsável pela barragem rompida, exemplificando que o "amargor vindo da mineração" já é antigo e previsto, como se pode perceber pelo uso da modalização em discurso segundo "Para Carlos Drummond de Andrae", como observamos na figura abaixo.

Para Carlos Drummond de Andrade, o rio sempre será doce, mas, em seu poema "Lira Itabirana", o poeta já previa o amargor vindo da mineração e da Vale.

Nos anos 80, ele escrevia: "O Rio? É doce/ A Vale? Amarga/ Ai, antes fosse/ Mais leve a carga". E, em seguida, questionava: "Quantas toneladas exportamos/ De ferro? /Quantas lágrimas disfarçamos /Sem berro?".

Figura 6: Matéria aborda a relação da literatura com o rio Doce, mostrando um poema polêmico de Drummond, que cita a Vale e "prevê" destruição.
Fonte: Jornal *O TEMPO*, edição 6.923 (2015).

A foto ilustrativa é de um trecho do rio com águas azuis, pedras, montanhas e o céu limpo, esboçando a inspiração que provoca. Logo abaixo do texto, aparecem três fotos dos responsáveis pela cobertura do próprio jornal, em um texto assinado por toda essa equipe. Assim, os repórteres relatam como foi a cobertura, o que sentiram ao realizar o trajeto do rio, em uma aproximação com a situação. No entanto, demarcam-se distantemente do rio Doce, ao afirmarem que não imaginaram que teriam "esse contato tão próximo" com ele. Apesar desse distanciamento, mostram-se solidários e testemunhas das tristezas que presenciaram e que afetaram as populações às quais visitaram e conheceram. Ao enfatizar o tamanho e profundidade da tragédia e a dor sentida pelas vítimas, os repórteres creditam o valor da memória dada à cobertura, afirmando que nunca esquecerão tais momentos e sensações, atribuindo para si os próprios pontos de vista defendidos no relato e na relação dele com as reportagens que compõem o caderno. O tom de luto, de despedida e de tristeza é muito forte, como parte do enquadramento emotivo/dramático que o jornal adotou em algumas reportagens e, principalmente, nas imagens.

Entre o ofício e a estrada, histórias marcantes de uma triste despedida

A pauta surge pelo caminho da lama. Saímos para seguir os rejeitos, que partiam rumo ao mar. Pelo percurso, ela se transforma, não era mais apenas um rastro, mas passa a ser sobre um rio e tudo que ele carrega consigo. Começamos a contar histórias, a vivenciar cada pedacinho dele e, quase como uma nota fúnebre, nos despedimos, junto com quem vive a suas margens.

Alguns lugares foram especiais, outros, tristes, e alguns, muito contemplativos. Para cada um de nós, aquilo ressoou de uma maneira. Um ficou encantado ao ver as belezas do rio antes da chegada da lama, o outro se impressionou com o cheiro forte vindo das águas, e a repórter, com a morte dos animais.

Nunca imaginávamos que faríamos esse trajeto e, muito menos, que teríamos esse contato tão próximo com o rio Doce. Lamentamos que tenha sido em um momento tão triste, mas cada pedacinho dessa longa jornada nos afetou definitivamente.

Aprendemos que as pessoas são apegadas à natureza que as cerca. Elas aprendem a viver e a respeitar o que lhes é dado pela água e pelo meio ambiente. Vimos muito choro, e a maior parte dele veio justamente de pessoas que não conhecem outra forma de vida além do rio.

O rio era lindo. Agora ele é turvo e retrata uma tragédia. Um rastro de tristeza que passa, vila por vila, quilômetro por quilômetro, e que não sabemos quando irá acabar. Talvez nunca. Talvez os netos desses que têm o rio como sua fonte vital apenas mantenham isso na lembrança. Mas essa história, acreditamos, nunca deixará de ser contada. Nós, pelo menos, nunca a esqueceremos.

(Bárbara Ferreira, Lincon Zarbietti, Robson Santos)

Figura 7: Trecho exalta trabalho da equipe de reportagem, que demonstra certo distanciamento do

objeto retratado e a importância da cobertura como preservação da memória.
Fonte: Jornal *O TEMPO*, edição 6.923 (2015)

Dessa forma, observamos, de modo geral, que o caderno do jornal *O Tempo* foca na questão ambiental, mesmo que retrate algumas das vítimas da tragédia. As imagens ilustram mais a paisagem e os ambientes naturais dos locais atingidos, com raras exceções de destaque para pessoas, ainda que não sejam as vítimas diretas. Esse enquadramento ambiental, com fontes especializadas e carência de depoimentos pessoais, com termos axiológicos que remetem a causas naturais, demonstra o ponto de vista escolhido e defendido pelo veículo, ainda que indiretamente. No quadro abaixo, apresentamos um breve resumo analítico das duas reportagens selecionadas da cobertura do jornal *O Tempo*.

Quadro 1: Resumo analítico da cobertura do jornal *O Tempo*.

REPORTAGEM	TEMA	GESTÃO DE VOZES	ÍNDICE DE SUBJETIVIDADE - TERMOS AXIOLÓGICOS	TRATAMENTO DE IMAGENS	LEITURA CONOTATIVA
O amargo do rio Doce	Destruição do rio (sob a visão de um pescador) e a relação do personagem com ele	Antônio José Fernandes, pescador	"Acidente" como termo anafórico	"Antes e depois" do rio, "alegria x tristeza" no semblante do personagem	Apesar de utilizar uma vítima indireta da tragédia, dando um tom pessoal e sentimental à abordagem da destruição do rio, o texto ainda utiliza o termo "acidente" para caracterizar o rompimento da barragem e o compara a uma enchente, de ordem natural, mesmo que responsabilize a "ganância humana" pelas tragédias descritas.
Histórias de águas doces	Relação do rio com a literatura	Apresenta as obras de Carlos Drummond de Andrade, Geny Vilas-Novas, Rubem Braga e Ziraldo. Na segunda parte, depoimento dos repórteres Bárbara Ferreira, Lincon Zarbietti e Robson Santos.	"Amargor vindo da mineração", indicando a responsabilidade das empresas e o temor antigo e previsto.	Foto do rio limpo, representando a inspiração artística, e, abaixo, fotos dos rostos dos repórteres do jornal.	Relaciona o rio à memória e objeto de inspiração para escritores. O depoimento dos repórteres demarca certo distanciamento da realidade do rio Doce, mas demonstra o envolvimento sentimental pela cobertura e a tragédia visitada.

Fonte: Elaborado pelo autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, pudemos observar como se dá a gestão de pontos de vista a partir das escolhas lexicais, as fontes utilizadas e o enquadramento dado a determinado acontecimento, considerado como tal a partir da midiatização dele. Vimos que, ainda que de maneira naturalizada, os termos axiológicos podem demonstrar o posicionamento ideológico-político do jornal, partindo do pressuposto de que as palavras não são escolhidas nem utilizadas ao mero acaso.

Assim, percebemos que a cobertura do jornal *O Tempo*, seja pela condição de produção, seja pela abrangência do veículo, além de outros possíveis fatores que podem influenciar nessa questão, foca nas consequências e alcances ambientais as quais a tragédia tomou. A partir das escolhas lexicais, podemos perceber a naturalização da tragédia com termos anafóricos retomando a palavra "acidente" e com a relação a outras tragédias ambientais, mas que foram causadas por fatores naturais. Além disso, observamos, também, a inserção da equipe na cobertura e a respectiva representação dela, em detrimento ao maior destaque às vítimas diretamente atingidas, principalmente locais do subdistrito de Bento Rodrigues, que foi destruído com o rompimento da barragem da Samarco.

Como parte de uma pesquisa maior, o artigo buscou fazer um recorte da cobertura midiática impressa em relação ao referido acontecimento. Acreditamos na relevância de se realizar pesquisas nessas áreas que buscam refletir a prática jornalística, sobretudo em relação a grandes acontecimentos como esse, não deixando que a principal tragédia socioambiental do país passe despercebida pela sociedade e pela Academia, dando luz a questões humanitárias e sociais, valorizando o poder e a importância da pesquisa acadêmica inserida em uma sociedade plural.

REFERÊNCIAS

BRETAS, Beatriz. Propagação telemática dos acontecimentos e novos fazeres midiáticos. In: FRANÇA, Vera Regina Veiga e OLIVEIRA, Luciana (org.). **Acontecimento**: reverberações. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012, p.67-79.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2015.

CORTEZ, Suzana. A representação de pontos de vista em reportagens de revista feminina. In: Emediato, W. **A construção da opinião na mídia**. Belo Horizonte: NAD, 2013, p. 293-316.

DOSSE, François. **Renascimento do acontecimento**: um desafio para o historiador: entre esfinge e Fênix. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

EMEDIATO, Wander. A construção da opinião na mídia: argumentação e dimensão argumentativa. In: Emediato, W. (Org.) **A construção da opinião na mídia**. Belo Horizonte: NAD, 2013, p. 69-103.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça; CORTEZ, Suzana Leite. A construção heterodialógica dos objetos de discurso por formas nominais referenciais. **ReVEL**, vol. 13, n. 25, 2015.

MAIA, Rousiley C. M. Deliberação e mídia. In: MAIA, R.C.M. (org.). **Mídia e deliberação**. Rio de

Janeiro: Ed. FGV, 2008, p. 93-122.

MORAES, Dênis de. Agências alternativas em rede e democratização da informação na América Latina. In: MORAES, D; RAMONET, I; SERRANO, P. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. 1. ed. São Paulo: Boitempo. 2013, p. 103-144.

MOREIRA, Carla Barbosa. Censura e silenciamento no discurso jornalístico. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves (org.). **Mídia e memória**: a produção de sentidos nos meios de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p. 319-342.

O TEMPO. **Agonia de um rio**. 6.923ª edição, 20p. Belo Horizonte, Novembro, 2015.

PORTO, Mauro P. Enquadramento da mídia e política. In: Albino, A; Rubim, C, A. (Orgs.) **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. São Paulo: Unesp, 2004, p. 74-104.

RABATEL, Alain. O papel do enunciador na construção interacionais dos pontos de vista. Tradução Wander Emediato. In: EMEDIATO, Wander. (Org.). **A construção da opinião na mídia**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, Núcleo de Análise do Discurso, 2013. p. 19-61.

QUANDO CASOS DE VIOLÊNCIA VIRAM CASOS DE FAMÍLIA:

A Lei Maria da Penha em um talk show popular

Rafael Barbosa Fialho Martins
(Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG.
rafaelbfialho@gmail.com)

RESUMO
O presente artigo visa analisar os modos pelos quais o talk show Casos de Família (SBT) constrói enquadramentos sobre a violência doméstica contra a mulher. O estudo tenta responder a questões como: em que momentos do programa a referida lei é citada?; como a lei é discutida pela apresentadora, pela psicóloga, pela plateia e pelos convidados do programa?; quais espaços são dados para visibilidade de medidas de prevenção e denúncia de violência doméstica?, entre outras. Como resultado, percebe-se a grande importância das histórias de vida para a construção do tema no programa, que pode ser pensado como um espaço privilegiado para visibilidade e combate ao referido problema.

PALAVRAS-CHAVE
Casos de Família; Violência doméstica; Lei Maria da Penha; Talk show popular; SBT

ABSTRACT
This article aims to analyze the strategies which the TV talk show"Family Cases" (Casos de Família, SBT) uses to build frameworks about domestic violence against women. The study tries to answer questions such as: when the program cites the law?; how is the law discussed by the host, the psychologist, the audience, and the program guests?; what spaces are given for the visibility of measures of prevention and denunciation of domestic violence?, among others. As a result, we can see the great importance of the life stories for the construction of the theme in the program, which can be thought of as a privileged space for visibility and combat the problem.

KEYWORDS
Casos de Família; Domestic Violence; Maria da Penha's law; Popular talk show; SBT.

INTRODUÇÃO

O trabalho busca empreender uma análise sobre *Casos de Família,* um dos programas filiados à matriz popular da televisão exibido de segunda a sexta às 15h45 pelo SBT. Grosso modo, a atração

pode ser caracterizada como um *talk show* baseado nas narrativas do cotidiano de pessoas comuns, permeadas por problemas cujas soluções/encaminhamentos seriam apontados com a ajuda de um perito da psicologia, as opiniões da plateia e os conselhos da apresentadora Christina Rocha. Com a premissa de estar cumprindo uma "missão social", *Casos*, eventualmente, investe mais fortemente em edições voltadas para a discussão de temas problemáticos e controversos da sociedade brasileira, como: diversidade de gêneros, adoção, AIDS, reintegração de ex-detentos, dependência química e violência contra a mulher.

Partindo dessa perspectiva, o artigo apresenta como proposta de estudo a abordagem televisiva da violência doméstica contra as mulheres no referido programa. Em um recorte da pesquisa de doutorado[1] do presente autor, o objetivo do estudo proposto é compreender como *Casos de Família* constrói enquadramentos sobre a Lei Maria da Penha, importante meio de combate à violência doméstica.

Nosso estudo parte da constatação de que a TV é uma instância crucial de produção de sentido em mútua afetação com a sociedade, captando e emitindo suas tendências, movimentos e rumores (FRANÇA, 2009), tais como os enquadramentos a respeito da violência que ela dá a ver. Ocupando um espaço privilegiado na arena dos mais variados debates e questões da sociedade, a televisão não deve ser desconsiderada na reflexão sobre problemas centrais da realidade, como a violência de gênero, já que cotidianamente veicula temas a serem discutidos na esfera pública e estimula a participação da sociedade civil, dando lugar a múltiplas vozes.

MÍDIA E VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

No Brasil, estima-se que cinco mulheres são espancadas a cada dois minutos; o parceiro (marido, namorado ou ex) é o responsável por mais de 80% dos casos reportados. Ressaltamos a forte relação entre a violência doméstica e familiar e as altas taxas de mortes violentas de mulheres: dos 4.762 feminicídios registrados em 2013, 50,3% foram cometidos por familiares (33,2% de crimes praticados pelo parceiro ou ex) (DOSSIÊ, 2015).

Em consonância com o artigo 5º da lei 11.340, popularizada como "Lei Maria da Penha", consideramos a violência doméstica e familiar contra a mulher como

> [...] qualquer ação ou omissão baseada no gênero que lhe cause morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial: I - no âmbito da unidade doméstica, compreendida como o espaço de convívio permanente de pessoas, com ou sem vínculo familiar, inclusive as esporadicamente agregadas; II - no âmbito da família, compreendida como a comunidade formada por indivíduos que são ou se consideram aparentados, unidos por laços naturais, por afinidade ou por vontade expressa; III - em qualquer relação íntima de afeto, na qual o agressor conviva ou tenha convivido com a ofendida, independentemente de coabitação (BRASIL, 2006, s/p).

1 - A pesquisa busca compreender a abordagem do programa sobre a violência doméstica e encontra-se no terceiro ano de execução no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFMG).

A violência contra a mulher pode ser propriamente física, psicológica, sexual, moral ou patrimonial (muitas vezes sendo caracterizada a partir da combinação desses tipos de agressão), e enquadra-se como um tipo de violência de gênero, aquela que viola direitos humanos, em decorrência de uma relação assimétrica entre os gêneros – marcadas por noções problemáticas de modelos masculinos e femininos ancorados em hierarquias e desigualdades que estabelecem relações de poder entre os sexos (ZUMA et al, 2009).

No enfrentamento deste tipo de violência, a mídia tem papel importante que pode ser desempenhado de diversos modos. O "Dossiê Violência contra as mulheres", elaborado pelo Instituto Patrícia Galvão, destaca que o principal potencial dos meios de comunicação está em i) poder divulgar os direitos e serviços disponíveis às mulheres, que devem ser tratadas como cidadãs portadoras de direitos e não como vítimas e ii) cobrar qualidade e capilaridade dos serviços de atendimento, atuando com vistas ao impedimento da volta à situação de violência (DOSSIÊ, 2015).

A própria lei Maria da Penha, em seu artigo 8º, preconiza a importância do "[...] respeito, nos meios de comunicação social, dos valores éticos e sociais da pessoa e da família, de forma a coibir os papéis estereotipados que legitimem ou exacerbem a violência doméstica e familiar [...]" (BRASIL, 2006, s/p). Nesse sentido, várias iniciativas institucionais de monitoramento da abordagem da mídia sobre casos de violência têm sido concretizadas (CAMPOS, 2013), como o Observatório Brasil de Igualdade de Gênero que, no Relatório Anual 2009-2010, coloca:

> Entendemos que qualquer processo de reprodução ou de transformação social, hoje, deve necessariamente passar pelos meios de comunicação e, por isso, consideramos estratégico o monitoramento de como a mídia lida com os temas relacionados às mulheres e à igualdade de gênero de uma maneira mais abrangente (BRASIL, 2010, p. 44).

A despeito da importância do papel da mídia no enfrentamento da violência de gênero e das tantas recomendações dadas pela lei e por instâncias afins, vários estudos apontam as lacunas desse tipo de cobertura, nas quais, muitas vezes, são vistas representações e abordagens inadequadas da agressão e dos gêneros, o que pode contribuir para a permanência dos quadros de violência. Nos termos de Lima (2014), é como se a mulher apanhasse duas vezes – uma em casa e outra na mídia.

No que diz respeito à televisão brasileira, o tema da violência doméstica tem sido assunto de diversos programas, cujas abordagens suscitam pesquisas sobre como tais gêneros midiáticos se apropriam dessa problemática – desde os telejornais até as telenovelas. Contudo, o *talk show* popular ainda não recebeu os mesmos investimentos de pesquisa, embora haja uma recorrente vinculação desse tipo de programa ao gênero feminino.

Programas como *Ricki Lake, Oprah* e vários outros foram historicamente associados às mulheres, já que tais *shows* concebem o público preferencial como uma mulher que é mãe, uma dona de casa afeita a narrativas emocionantes sobre questões domésticas socialmente atuais (WETSCHANOW, 1999), perspectiva que motivou diversas análises a respeito da relação entre *talk shows* e o gênero feminino. Tais estudos, que ora se mostram entusiastas dos programas ora apresentam fortes ressalvas a eles,

concordam sobre a contribuição dos *talk shows* para a discussão de gênero a partir do momento em que tornam questões privadas como exemplos de problemas públicos e dão espaço para grupos invisíveis ou vítimas de opressões, como as mulheres. Essa mesma percepção foi evidenciada por Freire Filho, Castellano e Fraga (2008) ao analisarem o programa de Christina Rocha:

> *Casos de Família* alça as mulheres ao centro do dispositivo televisivo, seja como público, seja como apresentadora, ou, ainda, como convidadas (na condição de esposa, mãe, amiga, dona de casa ou chefe de família; a situação profissional, quando referida, é renegada a um plano bastante secundário) (FREIRE FILHO; CASTELLANO; FRAGA, 2008, p. 9).

Assim, por voltar-se preferencialmente para as mulheres[2], acreditamos que o programa configura-se como espaço pertinente para a observação da violência de gênero da qual as mulheres brasileiras são vítimas cotidianamente.

METODOLOGIA

A violência doméstica é recorrente em *Casos de Família*; uma busca no *Youtube* resulta em mais de vinte edições sobre o tema. Dentro desse conjunto, foram selecionadas aquelas edições que fazem qualquer tipo de menção à Lei Maria da Penha, perfazendo um total de oito programas, que foram submetidos a uma análise de enquadramentos.

Pensando os quadros de sentido como uma "moldura" que baliza as interações dos sujeitos e dá a ver tais relações, cada programa oferece uma gama de enquadramentos que visamos analisar caso a caso para que sejam os modos pelos quais *Casos de Família* enquadra a violência doméstica. Para isso, elencamos algumas indagações que procuram entender como todos os envolvidos na narrativa do programa agenciam e constroem enquadramentos e quais são esses quadros convocados para dotar de sentido as interações sobre a violência doméstica que eles vivenciam, praticam, observam, opinam sobre ou assistem no palco. Assim, os programas foram analisados à luz de algumas questões, como:

i) em que momentos do programa a referida lei é citada?;
ii) como a lei é discutida pela apresentadora, pela psicóloga, pela plateia e pelos convidados do programa?;
iii) quais espaços são dados para visibilidade de medidas de prevenção e denúncia de violência doméstica?, entre outras.

2 - O diretor do programa, Rafael Bello, afirmou em entrevista ao jornal *Agora São Paulo*: "De olho no público feminino, pensamos em abordar temas que fazem parte do cotidiano da dona de casa. Situações que possam levá-la a refletir, como um caso que gravamos com filhas que guardam mágoa de suas mães e que tentam uma reconciliação". Na mesma reportagem, Christina Rocha complementa sobre a faixa vespertina em que o programa é exibido: "Esse é o momento em que a dona de casa já levou o filho para a escola e está sozinha em casa" (FRANCISCO, 2014, s/p).

SOBRE A NOÇÃO DE ENQUADRAMENTO

As situações de interação engendram e demandam quadros de sentido que orientam as ações dos sujeitos. Assim, interagir pode ser entendido como um trabalho de "leitura" e interpretação das significações disponíveis a partir da identificação da situação apresentada possibilitada pelos quadros de sentido. Mas o que são esses quadros e como conseguimos perceber as melhores maneiras de nos adequarmos conforme as situações das quais participamos?

Para respondermos a essas e outras questões propostas pelo objeto em estudo, um dos conceitos centrais é o de enquadramento. Proposto por Bateson na discussão das situações comunicativas, o termo serviu de inspiração para Goffman (1986), que na análise dos frames, chamou de "quadros da experiência" os elementos que estruturam os acontecimentos sociais definindo as situações comunicativas e a inserção dos sujeitos nelas.

Nessa perspectiva, os enquadramentos são as atividades cotidianas de mobilização dos mais variados quadros de sentido conforme a situação, permitindo-nos compreendê-las e projetar modos de participação nelas. Construídos socialmente, os quadros dos quais lançamos mão para interagirmos uns com os outros são cruciais para organizar nossa experiência, pois nos dão condições de orientar nossa ação respondendo a questões como o que está acontecendo nas situações, quais são as regras que as regem, o que esperar (ou não) delas, e, por fim, quais posicionamentos devemos adotar em cada uma delas.

Quando falam em enquadramento, Bateson e Goffman referem-se às interações face a face; todavia, isso não impede que tal conceito seja apropriado e operacionalizado também em pesquisas acerca das interações mediadas pela mídia, como é nosso caso. Mendonça e Simões (2012) fazem um panorama do espraiamento da noção de enquadramento nos estudos de Comunicação e, dentre as possibilidades de aplicação do conceito, identificam aquela que será tomada em nosso estudo: a análise da situação interativa. Essa abordagem caracteriza-se pelo investimento em análises de inserções dos sujeitos em situações comunicativas – quais quadros são trazidos à cena interativa, como se dão os deslocamentos por quadros diversos e os papéis e tensões advindos desses enquadres. Assim, ao focar nos detalhes das interações a partir de uma visão microssociológica, tal abordagem de análise mostra-se pertinente para estudos como o nosso, já que

> Ao elucidar o modo pelo qual diferentes atores se posicionam em face dos outros, tal vertente possibilita investigar o permanente trabalho de cristalização, atualização e transformação das regras e convenções que balizam as interações, atualizando valores e normas sociais (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 195).

Ao nos filiarmos a tal perspectiva, acreditamos ser possível visualizar como os sujeitos envolvidos em Casos de Família mobilizam os sentidos relativos à violência, permitindo-nos enxergar nas interações mediadas pelo programa os valores e normas ligados a essa temática e os enquadramentos que advêm dessas interações. Isso é possível porque consideramos os quadros de sentido como histórica e socialmente constituídos, frutos da vivência subjetiva em contextos culturais profundamente marcados

por desigualdade de gêneros sustentados por normas e valores problemáticos.

Corrobora nesse sentido França (2011), que lembra que a escolha de quadros de sentido depende da situação específica com que lidamos e do contexto social mais amplo (o conjunto de valores dominantes num momento de uma sociedade). Ou seja, mesmo que nos detenhamos sob um programa de televisão, não perdemos de vista o constante diálogo que ele estabelece com a realidade, também marcada pela violência doméstica.

ANÁLISE

Geralmente, as menções à Lei Maria da Penha surgem espontaneamente na fala dos convidados e da plateia, além de ela ser pontuada e discutida pela apresentadora, Christina Rocha, e pela psicóloga que atua no programa, Anahy D'amico. Outro tipo de aparição, talvez a mais recorrente, seja a partir dos GC's (geradores de caracteres), que exibem o número do telefone para que agressões sejam denunciadas. Esse GC quase não apresenta variações, trazendo as seguintes informações: "Lei Maria da Penha. Ligue: 180", e costuma ser inserido nos momentos do programa em que a conversa está focada em casos de agressão ou na discussão sobre a Lei em si.

Figura 1 – GC indica número de telefone para denúncias
Fonte: reprodução

Vejamos, a partir de agora, como a Lei Maria da Penha é tratada por plateia, apresentadora, psicóloga e convidados de *Casos de Família*. No que diz respeito aos convidados, que contam suas histórias de vida, os casos narrados acenam como histórias exemplares da violência doméstica, concretizando o ciclo padrão desse problema. Vejamos o exemplo de Claudete: ela sofreu agressão de Gilmar, seu companheiro, chegou a registrar um B. O., mas depois retirou a queixa – como ocorre muitas vezes. Ao ser questionada pela apresentadora a respeito do motivo da desistência, a convidada externa alguns dos motivos mais recorrentes nesse contexto:

> Porque ele pediu perdão, desculpa, 'não vou fazer mais' […] e ele falou assim 'Se você fizer, eu vou te matar', como ele fala até hoje. Eu falo 'Não quero, você vai embora'.'Se eu for você sabe'.Às vezes eu não tenho medo por mim, eu tenho medo às vezes pela minha filha e pelo meu filho que moram comigo[3].

No caso em questão, o referido boletim de ocorrência desempenha um papel importante, integrando-se eficientemente ao modelo de narrativa esperado no formato de *Casos de Família* – reconhecido, em alguma medida, pelas revelações, surpresas e reviravoltas. Assim, quando Claudete fala da denúncia que fez ao marido, Christina Rocha pede à produtora do programa que traga o boletim. Todavia, é mostrado em *close up* pela câmera o atestado do pedido do exame de corpo delito no IML. Claudete revela que Gilmar não sabia da existência desse documento, cuja segunda via ficara com uma amiga, já que ele havia rasgado o document original. Ao reforçar tal revelação, Christina pergunta: "Ele não tava sabendo desse papel?". O comprovante apresentado por Claudete é usado, ainda, como prova de verdade, atestando que aquilo que se passa no palco foi checado pela produção do programa. Dadas às inúmeras críticas[4] que questionam justamente a credibilidade de *Casos de Família*, entende-se a importância da exibição desse documento.

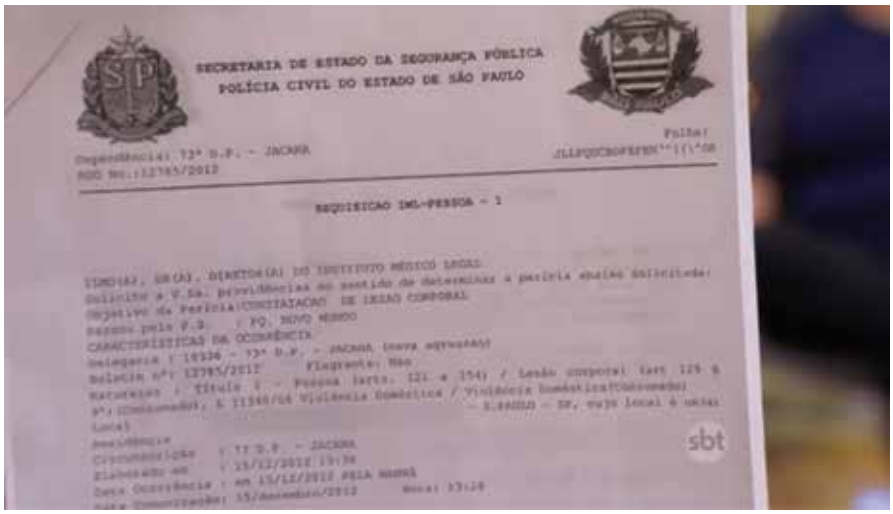


Figura 2 – Documento do IML em close
Fonte: reprodução

A conversa segue no modelo recorrente consagrado pelo programa: o agressor é chamado ao palco e tenta se defender. Claudete é enfática ao dizer que expulsará Gilmar de casa naquele dia e que não voltará atrás; ela é questionada por Christina, que duvida da efetividade dessa promessa. Eis que numa edição[5] posterior sobre o mesmo tema é exibido um VT testemunhal de Claudete, prestando

3 - Edição: "Já apanhei da vida, não quero apanhar de você!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ovdSwaG-gJ4>. Acesso em: 15 set. 2017.
4 - O programa é criticado recorrentemente pela imprensa televisiva, que questiona a veracidade dos fatos narrados. Para uma análise histórica do tratamento da crítica de TV ao *Casos de Família*, desde seu surgimento, cf. Martins (2017).
5 - Edição: "Homem que bate em mulher deve ser punido com toda a força da lei!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?-v=u4vw6yhndHs>. Acesso em: 15 set. 2017.

contas após sua participação no programa. Ela diz:

> Eu coloquei desde aquele dia o meu ex-companheiro Gilmar pra fora de casa. Tive a ajuda dos meus filhos, ele me deu trabalho por dois dias, mas mesmo assim eu não voltei atrás, chamei a polícia, tive apoio total deles […]. Venho aqui alertar as outras mulheres pra que elas não se oprimam diante desses homens e que elas tenham a mesma coragem que eu tive […]. Se elas não têm um lugar pra ir, que elas peçam ajuda pra um familiar, pra um amigo, mas que não se deixem abater por eles.

Assim, as mulheres ocupam o lugar de modelos de conduta: devem evitar homens agressivos, mas caso venham a se relacionar com alguém violento, devem sair de tais relacionamentos. O lugar das vítimas enquanto exemplos de superação é exaltado por Christina em um dos programas[6]:

> Você tá sendo exemplo pra muitas mulheres de como sair de uma furada, então, claro que você não devia ter passado por isso, mas graças a Deus você tá saindo dessa, eu tô te dando parabéns porque você é uma menina nova, bonita, tem condição de arrumar um homem que te valorize [...]. Agora você fala assim: 'Atenção mulheres, faça como eu'.

Contudo, nem sempre cabe às mulheres o papel de vítima; elas são exemplos também de como *não* agir, tendo em vista que, em alguns casos, elas não reconhecem os danos trazidos pelas agressões que sofrem. Em alguns desses episódios, Christina chega até mesmo a expulsar tais mulheres do palco – estratégia adotada também em relação aos maridos violentos – para reforçar que tal comportamento passivo diante da violência não pode ser aceito:

> É válido eles estarem aqui, aí as mulheres veem como não se comportar, como não fazer igual. Pelo amor de Deus, vocês que estão aí no Brasil inteiro acompanhando a gente, se valorizem antes de tudo. Esses aqui serviram com dois exemplos para você não fazer, é pra você fazer exatamente o contrário: encontrar um cara digno, um cara bacana com você[7].

A Lei Maria da Penha é utilizada, em alguns casos, como um alerta/advertência aos agressores que, devido ao tom inflamado de Christina Rocha, assume tons de ameaça ("O Brasil é um país que tem lei. E ainda existe xadrez pra homem covarde"). A apresentadora os adverte, lembrando-os de consequências judiciais que as agressões podem gerar, como quando adverte um agressor de que a lei Maria da Penha prevê prisão de 1 a 3 anos. Quando ela fala, o GC mostra o Disque 180.

Nesse episódio[8], a apresentadora ainda demonstra despreparo para tratar a questão por vias

6 - Edição: "Eu bato na sua filha e você não tem nada a ver com isso!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5Q1P10R-pyNw>. Acesso em: 12 set. 2017.
7 - Edição: "Mulher que não gosta de apanhar, tem que se comportar!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IPG37ks-liCU>. Acesso em: 12 set. 2017.
8 - Edição: "Se não obedeço, apanho do meu marido!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6woBt2TGXi8>. Acesso em: 8 set. 2017.

legais ("Queria chamar, sei lá, delegacia de polícia, sei lá, alguma coisa"), faz uma *mea culpa* por não poder ajudar Rose, a vítima, e não oferece nenhum tipo de orientação consistente para a convidada se defender de futuras agressões. Sugere, apenas, que seja feita uma reunião com algum delegado e o agressor para que ele seja esclarecido a respeito da Lei ("Pelo menos uma reunião com um delegado, com alguém da delegacia pra conversar com ele e mostrar o que é a Lei Maria da Penha e o que acontece se fizer o que ele tá fazendo"). Ao fim do programa, ela faz um alerta às mulheres:

> Aqui fica o alerta pra todas as mulheres que tão passando por isso, gente. Se a gente não mover a primeira pedra, as outras não vão se mover [...]. Então vocês podem saber que tem a Lei Maria da Penha, aí na sua tela a gente tá colocando o telefone [aparece o GC "Atendimento à mulher: ligue 180"]. Denuncie.

Christina pergunta a Rose, a vítima, se ela fez o boletim de ocorrência – ela responde que sim – e se quer dar prosseguimento à denúncia. Rose argumenta que não pode prosseguir, pois não tem nenhum lugar para morar e levar os filhos caso eles se separem. Depois, a apresentadora fala brevemente sobre a criação da lei: "Por isso que essa Lei Maria da Penha foi feita em 2006, todo mundo sabe, por uma mulher chamada Maria da Penha, que apanhava do marido, inclusive ela é paraplégica, e já tá começando a vigorar, mas ainda falta muita coisa".

Apesar de o programa se eximir da responsabilidade pelos convidados após a participação no palco, em uma edição[9], a vítima, Priscila, é estimulada pela apresentadora a tomar as providências da denúncia. A ela é oferecido um carro do SBT, que a levaria em casa para buscar as crianças, e a produção a encaminharia para uma ONG, mas não fica claro que tipo de apoio ela receberia. Priscila aceita a oferta, sai do palco, mas, ao fim do episódio, ela aparece numa externa, saindo do carro com a logomarca do SBT dizendo que decidiu não mais ir à delegacia denunciar seu marido por não ter como arcar com as despesas das suas filhas, caso se separe.

A postura dos homens que vão ao palco assumir que batem nas mulheres é, sobremaneira, de descrédito à Lei Maria da Penha, ao mesmo tempo em que reafirmam sua masculinidade e seu poder sobre a mulher. Em nenhuma edição analisada eles demonstram qualquer tipo de arrependimento ou consciência real das consequências legais de seus atos, mesmo sendo alertados pela apresentadora ou pela plateia. Um exemplo disso é a fala do convidado Gilmar, que agride sua esposa: "Se for preso na agressão de mulher, com dois dias eu tô na rua, filha. Pra que que tem advogado?".

A Lei Maria da Penha é colocada em segundo plano não apenas pelos convidados, como também pela plateia. Segundo o comentário de um espectador, vale mais a "lei da cadeia": "O Brasil, a parte da Maria da Penha não vai pra frente, quero ver pegar um palhaço que nem você, filho, na cadeia os cara te quebra todinho, dá uma de mulherzinha, você dá uma de machão, mas você é uma mulherzinha, você é uma franguinha"[10].

Conquanto a maioria dos agressores entrevistados demonstrem indiferença em relação à

9 - Edição: "Pra mim mulher tem que ser bela, recatada e do lar!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MhCr3iZFgEk>. Acesso em: 9 set. 2017.
10 - Edição: "Se seu marido amasse você, ele nunca teria te agredido!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RU7gyvy-VIUs>. Acesso em: 9 set. 2017.

aplicação da Lei, há um caso exemplar, que mostra sua efetividade. É o que conta David, que chegou a ser preso por agredir a mulher (embora, ainda assim, pareça não reconhecer o motivo):

> Christina: - Por que você foi preso?
> David: - Porque bati nela!
> Christina: - Ah, você foi preso por causa disso. Lei Maria da Penha.
> David: - Que Maria da Penha! Existe Maria da Penha onde, rapaz?
> Christina: - Não existe? Uai, então por que você foi preso se não existe lei Maria da Penha?
> David: - Fui preso só porque o delegado forjou. Porque eu quebrei a delegacia todinha lá.
> […]
> Christina: - Você ficou preso quanto tempo?
> David: - Sete meses. Eu quebrei o recorde.
> Christina: - Recorde de que que você quebrou?
> David: - Recorde do homem que ficou mais preso por Maria da Penha. O cara disse 'Quem aqui já ficou mais de sete meses preso aqui?' 'Três', 'Três'. Não existe, né? Chegou na cadeia falou que de três nunca passou. A verdade é essa.
> Christina: - Então a Maria da Penha funciona…
> David: - Funciona.
> Christina: - Ué, você falou que não funciona…
> David: - Porque inteirou a delegacia, inteirou não sei o quê, um bocado de coisas, mas por Maria da Penha não".

Acionando o componente psicológico do ciclo da violência, Dra. Anahy afirma, em tom de obviedade, que a vítima não denuncia o agressor porque o defende. A plateia, por sua vez, ora duvida da Lei Maria da Penha, ora cita-a como um instrumento de defesa das mulheres, estimulando as convidadas agredidas a denunciarem os agressores, o que demonstra que a lei está, em grande medida, difundida. Cabe, agora, reverter a imagem de ineficácia que muitas vezes é associada a esse aparato legal. O programa atua, ao mesmo tempo, confirmando os problemas que envolvem a Lei e mostrando que ela é aplicada de modo concreto.

As estatísticas sobre violência de gênero são uma estratégia recorrente para ancorar os casos encenados no palco na realidade social do Brasil, mostrando que o programa seria uma "amostra" da violência existente em nosso cotidiano – como Christina Rocha ressalta, após ler estatísticas de feminicídio em 2013: "Isso aqui é sério, isso aqui não é brincadeira. Então quando a gente fala aqui no programa, quando a gente aponta pra você, Nilda, e fala 'Atenção, cuidado', é pro bem de vocês. Olha só as estatísticas, gente, isso é muito sério"[11].

Em suma, os dados são utilizados com vistas a um efeito de verossimilhança e, em alguns casos, como provas tanto da necessidade da Lei Maria da Penha quanto da sua carência. É o que mostra uma fala de Christina em determinado programa[12]:

11 - Edição: "Mulher boa é mulher quieta!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8YbtClxTJBg>. Acesso em: 20 ago. 2017.
12 - Edição: "Mulher que não gosta de apanhar tem que se comportar!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IPG37ks-

> Agora é engraçado, você aí de casa deve falar 'Ah, isso aqui só dá no Casos de Família, isso ali deve ser armado'. É verdade sim, e tem mais: as pessoas têm mania de fechar os olhos. 'Ai não, no meu meio não tem nada disso, no meu meio, uh!'.Uh nada, isso tá acontecendo no Brasil inteiro com milhares de mulheres.Tem uma porção de mulher apanhando agora. Então não é uma coisa tãão... Porque rico também apanha, que eu sei. Então apanhar de marido, muita mulher apanha".

Nesse momento, a imagem de Christina divide a tela com alguns dados referenciados como sendo do Ipea, mas sem maiores especificações de quando e onde foi feita a pesquisa. Ela continua seu proferimento questionando a Lei, cobrando maior efetividade na sua execução. Em um dos programas, ela faz o seguinte discurso em favor da prisão dos agressores:

> E aí? Aí depois mais uma mulher morta, mais uma morta, cada vez mais, e tá aumentando [...]. Lei Maria da Penha a mulher vai fazer o quê? Lei Maria da Penha! Aí chama: 'Oi, Penha, tudo bem? Tchau'.E aí? Eles não fizeram agora pra não dar palmadinha em criança? A lei menino Bernardo. Eles não fizeram uma lei bacana? Por que que eles não fazem uma lei mais austera, mais forte. Ou oito ou oitenta, não adianta ficar ali mais ou menos, porque as pessoas só aprendem quando levam na carne, cê entendeu? É o castigo, é na prisão, aí o cara vai... Por isso que eles batem ou vai na delegacia e solta [...]. Porque aqui não é igual nos Estados Unidos, nos Estados Unidos, por exemplo, nossa, se acontece um negócio desse, meu pai do céu. Ai do homem que bate em mulher. Ali é outra conversa. Agora o Brasil, no lugar de imitar as coisas boas, não. Eu não entendo essa lei do Brasil.

Uma de suas principais reivindicações é para que os agressores sejam presos:

> Homem covarde que bate em mulher só para de bater se for preso. Infelizmente, tem homem que para na marra. […] Todo mundo usa o cinto de segurança porque sabe que vai ser multado, entendeu? A partir do momento em que o primeiro homem que bater numa mulher for preso, literalmente preso, o próximo vai pensar duas vezes antes de bater. Então eu queria saber, deputados aí, pelo amor de Deus, não sei. É tão difícil você melhorar uma lei? […] Porque a Lei Maria da Penha chegou, bonito nome, Maria da Penha, melhor do que nada, tal, mas… E? E temos aqui um cara falando pro Brasil inteiro que bate na mulher, pô. Se lei fosse lei mesmo, ele saía daqui preso.

Nas últimas palavras deste trecho, a apresentadora ainda sugere uma ineficiência da lei que é comprovada empiricamente em vários casos de descumprimento por parte do agressor, falhas no atendimento à mulher etc. Se tal afirmativa expõe as lacunas da lei, também pode contribuir para desestabilizar a credibilidade que tal medida judicial constrói ao longo dos anos. Pode se supor que várias telespectadoras deixarão de acionar a lei por causa da dúvida: ela realmente será cumprida? Assim,

liCU>. Acesso em: 2 set. 2017.

neste ponto, o discurso da apresentadora – e do programa em si – soa complexo, já que, na mesma edição em que questiona o principal meio de defesa da mulher, diz a ela para acioná-lo.

Por outro lado, pode-se dizer que o programa é uma das principais "vitrines" para a lei ao divulgá-la e difundi-la para seu público preferencial: as mulheres, que também são público-alvo do programa. De modo recorrente, a violência doméstica é abordada no programa, que, alcançando uma média de cinco a sete pontos de audiência, chega ao Brasil inteiro.

Em outra edição, Christina dirige-se até mesmo à presidente da época, cobrando maior efetividade da lei nº 11.340: "Atenção, presidente Dilma Roussef, a senhora que é presidenta do Brasil, não é possível que isso continue acontecendo no Brasil. São muitos caras assim, gente"[13].

Embora a reflexão e a crítica contumaz a respeito da lei sejam pertinentes para seu aprimoramento, percebe-se que o programa trata a questão de maneira superficial, tendo por base observações cotidianas e informações frágeis (como a comparação com os EUA, por exemplo, já que não são oferecidos dados que sustentem a afirmativa de Christina). Tal lacuna poderia ser resolvida em alguma medida se houvesse participação de advogados, ONG's e demais órgãos de defesa da mulher, vozes oficiais que indicassem saídas para o problema da violência. A argumentação do programa é que essas pessoas até são convidadas, mas se recusam a participar da atração devido ao seu tom popular. É disso que reclama Christina, mostrando-se indignada, quando diz:

> A gente sempre convida as pessoas envolvidas nas leis, enfim, autoridades. Sabia que ninguém quer vir aqui? Ninguém. Por quê? Discriminar porque a gente é popular, não, acho que vocês têm medo de vir explicar. Porque a gente tenta trazer eles, ou eles não respondem, ou eles deixam os produtores ali horas 'Ah, peraí um minutinho'.

Não é possível dizer se a recusa da participação de instâncias oficiais é verdadeira, mas, de fato, há uma ausência desse tipo de convidados na atração. Num universo de mais de 20 edições coletadas sobre o tema, abarcando os anos de 2013 a 2017, apenas uma conta com a presença de três representantes de ONG's de defesa de mulheres em situação de violência. Sendo assim, na maioria dos outros programas, a voz de cientificidade e autoridade cabe à Dra. Anahy, que dá um breve parecer psicológico tanto das vítimas quanto dos agressores e lê estatísticas de violência.

Foge ao usual o programa exibido em 29 de agosto de 2016, em ocasião aos dez anos de promulgação da lei nº 11.340, com o tema "Homem que bate em mulher deve ser punido com toda a força da lei!"[14], que contou com a participação de três representantes de duas ONG's de defesa da mulher. A data foi lembrada por Christina de modo breve, sem maiores aprofundamentos. Interessante observar que, apesar da presença dessas três convidadas especiais, elas só foram ouvidas no último bloco, de maneira rápida (uma delas só disse uma frase).O GC diz: "Representantes de ONG's de

13 - Edição: "Se não obedeço, apanho do meu marido!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6woBt2TGXi8>. Acesso em: 8 set. 2017.
14 - Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u4vw6yhndHs>. Acesso em: 15 set. 2017.

defesa das mulheres tiram dúvidas sobre a lei Maria da Penha", indicando que o papel das mulheres ali seria esclarecer detalhes sobre a aplicação da lei. Quem ganha mais tempo de fala é Danizi Moraes, da ONG AMZOL, de SP. Ela agradece pelo espaço concedido pelo programa, visto por ela como uma oportunidade de visibilidade para o tema. Em tom didático, ela explica que ameaças, e não apenas agressões físicas, já são suficientes para que as mulheres acionem a lei. Depois, ela discorre sobre todo o processo que começa a partir do momento em que a mulher registra um boletim de ocorrência, até que o agressor venha a ser preso. Christina faz uma espécie de consulta para aprimorar sua conduta no programa quando pergunta:

> Então eu posso falar aqui, não vou estar falando besteira quando eu disser aqui no ar 'Atenção homens que batem em mulher: caso você seja denunciado, você vai ser preso porque bate em mulher' ou eles vão continuar rindo da minha cara? Não, porque muitos riem [...]. Já teve vários aqui no programa que falaram 'Eu falo mesmo, essa Lei Maria da Penha não funciona', a gente fica meio...

Danizi responde que essa prisão dependerá da vontade da vítima de continuar com a denúncia. Caso ela desista e haja lesão corporal, o Ministério Público dará prosseguimento ao trâmite judicial. Enquanto elas conversam, o número do Disque 180 aparece no GC.

Outra tentativa de ancoragem na realidade é a exibição, em uma edição[15], de uma matéria cedida pelo departamento de jornalismo do SBT ao *Casos de Família*. A reportagem é exibida no início do programa, evidenciando uma tentativa de conferir maior credibilidade ao tema proposto, agregando um valor advindo do jornalismo. *Casos* diz, com isso, que aquilo que se passa no palco também está nas ruas e, por isso, deve ser discutido. A matéria destaca dois casos de violência contra a mulher (uma morta e outra mantida em cativeiro), cita estatísticas de denúncias de violência doméstica e ouve uma promotora de justiça, que fala da importância do registro do boletim de ocorrência e da necessidade da solicitação de medida protetiva. Quando o VT termina e Christina aparece no palco, ela repete as estatísticas apresentadas na matéria.

CONCLUSÃO

Em determinada edição, Christina Rocha afirmou: "Aqui o programa não é de polícia, não é nada. Aqui o programa se trata de pessoas, de seres humanos". Tal colocação, associada a achados da análise – como a reduzida participação de especialistas, a valorização das histórias de vida e o uso de estatísticas puras – indicam que, para *Casos de Família*, importam mais as experiências pessoais vividas pelos convidados e plateia. As histórias seriam, então, "provas de verdade" que, por sua vez, valeriam tanto quanto ou mais do que dados, números e teorias. No palco, a realidade lida nos jornais

15 - Edição: "Já apanhei da vida, não quero apanhar de você!". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ovdSwaG-gJ4>. Acesso em: 15 set. 2017.

e constatada pelas estatísticas ganham corpo, cara, luzes e aplausos.

A análise evidencia que a Lei Maria da Penha está difundida a ponto de ser reconhecida pelos participantes de um programa popular que, por sua vez, desnuda algumas complexidades e deficiências da Lei. Ou seja, *Casos de Família* acena como um importante lugar de observação e análise a respeito do imbricamento entre mídia e violência de gênero.

Em síntese, a presença da Lei Maria da Penha em *Casos de Família* é pertinente e pode ser benéfica se pensarmos que o programa exibe os mais variados tipos de violência contra a mulher – seja nos casos narrados no palco ou nas falas de Dra. Anahy –, mostra a efetividade da lei e pode estimular as denúncias.

Se por um lado o programa pode ser criticado por uma falta de aprofundamento e/ou espetacularização da violência, deve ser destacado o potencial que ele tem de conferir visibilidade às medidas de combate à violência, como a Lei Maria da Penha, questão que merece ser discutida em futuros estudos.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres.**Lei Maria da Penha**: Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2006.

_____. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Relatório Anual 2009/2010** – Mulheres, Poder e Decisão. Observatório Brasil da Igualdade de Gênero. Brasília, 2010.

CAMPOS, D. **Pra que rimar amor e dor?**: Análise das representações da violência de gênero na revista Marie Claire (2002-2011). 2013. 187 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2013.

DOSSIÊ Violência contra as mulheres. **Agência Patrícia Galvão**. 2015. Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/violencias/violencia-domestica-e-familiar-contra-as-mulheres/#quais-as-causas>. Acessado em: 13 ago 2016.

FRANÇA, V. O crime e o trabalho de individuação do acontecimento no espaço midiático. **Caleidoscópio**, Portugal, n. 10, 2011.

_____. A televisão porosa – Traços e tendências. In: FREIRE FILHO, João (Org). **A TV em transição**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 27-52.

FREIRE FILHO, J.; CASTELLANO, M.; FRAGA, I. "Essa tal de sociedade não existe...": O privado, o popular e o perito no talk show Casos de Família. In: **E-Compós**, v.11, n.2, Brasília, maio/ago. 2008.

GOFFMAN, E. **Frame analysis**: an essay on the organization of the experience. Boston: Northeastern University Press, 1986.

LIMA, F. **Apanhando Duas Vezes**: Aspectos Relacionados à Cidadania das Mulheres Vítimas de Violência nos Telejornais Locais. 2014. 119 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação, Goiânia, 2014.

MARTINS, R. A Trajetória do Talk Show Popular Casos de Família. In: XI ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, São Paulo, 2017. **Anais...** São Paulo, 2017. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/11o-encontro-2017/gt-historia-das-midias-audiovisuais/a-trajetoria-do-talk-show-popular-casos-de-familia/at_download/file>. Acesso em: 20 out. 2017.

MENDONÇA, R.; SIMÕES, P. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **RBCS**, v. 27, n. 79, p. 187-201, jun./2012.

WETSCHANOW, K. "The Personal Is Political" - Are Daytime Talk Shows Feminist? In: GERIN, R.; JEDLICKOVÁ, P. **A Decade of Transformation**, Viena, v. 8, 1999.

ZUMA, C. et al. Violência de gênero na vida adulta. In: NJAINE, K. et al (Org.). **Impactos da violência na saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2009.

O ETHOS DISCURSIVO DE LÍDERES DO PASSADO E DO PRESENTE DA TORCIDA ORGANIZADA MÁFIA AZUL

Thiago Madureira de Alvarenga
(Pós-graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais; tmalvarenga@gmail.com)

RESUMO
Dois líderes da Máfia Azul de gerações e trajetórias distintas: o italiano Jean Marc Gougeuil, 55 anos, um dos primeiros integrantes da organizada, que a presidiu no início dos anos 2000, e o jovem mineiro Daniel Sales, 33 anos, atual mandatário. Apesar das diferenças entre eles, podemos identificar um possível ethos em comum desses torcedores organizados do passado e do presente? Para tanto, analisaremos as narrativas dos torcedores sob eixos caros às organizadas: violência, representação midiática e elitização do futebol. Serão utilizados conceitos teóricos-metodológicos da Análise do Discurso, mais especificamente da Teoria Semiolinguística. Esses torcedores demonstram ethé de virilidade e agressividade quando o assunto é violência e de prejudicados e excluídos no tocante à representação midiática e à elitização do futebol.

PALAVRAS-CHAVE
Torcida organizada; Ethos; Máfia Azul; Narrativas; Mídia.

ABSTRACT
Two leaders of Máfia Azul from different generations and with distinct trajectories: the italian Jean Marc Gougeuil, 55, one of the first members of the organization who presided over it in the early 2000s, and the young brazilian Daniel Sales, 33, the current president. Can we identify a possible common ethos among both organized supporters, in spite of the differences between them? For that, we will analyze some interviews of hooligans under the expensive perspective of supporting groups: violence, media representation and elitism of the football. We are going to resort to the theoretical-methodological concepts of Discourse Analysis, more specifically the Semiolinguistic Theory. These fans demonstrate fundamentals ethé: of virility and aggressiveness when it comes to violence and of victimization and exclusion when it comes to the media representation and elitism in football.

KEYWORDS
Hooligans; Ethos; Máfia Azul; Narratives; Media

INTRODUÇÃO

O espetáculo das torcidas de futebol sempre me fascinou. Não por acaso fui filiado a este mundo desde a infância: primeiro, como torcedor de arquibancada; depois, como jornalista esportivo do portal Superesportes, do jornal Estado de Minas; e, nos últimos anos, como pesquisador do CEFET-MG, cuja dissertação vai abordar esta temática, assim como este artigo.

Essa trajetória me levou a buscar alternativas para entender melhor o fenômeno das torcidas organizadas. Pesquisas e estudos acerca desses grupos de torcedores começaram a ganhar força no Brasil a partir da década de 1990. "Nas duas últimas décadas, é possível notar um movimento incipiente de estudos sobre as TOs, mas ainda há escassez de produção acadêmica sobre tal tema, sobretudo em Minas Gerais." (PRAÇA; SILVA, 2009, p. 2).

Em relação aos estudos voltados à análise do discurso das torcidas organizadas, não são numerosos os registros nos periódicos da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), provando que ainda há muito a se caminhar neste sentido. São poucas, também, as pesquisas sobre a Máfia Azul, organizada escolhida para este trabalho.

A Máfia Azul foi selecionada por sua relevância, pois se trata da maior torcida organizada ligada ao Cruzeiro Esporte Clube - clube mineiro com maior torcida no Brasil, segundo pesquisa do Datafolha[1] - e uma das mais tradicionais do Estado de Minas Gerais, com 40 anos completados em 2017[2].

Neste artigo, tentarei contribuir para engrossar as publicações sobre o fenômeno das organizadas ao observar, de forma diacrônica, como os líderes do passado e do presente da torcida Máfia Azul projetam as imagens de si no discurso (*ethos*), identificando possíveis *ethé* que promovam a junção entre diferentes gerações e trajetórias, além de colaborar para identificar em que medida alguns estereótipos sociais sobre os torcedores organizados se confirmam nos depoimentos. Outros pontos explorados são as identidades que emergem dos discursos e a forma como as entrevistas contribuem para se observar a vida em narrativa.

Então, em busca do *ethos*, serão acionadas categorias da Teoria Semiolinguística: os imaginários discursivos (Charaudeau, 2007), que mobilizam os saberes e as vozes que perpassam o discurso, e a patemização (Charaudeau, 2007) como uma estratégia de persuasão. Para complementar, as marcas de modalização (Kerbrat-Orecchioni, 1997) são acionadas, para evidenciar os pontos de vista dos torcedores organizados.

TORCEDORES SELECIONADOS E AS ENTREVISTAS

Para que o discurso dos torcedores organizados pudesse ser estudado foi preciso ir a campo para coletar os dados. Como evidencia pesquisa de Lopes (2012), os organizados não são fonte de informação

1 - A pesquisa foi realizada pelo instituto Datafolha. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/04/nordeste-e-norte-dao-lideranca-ao-flamengo-em-pesquisa-datafolha.shtml>. Acesso em: 05 de jun. de 2018.

2 - Disponível em: <http://mafiaazul.com.br/historia-da-mafia-azul/> Acesso em: 02 de jun. de 2018.

nem de reflexão na mídia, gerando assim uma dificuldade de encontrar em outro espaço o discurso desses grupos.

Na construção do corpus de análise deste artigo, o método utilizado foi a pesquisa qualitativa, por meio de entrevista semiestruturada. O diferencial desse tipo de entrevista é a possibilidade de deixar a conversa aberta, sem maior rigidez, com o intuito de obter respostas profundas, que serão analisadas em detalhe.

Nas entrevistas realizadas, os torcedores narram momentos da vida. São as memórias da arquibancada, os sentimentos, as percepções e opiniões sobre a vivência na pele de um organizado. As narrativas são uma organização discursiva, resultado de uma atividade humana, cujo objetivo é contar ações, acontecimentos ou contar a própria vida.

Arfuch (2010) coloca a narração como uma forma de estruturação da vida e, consequentemente, da identidade, sendo também expressão da interioridade e afirmação de si mesmo. A autora destaca o vaivém entre o tempo da narração, o tempo da vida e a experiência, que permite observar uma lógica das ações com acentos éticos, por exemplo, a noção de "vida boa" aristotélica. Esses efeitos avaliativos são indissociáveis da posição enunciativa, com a ligação espaço-temporal e afetiva de quem conta uma história.

A pesquisa está localizada no âmbito da interface futebol/torcidas organizadas e comunicação. Serão levados em consideração três eixos temáticos: violência, representação midiática da torcida organizada e elitização do futebol.

Comporão o corpus relatos de dois torcedores organizados de origens, gerações e experiências de vida distintas. As entrevistas são de Jean Marc Gougeuil, de 55 anos, natural de Turim (Itália), e Daniel Gomes Sales, de 33 anos, mineiro de Belo Horizonte.

Jean Marc mudou logo jovem para França. A mãe dele é uma artista plástica italiana que foi para a cidade Ville d'Avray, a nove quilômetros de Paris, morar com o marido. Embora a família não fosse ligada ao mundo dos esportes, Jean Marc tornou-se um ávido frequentador do estádio Parque dos Príncipes. Seu coração batia pelo Paris Saint-Germain, maior clube da capital francesa. Em 1986, aos 24 anos, veio morar no Brasil. Na chegada, identificou-se com o Cruzeiro e logo conheceu os membros da Máfia Azul. Tornou-se respeitado por todos. Foi um dos integrantes mais atuantes, ganhando a condição de líder máximo da maior organizada do Cruzeiro em 2000. Deixou a Máfia após a presidência, ainda nos anos 2000. A entrevista foi feita na casa dele, no bairro Mangabeiras, em Belo Horizonte.

Daniel Gomes Sales, ou Quik, é mineiro de Belo Horizonte. Foi criado na região do Cabana do Pai Tomás, aglomerado da Zona Oeste da capital mineira. Desde criança, o Mineirão era destino certo nas tardes de domingo. O fanatismo com o Cruzeiro o levou à Máfia Azul em meados da década de 1990. Embora não seja o presidente, é um dos líderes de maior prestígio e poder. Participa ativamente da administração da Máfia. Pela função importante que executa (diretor da instituição), recebe ordenado mensalmente. Está presente em todas as caravanas da organizada, viajando para as cidades onde o Cruzeiro atua. A entrevista foi realizada na sede da Máfia Azul, na rua dos Tupis, no Barro Preto.

METODOLOGIA E CONCEITOS

Como foi exposto na introdução, o intuito deste trabalho é identificar possíveis *ethé* em comum dos torcedores organizados do passado e do presente, além de entender em que medida o discurso dos organizados valida alguns estereótipos sociais.

O perfil metodológico da pesquisa adota pressupostos da Teoria Semiolinguística, uma vertente da Análise do Discurso francesa, de elaboração do pesquisador francês Patrick Charaudeau. Dos vários ângulos de análise possíveis na Semiolinguística, dois serão empregados neste artigo: efeito discursivo (visadas patêmicas) e imaginários sociodiscursivos.

Através dos efeitos patêmicos serão observados as emoções no discurso como estratégia de convencimento, uma tentativa de captura, de persuasão do interlocutor. As torcidas organizadas são reconhecidas pela passionalidade que carregam (Murad, 2017). Por isso, a análise patêmica dos discursos dos torcedores se faz necessária. O *pathos* é um termo que tem origem na retórica clássica, voltando a ganhar impulso tempos depois.

Na perspectiva discursiva, de acordo com Charaudeau (2007), o efeito patêmico vai ser identificado como qualquer aspecto linguístico-discursivo capaz de desencadear no auditório algum tipo de reação afetiva. Logo, podemos dizer que o trabalho do analista consiste em investigar as prováveis dimensões patêmicas presentes na materialidade de um texto.

Outro conceito fundamental para o desenvolvimento deste artigo é o de imaginários sociodiscursivos. Segundo Charaudeau (2007), os imaginários são as representações da realidade, imagens que interpretam os acontecimentos da vida, transformando-os em um universo de significação.

A construção dos imaginários sociodiscursivos está ligada a dois tipos de saberes: os saberes de conhecimento, que buscam uma verdade fora da subjetividade do sujeito; e os saberes de crença, que estabelecem um conhecimento do mundo construído a partir de avaliações, apreciações e julgamentos dos sujeitos.

Segundo Charaudeau (2007), o processo de construção do saber de conhecimento se dá por duas formas:

1 - Saber Científico: explicações do mundo que se baseiam nos procedimentos de observação, experimento e cálculo. Por isso, este saber é da ordem do provado.

2 - Saber de Experiência: o conhecimento é construído a partir da experiência pessoal, mas sem nenhuma garantia de comprovação científica.

Já os saberes de crença são utilizados por adesão – saber de revelação – ou por apropriação – saber de opinião:

1 - Saber de Revelação: uma verdade exterior ao sujeito que exige um movimento de adesão total, uma vez que não pode ser comprovada.

2 - Saberes de Opinião: nasce da tomada de posição dos sujeitos sobre os fatos do mundo. Os julgamentos ocorrem pela lógica do necessário, do provável, do verossímil, etc. Os saberes de opinião são divididos em três: opinião comum (trata-se de um julgamento que contém o escopo generalizante);

opinião relativa (trata-se de uma opinião circunstancial e relativa à situação e ao grupo na qual é emitida) e opinião coletiva (trata-se do julgamento que um grupo faz de outro grupo, em busca de atribuir um valor identitário).

Também acrescentaremos na análise as marcas de modalização deixadas pelos torcedores no discurso. As modalizações são entendidas como índice das atitudes, opiniões e pontos de vista do enunciador em relação ao seu dizer. Trata-se de um processo que auxilia a identificação dos pontos de vista no discurso e as intencionalidades nele contidas.

Uma das formas de modalização, os subjetivemas, trabalhado pela pesquisadora francesa Kerbrat-Orecchioni (1997), serão uma das categorias de análise. Os subjetivemas são "unidades significantes cujo significado comporta o traço subjetivo e cuja definição semântica exige a menção de seu utilizador. Os subjetivemas podem ser afetivos e avaliativos" (Kerbrat-Orecchioni, p. 91, 1997).

Para este artigo, serão usados, em especial, os axiológicos, que são, de modo geral, adjetivos ou substantivos ligados a um ato de descrição e avaliação do objeto descrito (apreciativo/depreciativo), e os afetivos, que cria relação com algum sentimento.

Por fim, valendo-me da mescla dos conceitos acima, será identificado o *ethos* discursivo dos torcedores do passado e do presente. O *ethos* é construído no âmbito da atividade discursiva. Nessa perspectiva, a imagem de si é um fenômeno que se constrói dentro da instância enunciativa e se mostra através do discurso. Na Análise do Discurso, este conceito é trabalhado, em especial, por Amossy (2006) e Maingueneau (2008).

Maingueneau (2008) faz três considerações básicas sobre o *ethos* discursivo:

1 - Uma noção discursiva se constrói por meio do discurso, não sendo uma "imagem" do locutor exterior à sua fala;

2 - É fundamentalmente um processo interativo de influência com e sobre o outro;

3 - Noção híbrida (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação.

Mas a formação do *ethos* não é realizada apenas com os desdobramentos do discurso. A concepção de *ethos* pré-discursivo também é uma parte do todo. O interlocutor, por conhecer ou sustentar algum tipo de informação sobre o locutor, no momento da enunciação, cria algum tipo de avaliação do outro, uma imagem dele. O *ethos* prévio é constituído pelas representações sociais e pelos estereótipos que o interlocutor produz.

Amossy (2005) salienta que a imagem de si também se apresenta como materialidade linguística e está relacionada às marcas da enunciação. A autora comenta que, ao colocar a língua em funcionamento, o sujeito inscreve sua subjetividade, que pode ser identificada no discurso.

ANÁLISE DISCURSIVA

A análise foi dividida em duas partes: inicialmente, será feito uma busca pelas categorias

analíticas (imaginários, efeitos patêmicos e subjetivemas) em cada um dos eixos temáticos; depois, já com a captura dos elementos citados, demonstraremos como as imagens de si no discurso são projetadas pelos torcedores organizados, levando em conta a narrativa da experiência de vida destes torcedores organizados. Para a análise, separamos três eixos das entrevistas: violência, representação midiática das torcidas organizadas e elitização do futebol. A escolha se deu pela importância temática.

EIXO DA VIOLÊNCIA

O envolvimento dos torcedores organizados em atos de violência é recorrente e preocupante. O Brasil ocupa o primeiro lugar no ranking mundial de mortes de torcedores de futebol. Quem traz esse dado estarrecedor é o sociólogo Mauricio Murad, uma referência no assunto. De 2010 a 2016, ocorreram 117 homicídios comprovados, média de 17 por ano (MURAD, 2017).

Depoimento de Jean Marc Gougeuil

> **Pergunta:** Hoje a violência relacionada à torcida organizada é mal vista pela sociedade. O que você pensa a respeito?
> **Resposta de Jean Marc:** *Eu vou nos números. No Brasil, morrem 60 mil pessoas assassinadas. 60 mil pessoas! Quantos torcedores morreram por conta de futebol? Vamos falar assim, por alto, 10, 15. Infelizmente, são números tristes porque morrer por futebol é um absurdo, um escândalo. Morrer assassinado porque um cara roubou o seu celular é um absurdo. Então, nós moramos em um país violento e, infelizmente, vão morrer pessoas de confronto de torcidas. Um país que, infelizmente, não ajuda a educar seu povo, vai ser sujeito a esse tipo de coisa.*
> **Pergunta 2:** Foi a partir da violência que a Máfia Azul começou a ganhar notabilidade e destaque entre as torcidas organizadas no passado?
> **Resposta de Jean Marc:** *Eu falo que a nossa época é uma época boa que, na verdade, não é a violência de hoje. A gente tinha assim algumas regras, entre aspas, que a gente assim brigava, brigava, na mão, tapa, no máximo uma pedrada. Então, assim, não existia a vontade de matar o cara. Brigava, invadia, mas a gente recuava. Quando o cara estava no chão, ninguém tocava, não. Porque a gente não via no nosso conceito fazer alguma coisa. Caiu, acabou. Ninguém encosta no cara, não. Ninguém vai matar ninguém, não. A gente queria mostrar quem é quem, mas igual homem, na mão mesmo. Esses covardes como a gente vê hoje, pra mim é pura covardia, infelizmente, isso aqui no Brasil que é um país violento, isso é pura covardia.*

Ao ser questionado sobre a violência das torcidas organizadas e da própria Máfia Azul no primeiro trecho, Jean Marc utiliza um saber de conhecimento para desenvolver seu raciocínio ("Eu vou nos números. No Brasil, morrem 60 mil pessoas assassinadas"). É uma tentativa de passar credibilidade, demonstrar, de forma objetiva, para além do sentimento de insegurança, que o Brasil é um país

violento - violência essa refletida também no futebol. O raciocínio dele integra uma premissa pode ser verificada segundo dados estatísticos. Embora o torcedor não cite nenhum instituto de pesquisa, o dado é referendado pelo Atlas da Violência 2017 do Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada)[3].

Paralelamente, há um efeito patêmico de indignação à violência no discurso, que pode ser notado quando ele utiliza o substantivo axiológico "escândalo" e o adjetivo axiológico "absurdo", demonstrando tristeza com esse cenário. Essa indignação pode atingir também o interlocutor, tendo em vista que a violência é uma das grandes preocupações do brasileiro, conforme pesquisa do Instituto Ibope[4]. Outro momento em que a emoção fica evidenciada ocorre quando o torcedor repete o dado de 60 mil homicídios, logo na primeira frase. Ele busca enfatizar os números dando um tom de dramaticidade. Observamos o imaginário da "banalidade da violência no Brasil" é destacado no momento em que cita morte até por roubo de celular, ressaltando o senso comum de que se mata por quase tudo.

A noção de identidade, tão peculiar em relatos de vida, pode ser notada nesse fragmento. Jean nasceu na Itália, mas se sente francês –o forte sotaque, logo nas primeiras palavras, já indica a cultura gaulesa que traz consigo. Por mais que ele tenha se mudado ainda na juventude para o Brasil, país no qual construiu sua família (ele é casado com uma brasileira e pai de uma menina também brasileira), estando totalmente integrado profissional (é professor em uma escola de idiomas) e socialmente (conquistou o respeito e foi o líder de uma das maiores torcidas organizadas do Brasil), mesmo com tudo isso, Jean ainda não se vê como um brasileiro e ressalta seu estrangeirismo. O Brasil, para ele, ainda é um país do outro, um outro país, como indica a seguinte passagem: "Um país que, infelizmente, não ajuda a educar seu povo, vai ser sujeito a este tipo de coisa". Na frase, Jean se coloca como alguém de fora (destaca-se: "um país", não o nosso país, e "seu povo", não a gente ou o nosso povo). A passagem ainda guarda o imaginário do Brasil como "país de forte desigualdade", quando o torcedor pondera que a educação formal é privilégio de uma minoria e que a consequente exclusão social proveniente disso reflete, também, auxiliada por outros fatores, na violência social. O tema da escolarização é um saber de experiência mobilizado por Jean Marc, que é professor e conhece a realidade das escolas no país.

No início do segundo trecho, há a reconstrução de uma parte da vida como ato ético, comum nessas reconstruções da vida por meio da narrativa. E Jean define como "época boa" o período em que os torcedores possuíam um código moral em relação aos atos de agressão:

1 - brigas não envolviam armas de fogo. Enfrentamentos com paus, pedras, socos e chutes;

2 - quando oponente estava no chão, a conduta era esperá-lo levantar;

3 - invadia o território do rival, mas havia um recuo natural;

4 - não havia uma intenção de brigar e matar rival/inimigo.

Nesta parte, Jean cria uma divisão entre o comportamento dos torcedores organizados do presente e do passado. No discurso, é possível entender que os atos de agressão no tempo pregresso são entendidos como respeitosos, pois seguiam as regras citadas.

3 - Estudo realizado pelo Ipea e pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública em 2015 e divulgado em junho de 2017. Mais informações podem ser encontradas no link a seguir, acessado no dia 26 de outubro de 2017. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=30253>. Acesso em: 30 de jan. de 2018.

4 - Pesquisas do Ibope mostraram que preocupação do brasileiro com violência dobrou em um ano. Disponível em: <http://www.valor.com.br/politica/5329425/ibope-mostrou-que-preocupacao-com-violencia-dobrou-em-um-ano>. Acesso em: 15 de fev. de 2018.

No trecho referido, o torcedor ainda evidencia a desaprovação ao recrudescimento da violência. O adjetivo axiológico "covardes", que, no sentido adotado, significa "pessoa que exerce com crueldade o seu poder sobre outrem que não pode proteger-se ou revidar" (definição do dicionário Houaiss[5]), indica repulsa de Jean Marc de um novo tipo de violência, mais agressiva e perniciosa, entre torcedores organizados. Há, conjunto, um efeito patêmico de indignação.

Entretanto, este raciocínio guarda uma contradição, pois ele alimenta, na seguinte frase: "A gente queria mostrar quem é quem, mas igual homem, na mão mesmo", o imaginário de que "homens resolvem as coisas na mão", uma característica típica dos saberes de crença pela opinião que apresentam escopo generalizante. O "mostrar quem é quem" está relacionado ao universo machista de que os homens demonstram quem são pela virilidade, imposição e violência, que também está relacionado ao imaginário do "organizado como violento". Alguns axiológicos, casos de "brigava", "tapa", "pedrada", "na mão", ajudam a entender a posição de Jean Marc favorável aos atos de agressão no passado, buscando um efeito patêmico de medo no interlocutor.

Depoimento de Daniel Sales

> **Pergunta:** A imagem da torcida organizada está relacionada à violência. O que você pensa sobre isso?
>
> **Resposta de Daniel Sales:** *A violência está em todo lugar. Estamos expostos a todo tipo de violência, em todos os sentidos. Temos violência não só no futebol, temos violência em show, no carnaval, e a torcida é mais um fator, né. A violência está no futebol também. Infelizmente, todo lugar tem violência. Mas nós, como torcida organizada, temos CNPJ, temos nossa sede, sempre temos reunião com Batalhão de Choque, reunião com Ministério Público, tudo que a torcida vai fazer, entidade grande como a Máfia Azul, que está há 40 anos em Minas Gerais, sendo a maior de Minas com 30 mil componentes, todo clássico, a gente tem reunião, passa o horário que a torcida vai sair, tudo é passado para a Polícia Militar, para o Ministério Público, a gente tenta ajudar da melhor forma possível todos os envolvidos no futebol. Então, no fato da violência, o que podemos fazer, temos que punir o infrator que pratica a violência, o CPF, o RG, não as entidades. A entidade está para acompanhar o clube e fazer a festa do futebol, que é o principal fator da organizada fazer a festa do futebol.*
>
> **Pergunta 2:** Recentemente, o presidente de uma torcida organizada do Palmeiras morreu assassinado[6]. Você teme pela sua vida ou pela vida de alguém próximo a você?
>
> **Resposta de Daniel Sales:** *A gente assusta sim com a violência que tem, a família preocupa. Mas eu posso dizer que, particularmente eu, nunca tive medo, sempre quis fazer o melhor para a torcida, melhor para o clube, sempre tento evitar, evitar*

5 - Disponível em: https://houaiss.uol.com.br. Acesso em: 3 de fev. de 2018.

6 - Fundador da Mancha Verde, Moacir Bianchi foi assassinado com 22 tiros no dia 2 de março de 2017, em São Paulo. Disponível em: <https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/fundador-da-mancha-verde-e-morto-na-zona-norte-de-sao-paulo-com-22-tiros.ghtml>. Acesso em: 10 de jan. de 2018.

> *que a minha família preocupe. Eu faço o melhor para a torcida, e o melhor para a torcida é sempre evitando a violência. Não vou te falar que torcida tem santo, torcida não tem santo, e ninguém é santo. O que eu posso te dizer é o seguinte: o que a gente puder fazer para evitar a violência nós vamos fazer, mas uma torcida igual a Máfia Azul, ninguém passa por cima da gente, ninguém vai passar por cima da Máfia Azul. O que a gente puder fazer para evitar a violência e fazer a festa nos estádios nós vamos fazer, mas jamais fazer apologia à violência, ir para cima de qualquer pessoa. Nós vamos preservar sempre nossos integrantes e preservar a entidade Máfia Azul e o Cruzeiro Esporte Clube. Nós não somos a favor da violência, mas ninguém passa por cima da Máfia Azul.*

Logo no início do primeiro enunciado, Daniel evoca o imaginário da "violência está por toda parte no Brasil", uma generalização mobilizada por um saber de crença de opinião comum. Parte daí, claro, uma explicação para os atos de agressão das torcidas organizadas. O uso lexical ajuda a comprovar essa ideia do torcedor: "violência está em todo lugar", "não só no futebol", "a torcida é só mais um fator", "todo lugar tem violência".

Nota-se, quando Daniel diz "estamos expostos a todo tipo de violência, em todos os sentidos", podemos considerar não apenas as agressões físicas, mas também os diversos tipos de violência simbólica, como machismo, homofobia e outros preconceitos, inclusive o estigma contra as organizadas que reflete também contra os mais pobres nos estádios, conforme Lopes (2012), de toda a ordem tão característicos a esse universo.

Na sequência, quando argumenta sobre o que é preciso ser feito, o torcedor observa a necessidade de punição, trazendo à tona o imaginário do Brasil como "país da impunidade". Daniel defende a punição aos envolvidos nas práticas, isentando as organizadas. De fato, a grande maioria dos envolvidos em crimes ocorridos no futebol não termina na penitenciária cumprindo a pena prevista. Segundo Murad (2017), em 2015 e 2016, 97% das transgressões imputáveis ligadas de alguma forma ao futebol não sofreram sanções determinadas pela legislação.

O torcedor também sinaliza o imaginário de grandeza no momento que se auto afirma como integrante da maior torcida organizada de Minas Gerais – dado difícil de se comprovar, já que não há estatísticas atuais a respeito do número de integrantes das organizadas. Quando eleva a Máfia Azul a um panteão em que as outras não estão, concomitantemente Daniel também cria uma maior responsabilidade e importância ao cargo que ocupa, como relata ao informar os encontros com membros de instituições públicas de segurança.

No segundo trecho, é possível notar, por meio de outro saber de crença, o imaginário machista de que "homens não podem demonstrar fraquezas", quando o torcedor diz não temer a violência. Por meio dos subjetivemas, contudo, é visível uma contradição no discurso, uma vez que os advérbios axiológicos "assusta" e "preocupa" reforçam uma sensação de ameaça do enunciador em relação à sua família.

Quanto à patemização, nota-se que o tom do discurso vai mudando, tornando-se mais firme e agressivo, tentando provocar medo no interlocutor, quando o atual mandatário da Máfia Azul assume que fará o que for preciso para "ninguém passar por cima da Máfia Azul". Neste trecho, Daniel Sales

explica que torcedor organizado não é santo, uma entidade sagrada do catolicismo, mobilizando o saber de crença de revelação, ligado ao sagrado. O imaginário de santo está relacionado ao "homem puro, caridoso, divino", muito distante, segundo o próprio Daniel, do senso comum que circula sobre os torcedores organizados.

Daniel Sales acaba reafirmando, mesmo que implicitamente, o estereótipo de agressivo, ou pelo menos de pouco pacífico, dos torcedores organizados, em especial quando afirma por três vezes a frase "ninguém passa por cima da gente/Máfia Azul", que soa como recado às torcidas organizadas adversárias ou a qualquer pessoa que seja um obstáculo à torcida. O tom ameaçador com que enuncia evidencia a tentativa de impor respeito e causar temor.

EIXO DA REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DOS TORCEDORES ORGANIZADOS

A imprensa tem parcela de responsabilidade na afirmação do estigma social de violento dos torcedores organizados, explica o pesquisador Felipe Tavares Paes Lopes, da Universidade de São Paulo (USP). Em sua tese de Doutorado, Lopes (2012) indica que os torcedores organizados são desacreditados e perdem a credibilidade social diante de um discurso midiático, em sua maioria, que explora em demasia os estereótipos.

Depoimento de Jean Marc Gougeuil

> **Pergunta:** As torcidas organizadas são vistas, muitas vezes, no discurso midiático relacionadas à violência. O que você pensa a respeito?
>
> **Resposta de Jean Marc:** *Os meios de comunicação se interessam porque é um assunto que vai interessar a sociedade. Vai vender alguma coisa, vai atrair a atenção da população. 'Botafoguense foi morto por torcedor do Flamengo'. Isso interessa entre aspas. É uma coisa para você vender. Você olha o dia inteiro, pega esses programas de tevês no Brasil... como chama? O 'Brasil Urgente' e não sei mais o quê. Mostra crimes horríveis, o dia inteiro, 365 dias por ano. Logicamente, quando aparece um crime no futebol, a mídia vai se interessar porque futebol é futebol, é uma religião no Brasil, é conhecido. Então, a mídia vai se interessar para vender o produto dela.*
>
> **Pergunta 2:** Mas você acha que a cobertura é equivocada?
>
> **Resposta de Jean Marc:** *Você acha que alguma coisa positiva interessa à mídia? Quantas vezes essas organizadas fazem ações benevolentes? Centenas de vezes no ano. Você acha que a mídia se interessa com isso? De vez em quando. Se interessa sim, sabe quando? Quando a gente atrai um jogador do Cruzeiro a vir com a gente. Ai a mídia se interessa. Por exemplo, a gente vai a uma favela, vai a uma creche, vai oferecer uma coisa. Ai a mídia se interessa. Ah, tem jogador do Cruzeiro? Nós vamos. Tem Raposão? Nós vamos. Eu sozinho fui levar brinquedo com os meninos*

> *da Máfia Azul em Santa Luzia, no Caldeirão do Inferno, uma favela brava, você acha que alguém vem comigo? Não, não se preocupam, não. Tem que ser justo. O que gosta a imprensa? Gosta de vender o negativo, mas em uma certa razão ela está certa, é um crime. E um crime no futebol dá mais ibope que um crime na rua, dá mais ibope.*

Jean aciona o imaginário de "imprensa sensacionalista", quando diz que a violência interessa aos meios de comunicação porque aumenta as/a vendas/audiência. Ele tenta confirmar esse imaginário ao se valer de um saber de experiência, no momento em que cita o exemplo de um telejornal que noticia casos de polícia todos os dias na televisão brasileira.

Quando o torcedor enuncia que futebol é uma religião no Brasil, revela uma patemização ao compará-lo com uma crença sobrenatural. Segundo esse discurso, portanto, o futebol estaria filiado à ordem do sagrado. Nos faz pensar também no imaginário "Brasil, o país do futebol". Essa representação da sociedade brasileira pela bola demonstra a forma estigmatizante como parte do mundo vê o Brasil, ideia compartilhada pelo estrangeiro Jean Marc.

Em relação aos axiológicos, o substantivo "crime" aparece três vezes nesse trecho do discurso, criando uma associação entre violência e mídia. Pelo modo de organização descritivo-argumentativo de Jean, podemos inferir que a imprensa estaria disposta a pautar matérias sobre o tema para obter ganhos financeiros com isso. O torcedor também demonstra uma sinalização de injustiça da imprensa, que, para ele, apenas noticia o lado negativo da organizada, reforçando os estereótipos já construídos.

No segundo trecho, o ex-líder da Máfia Azul tenta quebrar o imaginário estigmatizante de "torcedores organizados como desordeiros". Ele cita ações sociais promovidas pela Máfia Azul na periferia da região metropolitana de Belo Horizonte, enfatizando o lado humano dos torcedores. É criado, no início da enunciação, um efeito patêmico de indignação com a imprensa. Isso pode ser notado pelo tom com que Jean questiona as iniciativas dos meios de comunicação: "Você acha que alguma coisa positiva interessa à mídia? Quantas vezes essas organizadas fazem ações benevolentes? Centenas de vezes no ano. Você acha que a mídia se interessa com isso? (...)". Jean critica o poder que a mídia detém de selecionar o que publicar[7].

Por meio dos subjetivemas, observamos axiológicos que demonstram uma avaliação negativa sobre a imprensa: "não se preocupam, não", "gosta de vender o negativo", "crime no futebol dá mais ibope". Embora critique a cobertura da imprensa, Francês reconhece que casos de violência devem ser noticiados.

Depoimento de Daniel Sales

> **Pergunta:** O que você pensa sobre a cobertura da mídia sobre a Máfia Azul?
>
> **Resposta de Daniel Sales:** *A Máfia Azul tem vários projetos sociais, mas que a mídia geralmente não divulga. O que a mídia quer é sangue, o que vende é sangue, o que vende é briga, é raro você fazer uma coisa legal que a imprensa divulga.*

7 - Esse "poder" da mídia é estudado pela agenda-setting, conceito criado para denominar a função pelo qual os meios de comunicação influenciam a agenda pública, pautando as conversas entre os cidadãos, ao publicar certas matérias e não outras. Sobre o tema ver Formiga (2006).

Quando perguntamos sobre a representação midiática dos torcedores organizados, Daniel também demonstra insatisfação com a cobertura e aciona o imaginário de crença de que "a imprensa é sensacionalista", assim como fizeram Eder Toscanini e Jean Marc.

As marcas linguísticas evidenciam que há um sentimento de revolta com o noticiário sobre as organizadas. A mídia aparece ligada a termos relacionados à violência, como os subjetivemas "sangue" e "briga".

É possível notar um efeito patêmico de cólera e de indignação no discurso do torcedor, quando ele enuncia a forma como as organizadas são retratadas publicamente: "a mídia quer sangue, o que vende é sangue, o que vende é briga". O termo sangue, neste caso, está ligado ao imaginário de violência, mortes.

No imaginário de Daniel Sales, nota-se que a mídia assume um grande poder: o de determinar o que será ou não debatido publicamente, selecionando temas – como o da violência, ajudando, assim, a reforçar algumas características das torcidas organizadas e excluindo outras.

EIXO DA ELITIZAÇÃO DO FUTEBOL

Embora seja considerado um processo relativamente recente, os estudos sobre a elitização do futebol brasileiro têm ganhado corpo (CRUZ, 2010; MASCARENHAS, 2013). Um dos principais argumentos de quem defende essa tese está na mudança estrutural dos estádios brasileiros, que perderam as gerais, locais dos ingressos mais baratos, e ganharam áreas VIP's e camarotes, espaços nos quais apenas uma pequena elite tem acesso. Dessa forma, o estádio diminuiu as áreas destinadas aos pobres e aumentou para os endinheirados. Apesar disso, Campos (2016), em artigo sobre o público no Mineirão no ano de sua reinauguração, em 2013, demonstrou que o estádio ainda é um local de diversidade, com o acesso de público de baixa renda, embora os novos gestores das arenas priorizem os torcedores com poder de consumo.

Depoimento de Jean Marc Gougeuil

> **Pergunta:** O futebol era um esporte muito democrático, uma festa essencialmente popular. Como você viu essa mudança?
>
> **Resposta:** O estádio era o único lugar que você podia misturar as classes sociais do Brasil. Então, o que acontece: o cara mora na favela, o cara é office boy, o cara é professor, é engenheiro de não sei das quantas, e está na arquibancada. Então, de verdade, era o único lugar onde a torcida, os brasileiros se misturavam, porque era um preço acessível para todo mundo. O favelado tinha dinheiro para poder ir ao campo, o engenheiro, o professor, e tinha essa possibilidade de ter a sociedade brasileira em um só lugar. Hoje não existe mais, não existe, o futebol moderno acabou com isso, eu adorava, tinha jogo que pagava três reais,

> cinco reais, você via dezenas de organizadas ou torcida do Cruzeiro de todos os cantos, de todos os bairros mais afastados, era uma festa incrível, incrível! O futebol moderno de hoje, que pra mim acabou com o futebol, é totalmente diferente dos que nós tínhamos nos anos 1990

Jean Marc inicia esse trecho do depoimento se valendo do imaginário do "futebol como um esporte popular e democrático". A partir de um saber de experiência, o torcedor conta da reunião de "engenheiros", "professores" e "favelados" nas arquibancadas durante os jogos. Neste momento, é possível notar um efeito patêmico de alegria, felicidade em compartilhar momentos inesquecíveis ao lado de desconhecidos, independentemente da classe social e outras diferenças.

O axiológico "adorava" expressa o saudosismo e uma lembrança carregada de sentimentalismo. O passado, mais uma vez, é valorizado no discurso de Jean, criando um ideal de "vida boa" dos estádios remetendo a tempos áureos, que não voltam mais. O adjetivo axiológico "incrível", que aparece duas vezes quando Jean relembra a festa da torcida, demonstra a emoção no discurso.

Curiosamente, a patemização passa do tópico da alegria para o da tristeza, quando o torcedor utiliza o axiológico "acabou", ao dizer que o futebol moderno, com o processo de elitização, cessou a festa, alijando uma parte dos fanáticos pelo esporte.

Ao afirmar, ainda no começo do enunciado, que "o estádio era o único lugar que você podia misturar as classes sociais do Brasil", Jean expõe o imaginário de um "país que exclui e discrimina". É um saber de experiência, que, na análise de um estrangeiro, se torna ainda mais latente, uma vez que a desigualdade no Brasil se faz notar em quase todos os ambientes.

Depoimento de Daniel Sales

> **Pergunta:** Como você viu o passar dos anos na arquibancada?
>
> **Resposta:** Futebol mudou muito. As festas que a gente fazia na década de 1990, no antigo Mineirão, as novas arenas não permitem. Eles utilizam muita coisa que pode. Eles querem diminuir número de bandeira, coisa que não tem nada a ver, já que o mais bonito do futebol é a festa que as torcidas fazem no estádio. E os jogadores veem aquela festa, pô... a torcida faz a diferença. E eles proibiram a festa do futebol, o futebol fica chato. Imagina você ir para o Mineirão sem bandeira, sem torcida organizada, sem barulho, eles querem fazer do futebol teatro

Logo de início, Daniel aciona um imaginário saudosista de que "o futebol era melhor no passado". O relato, assim como ocorreu com Jean Marc, fica preso a lembranças positivas. Por meio de um saber de experiência, Daniel explica que, em função de algumas restrições da administração do estádio Mineirão, a festa das arquibancadas perdeu sua essência com o passar do tempo.

O torcedor se vale do imaginário "futebol como festa do povo" para criticar a elitização do esporte que cerceou as classes sociais mais pobres de assistir aos jogos. O torcedor ilustra a ideia de

elitização do futebol como uma peça de teatro, evocando um imaginário de "lugar enfadonho, chato, restrito a uma elite".

Algumas marcas enunciativas revelam a posição crítica do torcedor em relação ao processo denominado elitização do futebol: os axiológicos "proibiram", que está ligado à censura, e "chato", descrevendo a forma maçante e nada empolgante em que o futebol se transformou.

O *ETHOS* E ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Através do discurso, os seres a todo tempo dizem "que somos isso, e não aquilo", como bem cunhou Barthes, citado por Amossy (2005). Pois este é o 'espírito' do *ethos*. Apesar das várias diferenças entre os dois torcedores organizados entrevistados (nacionalidade, idade, períodos distintos dentro da organizada), há uma convergência de opiniões e pontos de vistas em relação aos assuntos abordados. Também foi possível notar que Jean Marc e Daniel Sales possuem *ethé* em comum. Alguns deles, inclusive, confirmam alguns estereótipos sociais ligados aos organizados.

Na temática da violência, os torcedores pregam uma saída pacífica, mas avalizam atos agressivos, cada um a sua forma, validando o estereótipo da violência como uma faceta dos torcedores organizados. Jean Marc e Daniel criam *ethé* de virilidade, força, agressividade.

Há certas peculiaridades. Daniel Sales, hoje líder da organizada, se coloca como um protetor, um guardião da Máfia Azul («Eu faço o melhor para minha torcida...»), que se doa com intensidade e esforço pelo amor à organizada. Já Jean Marc exerce um papel de observador. Em vários momentos, ele demarca a sua posição de estrangeiro, alguém que consegue observar os fatos com certa perspectiva. Nota-se, também, um discurso bem politizado, que conhece muitas das mazelas brasileiras: desigualdade, distribuição de renda, violência.

Nos outros dois eixos de análise, os torcedores evocam imagens de marginalizados pela mídia e excluídos socialmente, incluindo, agora, o alijamento do próprio estádio pela elitização do futebol.

Em relação à representação midiática, Daniel Sales e Jean Marc veem a imprensa como criadora de uma narrativa que busca o sensacionalismo, reforçando o imaginário social do torcedor organizado como um malfeitor para gerar maior apelo. Os dois torcedores criam imagem de prejudicados e incompreendidos pela mídia. Ambos ressaltam o fato de os meios de comunicação não noticiarem os feitos positivos da Máfia Azul, explorando apenas a cobertura envolvendo atos ilícitos de membros da organizada.

O processo de modernização ou elitização do futebol foi danoso aos torcedores organizados. Esta é a avaliação dos colaboradores da Máfia Azul nas entrevistas. Ambos evocam imaginários saudosistas das festas dos torcedores no passado. No discurso, os dois torcedores demonstram *ethé* de penalizados, lesados por esse processo.

Por fim, por meio da análise deste pequeno corpus, podemos observar os imaginários, as marcas discursivas, as crenças e os valores que atravessam o ato de fala dos líderes da torcida Máfia Azul do passado (Jean Marc) e do presente (Daniel Sales), além de processos identitários. A despeito das

diferenças entre os entrevistados, podemos estabelecer alguns *ethé* em comum: líderes que assumem uma faceta combativa, agressiva e que resistem, mesmo encontrando, na visão deles, resistência na cobertura midiática e exclusão no processo de elitização do futebol.

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. (Org). **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**: dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro, EDUERJ, 2010.

CAMPOS; Priscila Ferreira; BRUZZI, Rúbio Sabino; SILVIO, Ricardo da. Elitização do Mineirão? Análise a partir da origem social dos torcedores. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**. Belo Horizonte, v. 3, n.1, p. 126-141, jan./abr. 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia (Orgs.). **As emoções no discurso. 1**. ed. Campinas: Mercado das Letras, 2007, vol. 2, p. 23-56.

_____. **Les stéréotypes, c'est bien. Les imaginaires, c'est mieux**. In: Boyer H. (dir.) Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène. Paris:L'Harmattan, 2007.

_____. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo:Contexto, 2008.

CRUZ, Antônio. **A virada econômica do futebol**: observações a partir do Brasil, Argentina e uma Copa do Mundo. 228f. 2010. Tese (Doutorado Antropologia Social) - Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. **La enunciación** – de la subjetividad em el lenguaje. Buenos Aires: Edicial S.A., 1997.

LOPES, Felipe Tavares Paes. **Discursos sobre violência envolvendo torcedores de futebol**: ideologia e crítica na construção de um problema social. 2012. 192f. Tese (Doutorado em Psicologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: http://goo.gl/KfyqE5. Acesso em: 26 out. 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11-25

MASCARENHAS, Gilmar. **Um jogo decisivo, mas que não termina**: a disputa pelo sentido da cidade nos estádios de futebol. Cidades, v. 10, n. 17, p.142-70, 2013. Disponível em: http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/view/;. Acesso em: 08 fev. 2017.

GOUGEUIL, Jean. Jean Marc Gougeuil: **depoimento [fev. 2017]**. Entrevistador: Alvarenga, Thiago Madureira de: Cefet-MG, 2017. 5 vídeos em HD. Entrevista concedida ao projeto Voz da arquibancada do Cefet-MG

MURAD, Mauricio. **A violência no futebol**. São Paulo: Benvirá, 2017.

PRAÇA, Gibson Moreira; SILVA, Sílvio Ricardo da. As torcidas organizadas de Belo Horizonte e suas manifestações. In: **Encontro nacional de recreação e lazer**, 21., 2009, São José, SC. Anais... São José, SC, 2009. Disponível em: <https://goo.gl/rxZ5js>. Acesso em: 26 out. 2017.

SALES, Daniel. Daniel Sales: **depoimento [fev. 2017]**. Entrevistador: Alvarenga, Thiago Madureira de: Cefet-MG, 2017. 3 vídeos em HD. Entrevista concedida ao projeto Voz da arquibancada do Cefet-MG

TOLEDO, Luiz Henrique. **Torcidas organizadas de futebol**. Campinas: Autores Associados: Anpocs, 1996.

GT DIVERSIDADES, PROCESSOS SOCIAIS E COMUNICACIONAIS

A BATALHA DA SANTÊ E O MOVIMENTO HIP HOP EM BELO HORIZONTE:

Expressões artísticas periféricas como forma de lazer e de resistência política

Alessandra Nardini
(Universidade FUMEC: Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos; nardini.contato@gmail.com)

Rodrigo Fonseca e Rodrigues
(Universidade FUMEC: Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos; rfonseca@fumec.br)

RESUMO

O eixo central desta investigação é a Batalha da Santê, evento que ocorreu entre os anos 2014 e 2017 na Zona Leste de Belo Horizonte. O propósito da pesquisa é analisar as expressões artísticas que se manifestam nesse encontro de *Hip Hop* (entre elas o *rap*, o grafite e a dança) e pensar as práticas culturais de seus participantes, questionando as potencialidades do movimento para construir um espaço de exercício político, ética e cidadania através da arte e do lazer. Será feita uma análise etnográfica do acontecimento, identificando práticas que constroem significações para determinadas ações. Conclui-se que tal atividade de lazer, além de resultar em expressões artísticas, transforma o lugar ocupado durante a sua realização. A pesquisa observa que a Zona Leste se torna palco de eventos que, por se vincularem a um movimento de reinvenção crítica, vão no contra fluxo da cultura dominante.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; Política; Arte; Cidadania; Movimento *Hip Hop*.

ABSTRACT

The central axis of this investigation is the Batalha da Santê, an event that occurred between 2014 and 2017 in the Eastern Zone of Belo Horizonte. The purpose of the research is analyze the artistic expressions that manifests in this meeting of Hip Hop (among them the rap, the graffiti and the dance) and think about the cultural practices of the participants, questioning the potentialities of the movement to build a space for political exercise, ethics and citizenship through art and leisure. An ethnography will be made, identifying practices that construct meanings for certain actions. It's concluded that such leisure activity, besides resulting in artistic expressions, transform the place occupied during the event. The research observes that the Eastern Zone becomes an stage of events that are linked to a movement of critical reinvention and go against the dominant culture.

KEYWORDS

Culture; Politics; Art; Citizenship; Hip Hop Movement.

INTRODUÇÃO

As cidades se tornaram palco de movimentos culturais diversificados, encontrando na música e na letra, na dança e nas artes visuais, um forte apelo identitário no seio das comunidades periféricas. Em Belo Horizonte, a Zona Leste, região que abriga bairros tradicionais como o Floresta e o Santa Tereza, e aglomerados como o Alto Vera Cruz e o Taquaril, está se transformando em um cenário composto por eventos culturais muito diversos, marcados pela busca por reconhecimento identitário das minorias e pela ocupação cultural da cidade. Essa cena cultural possui grande parte de seus grupos seguindo no contra fluxo da cultura dominante.

A Batalha da Santê é um encontro de *Hip Hop,* movimento sociocultural periférico que chegou ao Brasil entre as décadas de 1970 e 1980 através da indústria fonográfica norte-americana, que aconteceu por cerca de três anos na Rua Frutal, uma das vias de acesso à estação de metrô Santa Tereza. Durante os encontros, que aconteciam uma quarta-feira por mês, os participantes faziam batalhas de rima, conhecidas também como batalhas de *freestyle*, apresentações de grupos de *rap*, de dança e intervenções com tinta nas paredes. Todas as expressões artísticas feitas ao longo do evento de rua estão vinculadas ao movimento e giram em torno da conscientização social do público participante.

O artigo analisa como as expressões artísticas do movimento *Hip Hop*, que aconteceram durante a Batalha da Santê, eventualmente vistas pelos jovens periféricos como atividades de lazer, podem ser percebidas também como uma linguagem de resistência política, capaz de transmitir ética e cidadania e de transformar um espaço público através da ocupação cultural. Para isto, esse evento de *Hip Hop* será aproximado dos pressupostos dos Estudos Culturais, por se tratar de uma cultura contra-hegemônica, e pelo seu forte vínculo aos espaços urbanos e às apropriações culturais realizadas pelos participantes, sejam elas espaciais ou simbólicas. Uma etnografia pautada em uma descrição do evento será apresentada com o intuito de identificar, reconhecer e compreender práticas culturais e motivações, buscando seus significados para o público do evento em questão.

Para abordar as expressões artísticas que acontecem na Batalha da Santê como formas de proporcionar ética e cidadania por meio da construção de uma conduta social consciente, este *corpus* empírico será problematizado sob os conceitos de micropolíticas, autonomia, heteronomia e heteretopias urbanas, propostos e trabalhados por Foucault (2001). As expressões artísticas que acontecem durante a Batalha da Santê são atividades de lazer que engajam o público politicamente e que transformam a rua em um lugar heterogêneo, onde encontra-se o embasamento teórico das heterotopias urbanas, que se referem às maneiras de transformar os espaços e de gerar micropolíticas. Essas, são construídas por meio de ações que contagiam e transpõem, involuntariamente, ética e cidadania, promovendo uma conscientização social e motivando seu público.

Conclui-se que a Batalha da Santê, que teve sua última edição realizada em setembro de 2017, apresenta uma diversidade cultural em meio à riqueza de tradições culturais que podem ser encontradas nos bairros Santa Efigênia e Santa Tereza. O encontro é uma atividade de lazer para muitos jovens periféricos que se deslocam para o local com o intuito de ocupá-lo. Através da cultura e da arte, o

evento engajou seu público politicamente, construindo um espaço para exercício de ética, cidadania e consciência social.

MOVIMENTO *HIP HOP*: APROXIMAÇÕES TEÓRICAS

A fim de analisar as expressões artísticas vinculadas a Batalha do Santê de modo que possamos compreendê-la como um evento ligado ao *Hip Hop* considerando-o um movimento sociocultural de resistência, é necessário contextualiza-lo dentro dos Estudos Culturais. Essa aproximação teórica acontece porque o foco desse campo está na cultura como uma forma de exercer política, com o intuito de desenvolver pesquisas que são contra-hegemônicas, apresentando aquilo que está no contra fluxo dominante. Segundo Baptista (2009), vale dizer que os Estudos Culturais procuram abordar os limites socialmente construídos, colocando os conhecimentos teóricos sobre a cultura e as práticas políticas em constante diálogo interdisciplinar.

Nos estudos realizados por Clarke, (HALL et al. apud ECOSTEGUY, 2010) sobre as subculturas jovens, que são compostas por grupos minoritários que se diferenciam na sociedade por possuírem características identitárias próprias, os autores puderam constatar que, da mesma forma que o conceito de hegemonia permitiu um movimento mais complexo e dinâmico nas sociedades, trabalhando a ideia de dominação, este conceito também abriu espaço para que a resistência surgisse como resposta a este mesmo sistema hegemônico. Os autores usam como definição para "estilo" a forma particular de a juventude fazer algo, se preocupando em como os grupos sociais construídos definem este estilo de resistência e quais objetos e símbolos eles incorporam em seu cotidiano para definir suas identidades, dando outros sentidos e usos ao transformar as coisas, enchendo-as de significação cultural.

Os estudos sobre cultura e sociedade permitiram que as práticas sociais, os valores e significados atribuídos pelos grupos minoritários durante a formação de suas identidades abrissem as portas para a análise do movimento *Hip Hop* como uma forma de luta política e de resistência exercida pelos jovens. Ligado as práticas de lazer que aconteciam nos lugares onde o Estado se mantinha ausente, o *Hip Hop* acabou se politizando, assim como os movimentos sociais que o influenciaram, vinculados à luta dos negros por direitos civis desde a abolição da escravidão. Magnani (1996) caracteriza as práticas culturais de lazer como atividades que se estabelecem em lugares onde as pessoas cultivam "espaços particulares de entretenimento" e onde podem manter seus vínculos de sociabilidade.

Para abordar as potencialidades da Batalha da Santê na construção de conscientização social e na capacidade de transformar o espaço público por meio da ocupação cultural, utilizam-se os conceitos de poder, micropolítica, autonomia, heteronomia, heterocronia e heterotopias urbanas. Para pensar as práticas culturais e a construção do poder dentro das sociedades contemporâneas, são tomados como referência os conceitos propostos e trabalhados por Foucault (2001, 2017). O autor propõe que observemos o poder por um viés diferente daquele que o colocava apenas como uma forma de repressão, exclusão e censura.

Cada luta, segundo Foucault (2017), se desenvolve em torno de um foco particular de poder. Esta afirmação refere-se também às lutas de resistência que buscam romper com a ideia de que o poder está detido por uma classe dominante, traçando assim uma luta contra-hegemônica. O poder do qual o autor fala é capaz de permear a sociedade, de produzir discursos, de se transformar em expressões, induzindo ao prazer e as formas de saber. É essa significação de poder que podemos trazer para as lutas de resistência, chamando-as de micropolíticas por serem compostas por pequenos "gestos, hábitos, atitudes e condutas". O micropoder se exerce pela micropolítica e pode ser definido como aquele que contagia o outro pela força dos atos de quem pratica ações cotidianas que trazem consigo a capacidade de influenciar pessoas e grupos sociais.

O infrapoder é o que estabelece o macropoder e a macropolítica, que são pilares das relações entre os aparelhos ideológicos do Estado e os indivíduos. O indivíduo sem autonomia passa a se submeter ao infrapoder, se tornando sujeito a vontade do Estado como força dominadora. O infrapoder está introjetado no nosso corpo e em nossas ações, sendo absorvido por meio do discurso que dita normas de comportamento, passado de forma imperceptível, que é recebido e resulta em obediência e repressão.

Para compreendermos o poder que é oferecido aos grupos sociais por meio da micropolítica e das heterotopias urbanas, é necessário abordar os conceitos de autonomia e de seu antônimo, a heteronomia. A heteronomia acontece a partir do infrapoder, que transforma o indivíduo em alguém sem autonomia, tornando-o um sujeito que segue discursos de forma automática. Segundo Segre, Silva e Schramm (2009) semanticamente "autonomia significa propriamente a competência humana em "dar-se suas próprias leis" e, filosoficamente, "indica a condição de uma pessoa ou de uma coletividade, capaz de determinar por ela mesma a lei à qual se submeter".

Ao propor o conceito de "heterotopias urbanas", Foucault (2001) explica que o interesse pela história, cuja concepção pode ser considerada estagnada no decorrer dos séculos, deu lugar ao desejo de pensar em fenômenos de ruptura, principalmente voltados para "espaço e tempo". Descobriu-se que existem "no interior da história, tipos de durações diferentes" (MARTINS, 2002, p. 88). Estas durações permitem que os indivíduos ocupem espaços e tempos de formas diversas. Segundo Foucault (2001) isto estabelece o surgimento de durações múltiplas, o que rompe com a ideia de concepção do tempo em que a história se baseava, onde existia apenas "uma duração". Ainda de acordo com o autor as durações múltiplas se entrelaçam e geram transformações nas sociedades e nos espaços. É neste âmbito que os indivíduos coexistem e se relacionam.

Para dar conta destes eventos de natureza transitória, Foucault (2001) trabalha a conceituação de heterocronias, que estão mais ligadas aos recortes do tempo. Os espaços contam com tempos heterogêneos que se entrelaçam na cidade. Estes tempos são sentidos de formas diferentes pelas pessoas. Nestes espaços o indivíduo rompe com seu tempo tradicional, pois as heterotopias estão ligadas ao tempo passageiro. Ao contrário do que se estabelece em museus e bibliotecas, onde há acumulações crônicas de tempos, exemplo citado pelo autor. São exatamente as heterocronias que transmutam as localizações em situações.

O "espaço" era um conceito tradicionalmente baseado em uma concepção hierarquizada, voltada

principalmente para a ideia de localização. Porém, o posicionamento do espaço agora é "definido pelas relações de vizinhança, entre pontos ou elementos". (FOUCAULT, 2001, p. 412). O conceito de espaço tornou-se mais abrangente do que a concepção demográfica pode propor. O que se deve compreender é que não vivemos em espaços homogêneos, mas sim em espaços heterogêneos, carregados de motivações, desejos e percepções que compõem nossa subjetividade. Os lugares definidos por práticas heterotópicas são diferentes e compostos por experiências mistas. As heterotopias estão relacionadas ao lugar que "eu" ocupo, tornando o real.

Percebe-se que os espaços que eram marcados anteriormente pela localização, passaram a ser caracterizados pela ocupação e pelas situações que constroem outros lugares (sítios). Um exemplo que pode ser dado nessa abordagem é a rua. Ela se transforma pelas formas de ocupação, porém, estas ocupações são mutantes e os espaços podem ser usados de diversas maneiras. Isto potencializa as situações, que são fluídas, efêmeras e estão em constante movimento. Por gerar transformações, esta efemeridade não possui um sentido negativo. Eventos caracterizados como efêmeros nas cidades são feiras, apresentações de dança, concertos, encontros e, no presente caso, as batalhas de rima. Esses eventos que acontecem nos espaços urbanos impulsionam práticas culturais e o surgimento de outras formas de ocupá-los, potencializando novas manifestações artísticas e situações vinculadas a resistências políticas. As heterotopias urbanas são aquelas que geram situações culturalmente heterogêneas, baseadas em formas de ocupar o espaço e de utilizar tempos de formas diferentes, gerando estas transformações nas cidades.

A TRAJETÓRIA DO MOVIMENTO *HIP HOP*

O *Hip Hop* é um movimento sociocultural que nasceu no Bronx, região periférica de Nova Iorque e se difundiu fora dos Estados Unidos através dos avanços tecnológicos, que facilitaram o acesso aos meios de criação e divulgação de produtos culturais. O movimento começou a partir da junção de manifestação artísticas. O *rap*, manifestação musical representada pelo MC (mestre de cerimônia) que canta e rima, e pelo *DJ*, que era conhecido como tocador de discos que, posteriormente, adquiriu técnicas que passaram a ser realizadas junto ao trabalho do MC, o *Break Dance*, dança que acontece enquanto o *DJ* e o MC trabalham juntos, o Grafite, forma de ocupar o espaço público através de pinturas e o Conhecimento (*Knowledge*), considerado pelos membros do movimento uma forma de fortalecer o *Hip Hop*, dando embasamento às suas críticas contra-hegemônicas e aprimorando técnicas de criação das manifestações artísticas.

O *rap* cresceu nos bairros pobres de Nova Iorque através de eventos que geralmente aconteciam nas ruas. Estes eventos eram organizados e frequentados, em sua maioria, por jovens predominantemente negros. Nestes encontros que aconteciam nas ruas, os jovens exercitavam suas expressões artísticas. Marcado socialmente e etnicamente, o *rap* se desenvolveu como um produto cultural que desperta o interesse de vários jovens no mundo. O que nasceu como uma forma de lazer, começou a agregar motivações sociais, políticas e econômicas, que fizeram com que o *rap* também passasse a produzir significações que levaram

a diante a luta dos negros por direitos civis. De acordo com Teperman (2015), o *rap* se define como uma cultura de rua e, desde o seu surgimento, foi marcado por manifestações culturais e artísticas que eram exercitadas nas ruas, com jovens que andavam com aparelhos de som em seus ombros, dançarinos e grafiteiros que depois viriam a consolidar, junto ao *rap*, o surgimento do movimento *Hip Hop*.

O cenário de surgimento do *Hip Hop* era violento. O movimento começou a ser estruturado como uma prática de lazer para as minorias, que acontecia em uma região periférica onde o Estado se mantinha ausente. Em meio a violência, o descaso e o abandono pelas autoridades norte-americanas, os jovens do Bronx estavam, em sua maioria, envolvidos em guerras brutais entre gangues. Foi quando a música surgiu, e os carros de sons equipados com os *sound systems* começaram a criar um ambiente festivo nas ruas das comunidades, assim como aconteceu em Kingston, capital da Jamaica. Os *sound systems* tocavam várias músicas de *soul*, *funky* e *reggae*. Os jovens que ficavam responsáveis pelas sonoridades musicais, *playbacks*, efeitos e mixagens se inspiravam nos *disc jockeys* e se auto denominavam *DJ*'s. Essas festas ficaram conhecidas como *block parties*.

Enquanto tocavam, os *DJ's* também exerciam a função de *toasters* com o microfone. O *toast*, que significa brindar em inglês, era uma atividade recorrente na Jamaica durante os eventos de rua por ser um jogo de improviso verbal. Segundo Teperman (2015), os *toasters* não apareciam apenas em festas de rua, mas também em cadeias, no exército e em rodas formadas por jovens em bairros pobres. Eles não faziam discursos positivos ou homenagens, como a palavra *toast* pode remeter, mas sim discursos violentos e agressivos. Muitas vezes, seus discursos eram marcados por obscenidades e difamação. Esses jogos de improviso verbal também marcaram o *rap* e fazem parte de um estilo dentro do gênero musical que se chama *freestyle*.

Pensando no caráter comercial que o *Hip Hop* estava atingindo, Afrika Bambaataa[1], junto a Zulu Nation[2], criou o quinto elemento do movimento: o Conhecimento. Seu objetivo era não permitir que o *Hip Hop* tivesse apenas um caráter comercial, deixando claro que ele também possui um caráter de transformação social e de engajamento político, assim como os outros estilos musicais vinculados as lutas do movimento negro por direito civis. Para Fochi (2007), o conhecimento, visto pelos membros do movimento *Hip Hop* como uma forma de "conscientização social", é o elemento capaz de integrar e de potencializar todos os outros. Para o autor, a conscientização está presente no processo criativo das produções culturais e artísticas vinculadas ao movimento. "Para fazer as letras, inventar novos passos de dança e expressões artísticas, é preciso conhecer a realidade, conhecer a história, estar engajado". (FOCHI, 2007, p. 62).

O *Hip Hop* no Brasil surgiu no mesmo período em que o movimento começou a ser difundido nos Estados Unidos. Os bailes *black*, festas e eventos frequentados pelo público amante da *Black Music* abriram as portas para que o *Hip Hop* ganhasse visibilidade. De acordo com a cinebiografia de Nelson Triunfo[3], a

1 - Afrika Bambaataa (nome artístico de Lance Taylor) é um dos precursores do *Hip Hop*. O cantor, produtor musical e *DJ* é o responsável pela junção de todas as manifestações artísticas (o *rap*, o *DJ*, o grafite e o *break dance*) que consolidaram o *Hip Hop* como um movimento sociocultural em 1973.

2 - Fundada em 1973 e instituída por Afrika Bambaataa, a Zulu Nation é a primeira Organização Não Governamental formada por uma equipe de precursores do movimento *Hip Hop*. É uma instituição conhecida internacionalmente por difundir os princípios da cultura *Hip Hop*, atraindo jovens periféricos por meio das expressões artísticas e vinculando-os as causas sociais do movimento.

3 - Nelson Triunfo (nome artístico de Nelson Gonçalves Campos Filho) é um dos primeiros dançarinos de *break dance* do Brasil. Triunfo ficou conhecido nacionalmente na década de 1980 por ser um ícone dos bailes *black* e por aparições em programas e novelas televisivas. O *b-boy* é considerado o pai do *Hip Hop* no Brasil pela maioria dos artistas vinculados ao movimento.

dança, mais precisamente o *break dance,* foi o elemento que proporcionou o surgimento do movimento no Brasil. Inspiradas no movimento negro que acontecia nos Estados Unidos, algumas equipes de som começaram a produzir os bailes *black*, que eram festas que aconteciam na periferia de São Paulo e do Rio de Janeiro durante as décadas de 1970 e 1980. Os bailes *black* aconteciam em plena ditadura e eram uma forma de lazer e de encontro entre os jovens nas periferias brasileiras. As equipes que organizavam os eventos também eram responsáveis pela divulgação dos bailes e pela seleção de discos que tocavam sucessos da *black music*, do *soul* e do *funky*. Felix (apud TEPERMAN, 2015) vê os bailes como uma forma alternativa de diversão em resposta ao racismo que os negros sofriam cotidianamente.

Wilson Simoninha[4], no documentário *Triunfo* (2016), conta que nos bailes *black* tudo era voltado para o lazer e o enaltecimento da própria cultura negra. Os jovens usavam cabelo *black power*, roupas feitas exclusivamente para as festas, sapatos plataforma com solado deslizante, etc. E até mesmo a atitude e a forma como eles se comportavam durante os bailes eram voltadas para a valorização dos negros. A ideia de Nelson Triunfo de começar a se apresentar nas ruas fez com que os grupos de dança trouxessem visibilidade às causas do movimento negro. Isso, consequentemente, chamou a atenção do público que viria integrar e fazer parte da atividade de lazer que ocupava os espaços públicos, o que por direito era permitido para todos os cidadãos e que iria resultar em transformações heterogêneas naquele local. Os jovens de diversas periferias brasileiras começaram a se identificar com aquilo que era feito no centro de São Paulo, impulsionando o surgimento das expressões artísticas do *Hip Hop*: o *rap*, o *DJ*, o grafite e o *break dance*.

Ao chegar no Brasil, o *rap* norte-americano se conectou com as particularidades das realidades periféricas brasileiras. De acordo com Loureiro (2016), a influência do *rap* como um gênero musical norte-americano se uniu aos contextos sociais, culturais e artísticos nas grandes cidades. O engajamento político, a influência do *Hip Hop* na construção da cidadania e da conscientização social dentro das periferias começaram a acontecer quando o movimento deixou o centro e partiu para as periferias do estado de São Paulo, onde a educação era precária e a maioria dos jovens não estava interessada no ensino.

A partir deste instante, o movimento *Hip Hop* no Brasil começou a ter características próprias, que associavam a cultura negra que veio dos Estados Unidos ao contexto social, político e econômico do país. Foi quando ONGs como a Zulu Nation do Brasil começaram a realizar projetos nas favelas, em parceria com os grupos de *rap*, de dança e de grafite, buscando exercer uma mudança na concepção de ensino. Ao discutir a educação a partir da inclusão do movimento *Hip Hop* nas escolas, as instituições de ensino, e até mesmo o governo, puderam perceber que os jovens se identificavam com o que lhes era passado e se interessavam mais pelo que acontecia a sua volta.

Em 1985, o maior ponto de encontro dos integrantes do movimento *Hip Hop* em São Paulo, localizado na Rua 24 de Março, foi transferido para a Estação de Metrô São Bento, na região central. O fato de se encontrarem em uma estação de metrô era carregado de valor simbólico, pois era um lugar que, para Teperman (2015), fascinava a geração de jovens que gostava de filmes norte-americanos que tinham as estações de metrô como cenário principal. Os primeiros participantes do movimento eram

4 - Wilson Simoninha (nome artístico de Wilson Simonal Pugliesi de Castro) é um cantor brasileiro que ficou conhecido por se conectar a ritmos musicais diversos, como o *soul*, o *rap* e o samba rock.

dançarinos que viam no *break dance* uma forma de diversão e de autoestima.

Para abordar o surgimento do movimento *Hip Hop* em Belo Horizonte é importante abordar a influência que a *black music* estabeleceu desde a sua transformação em um produto cultural para um público vasto, que foi difundido através dos meios de comunicação de massa. Segundo Ribeiro (2008), a música negra, desde o seu surgimento no Brasil, passou por processos de produção, transmissão e recepção, que foram capazes de potencializar a cultura negra nas cidades. O contexto social, como já conhecemos, é marcado pela luta dos negros pelos direitos civis no mundo. O primeiro produto musical da cultura negra foi o *soul*, que chegou em Belo Horizonte a partir da influência das rádios. As primeiras músicas eram tocadas em um programa da Cultura AM, rádio que ficava no bairro Dom Cabral. Nela, o locutor Geraldão[5] tocava sucessos do *soul* e do *rock* norte-americano. A partir de então, alguns bailes dançantes começaram a surgir pela cidade, entre eles, os Bailes do Renascença.

Carvalho (2007) explica que o movimento *Hip Hop* em BH seguiu os mesmos passos da *black music* e dos bailes *black* que aconteciam na década de 1970. Os encontros eram conhecidos como "som" e aconteciam em quadras cobertas e em escolas públicas, onde os jovens podiam se apresentar e valorizar os elementos da cultura negra local. O autor cita duas quadras que foram principais no surgimento do movimento: a quadra do Chiodi, que ficava no bairro Vila São Paulo, e a quadra do Vilarinho, na região Venda Nova. Alguns eventos de rua também eram promovidos nas periferias com o nome de "som".

Inspirados pelo *Hip Hop* em São Paulo e pela vinda de Thaíde à Belo Horizonte, os jovens começaram a formar também grupos de *rap*, mesmo que isolados das "gangues" de *break dance*. Dayrell (2005) ressalta que, durante aquele período, haviam conflitos entre os jovens que praticavam o *break dance* e os jovens que faziam o *rap* em Belo Horizonte. As gangues de *break* eram vistas de forma negativa, pois os jovens não andavam dentro dos padrões propostos pelo *Hip Hop*. Isto tirava uma possível intensificação e união dos grupos, que possibilitaria uma difusão maior do movimento na cidade.

Carvalho (2007) ao falar sobre a expansão do *Hip Hop* em Belo Horizonte coloca a desorganização dentro do movimento como uma das causas para que ele fosse caracteristicamente fechado em suas individualidades. Enquanto o grafite se expandiu para fora do movimento pelo mundo, o *rap* foi se tornando individualizado dentro das comunidades. Os eventos que aconteciam eram dispersos e de pequena proporção. Segundo o autor, alguns *rappers* e *DJ*'s pensavam que o movimento em Belo Horizonte caiu na década de 1990, enquanto outros diziam que ele estava tomando força devido a criação de muitos grupos e coletivos de *rap*. Uma possível influência do meio acadêmico também foi observada por Carvalho (2007). O interesse do Observatório da Juventude, criado pela Universidade Federal de Minas Gerais, pode ter influenciado na difusão das atividades coletivas criadas, organizadas e produzidas pelo movimento *Hip Hop*.

Dayrell (2005) explica que os jovens se expressam a partir de comportamentos e atitudes que os posicionam dentro da sociedade. É como se estes jovens usassem suas expressões como uma forma de comunicação simbólica. A cultura é vista pelo autor como um espaço privilegiado de práticas e

5 - Segundo Ribeiro (2008), Geraldo Ferreira de Souza, conhecimento como Geraldão, foi o locutor de rádio responsável por apresentar um programa na rádio Cultura AM (localizada no bairro Dom Cabral, Belo Horizonte, Minas Gerais) que tocava sucessos do *soul* e do *rock* americanos, colaborando para que estes ritmos musicais ficassem conhecidos na cidade e para o surgimento dos bailes *black*.

representações onde os jovens tentam construir suas identidades. "A música, a dança, o corpo e seu visual têm sido os mediadores que articulam grupos que se agregam para produzir um som, dançar, trocar ideias, portar-se diante do mundo, alguns deles com projetos de intervenção social". (DAYRELL, 2005, p. 15).

A efervescência cultural nas periferias é fruto do trabalho de muitos jovens que passam a formar grupos e a se expressar artisticamente, rompendo assim com a imagem negativa de que o jovem pobre está sempre associado à marginalidade e à violência. Em Belo Horizonte, os jovens se inspiraram em São Paulo e passaram a assumir um posicionamento radicalista de denúncia da realidade. Os grupos pararam de se apresentar nos bailes *black* e começaram a ocupar espaços que consideravam próprios, entre eles, as ruas.

Ainda segundo Dayrell (2005), antes de 1995, o movimento *Hip Hop* cresceu lentamente na cidade de Belo Horizonte. Poucos grupos estavam estruturados e os encontros aconteciam no Terminal JK ou em festas organizadas pelas igrejas católicas. O movimento tinha uma difusão precária, não tinha espaço na mídia e os jovens não podiam contar com uma indústria fonográfica grande, capaz de produzir e lançar suas músicas. Outros motivos que o autor encontrou para que o *Hip Hop* crescesse lentamente foi a falta de uma organização coletiva e de um enraizamento dos precursores do movimento com suas regiões de origem, algo que só era visto no Alto Vera Cruz, onde atualmente o *Hip Hop* é uma atividade de destaque.

Dayrell (2005) utiliza-se do depoimento de Zero, integrante do grupo Face Oculta, para apresentar a falta de enraizamento dos membros do movimento com suas próprias regiões de origem. Zero fala que, ao contrário de São Paulo, em Belo Horizonte o *Hip Hop* tentava apenas ganhar espaço na mídia e se tornar uma atividade rentável. Eles se esqueceram de que a própria periferia seria seu público com maior potencialidade. Desde então, o discurso dos *rappers* vem sendo acompanhado por ações e iniciativas coletivas dentro dos bairros mais pobres e violentos, em parceria com os movimentos sociais comunitários da cidade.

A falta de qualidade durante o processo de produção musical também era visível. Muito empenhados em transmitir um discurso, os *rappers* se esqueciam da base que fazia parte do pano de fundo das músicas, o que era essencial para que elas ficassem boas e interessantes, não apenas pela mensagem que transmitiram, mas por um processo criativo geral. O *Hip Hop* em Belo Horizonte foi marcado também pela falta de condições financeiras que não permitiram que os grupos tivessem acesso ao mercado musical. Atualmente, com os avanços da tecnologia, o acesso aos meios de produção ficou mais fácil. Muitos grupos de *rap* estão surgindo na cidade e vários encontros são promovidos pela cultura *Hip Hop*, como as batalhas de rima, a semana do *Hip Hop*, entre outros.

A BATALHA DA SANTÊ E SUAS SINGULARIDADES

O *freestyle* é o ato de rimar livremente. É através dele que os MC's exercitam seus conhecimentos fazendo rimas que são elaboradas no improviso. Geralmente, essas rimas devem ser construídas em cima de uma batida musical e dirigidas a um oponente que responderá da mesma forma. As batalhas de

freestyle ficaram conhecidas em todo o mundo, principalmente no Brasil, onde cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Vitória, Porto Alegre, entre outras, possuem duelos já consolidados. São eventos que geralmente acontecem uma vez por semana ou uma vez por mês. Em Belo Horizonte, existem batalhas como o Duelo de MC's, que acontece na região central, o Rima na Rua e a Batalha da Santê, que acontecem na região leste da cidade. Algumas batalhas são voltadas para o conhecimento, onde os participantes duelam entre si fazendo rimas com temas previamente escolhidos, sempre voltados para a conscientização social do público. Estas batalhas são conhecidas como Batalhas do Conhecimento e surgiram para impedir que os rimadores se oprimam, o que segundo alguns membros do *Hip Hop* na Zona Leste, incentiva a violência e deveria ser inadmissível.

Durante a Batalha da Santê observa-se que alguns discursos são, de fato, violentos. As rimas são feitas encima de uma batida, tendo sempre um mediador. Existem participantes que tentam atingir a autoestima de seu oponente, apontando defeitos e fazendo ofensas, desestruturando o adversário. Aqueles que "recebem" estas ofensas, tentam desconstruir o discurso ofensivo, falando de humildade e de conscientização. Desta forma tentam mostrar que aquele encontro de lazer é importante para o lugar e para o público. Percebe-se que é uma forma de deixar claro para o adversário que o caminho da violência não deve ser seguido.

Enquanto o encontro de *Hip Hop* acontecia na Rua Frutal, observou-se os dois perfis de competidores citados acima. Por ser um evento "livre", durante as batalhas de rimas observadas os mediadores não ficaram responsáveis por parar as ofensas e "oprimir" aqueles que participam de forma violenta. As rimas agressivas só podem ser desconstruídas pelos próprios rimadores e o público fica apenas ouvindo. Ao mesmo tempo em que alguns são contra a violência, tentando construir e acolher um *rap* "consciente", outros aplaudem os rimadores agressivos. O ato de fazer seu discurso prevalecer sobre o discurso do outro é conhecido como "virar a rima". O resultado das batalhas é dado pelo público, que vota aplaudindo e fazendo barulho quando o mediador da disputa pede.

Quando há ausência de caixas de som e microfones, o evento é feito no improviso, com batidas e sons de *beatbox* que são feitos pela boca. As pessoas que frequentam o lugar têm o mesmo estilo para se vestir, característico do movimento *Hip Hop*, como moletons e bonés. Alguns vêm para o encontro de mochila e aparecem logo após o expediente de trabalho, outros saem de casa para ir ao evento. Entre as roupas, pode-se reconhecer camisas que fazer referência ao movimento *Hip Hop* no Brasil e nos Estados Unidos. A predominância é de camisas que trazem o nome de grupos de *rap* e de regiões norte-americanas onde esses grupos surgiram, como o Bronx e Compton.

As apresentações de música, de dança e as intervenções com o grafite tentam trazer para o evento o conhecimento sobre o que é de fato o *Hip Hop*, mostrando para o público que o que acontece ali está vinculado a um movimento sociocultural que tenta construir um engajamento voltado para a resistência política por parte de seus frequentadores. Além de dar espaço para que os grupos de *Hip Hop* da cidade de Belo Horizonte possam se apresentar, o encontro leva a cultura para as ruas.

O que acontece na Batalha da Santê são exercícios criativos, vinculados principalmente as sonoridades, letras e performances do movimento *Hip Hop* que refletem na cidadania que está se

materializando por meio destas expressões artísticas. Os modos de manifestações artísticas podem contagiar ações sem a necessidade de uma mediação que aconteça por meio de discursos repressivos e tentativas de controle coletivo. A heterocronia gera diferentes percepções nos espaços urbanos que impulsionam o surgimento de outras ações criativas, o que torna a efemeridade dos acontecimentos positiva. Surge nestes espaços a micropolítica, que não é visível e está presente nas pequenas coisas e comportamentos do dia-a-dia.

Os jovens, nesse caso, decidem participar das atividades de lazer e dos eventos vinculados a cultura *Hip Hop* porque são atraídos pela arte de rimar, pela música, pela dança e pelo grafite. Ao participarem dos grupos, sejam eles sociais ou culturais, os jovens passam a aprender mutualmente através das experiências. Em relação aos lugares, a heterocronia mostra que os espaços vivem seus tempos e que encontros efêmeros como a Batalha da Santê mudam o espaço, colocando-o em constante transformação. A batalha que acontece no bairro Santa Tereza é transitória, será levada para outros lugares e dará espaço para que outros eventos aconteçam. Essa efemeridade da qual estamos falando não é negativa e é feita de tempos heterogêneos que se entrelaçam nas ações, práticas culturais e inter-relações sociais urbanas.

A forma como esses tempos passam e são sentidos é diferente para as pessoas que frequentam os eventos de rua. Cada pessoa ocupa aquele espaço de forma variável e simultânea. Existem aqueles que grafitam, aqueles que rimam, aqueles que apresentam suas coreografias de dança e de música e aqueles que vão apenas para observar tudo que acontece durante o encontro. Esses tempos não são percebidos pela linguagem, mas são sentidos e colaboram na construção de uma postura para o público.

Parte dos jovens que participam da Batalha da Santê decide participar das atividades de lazer e dos eventos associados à cultura *Hip Hop* porque são atraídos pela arte de rimar, pela música, pela dança e pelo grafite. Ao participarem dos grupos, sejam eles sociais ou culturais, os jovens passam a aprender com as experiências sociais, culturais e artísticas dos outros. Esse micropoder que apresentamos não é passado de forma perceptível. Não é ele que atrai o público que participa de eventos culturais como a Batalha da Santê, mas sim as expressões artísticas que potencializam o movimento e, consequentemente, a conscientização das pessoas por meio da arte.

Pode-se concluir que nessas expressões artísticas do movimento *Hip Hop* que acontecem na Rua Frutal não existe coerção, ou seja, não há uma repressão ou força exercida por parte do poder. As ações criativas, que vão além do discurso, agem no cotidiano das pessoas que frequentam e transformam esse espaço. A conscientização acontece por uma postura ética que é passada através da arte, sendo essa atitude capaz de nortear as ações de outros indivíduos. Isso pode tornar o sujeito autônomo, capaz de fazer suas próprias escolhas e se autogovernar.

CONCLUSÃO

O *Hip Hop* não possui um lugar de origem específico. O movimento acaba incorporando

elementos culturais e estéticos das comunidades onde ele está presente e onde sofre apropriação cultural. Após esta apropriação, ele já não é mais o mesmo, se torna algo novo, em constante transformação. Os grupos que deram origem ao movimento, compostos em sua maioria por negros e latinos que viviam nos Estados Unidos, uniram suas ideias, trocaram informações e experiências, criando expressões culturais que funcionam como uma forma de dar visibilidade aos problemas enfrentados nas zonas periféricas, onde os sistemas econômico e político eram ausentes e deixavam as mazelas sociais transparecerem. De tal forma, a emancipação dos povos periféricos e a evolução aconteceram através de uma prática social consciente de que suas diversas raízes poderiam ser vistas como um escape e uma reafirmação da necessidade de revolução.

Baseado em um relato etnográfico que produz conhecimento em relação ao lugar e as práticas culturais que acontecem nele, pode-se concluir que estas práticas refletem, em parte, o embasamento teórico que foi apresentado nessa pesquisa. As expressões artísticas citadas, como as apresentações de música e de dança, os grafites e as batalhas de rima, trazem consigo uma forma de lazer, através da qual as pessoas estabelecem laços de sociabilidade e de ocupação do espaço público, transformação e resistência micropolítica.

A região onde acontece a Batalha da Santê possui características próprias, culturalmente heterogêneas, sendo algumas delas consideradas tradicionais por moradores e frequentadores dos bairros. Ainda com base em relatos etnográficos e documentos, podemos considerá-la um lugar de prática de atividades de lazer intensas. O espaço foi transformado fisicamente, com os grafites feitos nos muros, e, socialmente, através de encontros diversificados. A Batalha da Santê adquiriu uma caracterização cultural que mudou a ideia de que a Rua Frutal era apenas uma passagem, uma via de acesso à estação de metrô Santa Tereza. Esta visão foi alterada para e pelo público que ocupou o local durante 3 (três) anos com o encontro de *Hip Hop*.

Nos jogos de rima que aconteceram na Batalha da Santê é possível identificar dois tipos de práticas culturais. A que é conhecida como um "brinde às avessas", em que as pessoas se divertem agredindo verbalmente umas às outras. Mas, por outro lado, existe uma função política para o *toast*. Na Jamaica, os primeiros MC's eram chamados de *toasters* e tinham uma função discursiva e política capaz de levantar debates sobre a miséria, a desigualdade e os preconceitos enfrentados pela população que vivia nos guetos de Kingston. Percebe-se que a valorização das batalhas do conhecimento é essencial para que a micropolítica aconteça, pois muitos ainda valorizam a prática discursiva agressiva.

Até mesmo o ato de instigar o outro com rimas pode trazer consigo uma forma de construção da ética e da cidadania através da micropolítica quando, de forma "livre", o oponente desconstrói um discurso violento e assume uma postura diferente, que contagia o público. O evento não possuía um apoio visível por parte dos órgãos públicos, que poderiam ceder uma estrutura para o encontro, como banheiros públicos e energia elétrica. Parte das instituições que poderiam acolher e fortalecer o evento podem ser vistas como forças que atuam através do infrapoder. Parte destas instituições se estabelecem a partir do macropoder. A falta de apoio, que geralmente vinha acompanhada pela repressão, pode ser considerada um elemento potencializador que contribuiu para que a Batalha da Santê acontecesse

durante 3 (três) anos. O público que ocupava aquele espaço não foi acolhido de forma positiva e isso alimentou o anseio por uma sensação de "liberdade expressiva", que reforça a ideia de resistência que parte do movimento.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Maria Manuel. **Estudos Culturais**: o quê e o como da investigação. Lisboa: Revista electrónica dos estudos franceses, 2009.

CARVALHO, Alvino Rodrigues de. **Movimentos culturais e justiça social**: um estudo da cultura hip-hop mineira. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2007.

CLARKE, John; HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony; ROBERTS, Brian. Subcultures, cultures and class. In: HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony (orgs.). In: **Resistance through rituals; youth subcultures in post-war britain**. Londres: Hutchinson CCCS, 1975. p. 9-74.

DAYRELL, Juarez. **A música entra em cena**: o rap e o funk na socialização da juventude. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

ECOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografia dos estudos culturais**; uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FELIX, João Batista de Jesus. **Hip Hop**: cultura e política no contexto paulistano. São Paulo, FFLCH-USP, 2005.

FOCHI, Marcos Alexandre Bazeira. **Hip Hop brasileiro**: tribo urbana ou movimento social. São Paulo: FACOM, 2007. n. 17.

FOUCAULT, Michel. Outros Espaços. In: **Ditos e Escritos III**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

GEERTZ, Clifford. **A intepretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HALL, Stuart. Estudos Culturais: dois paradigmas. In: SOVIK, Liv (org.). **Das diásporas**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 131-159.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip hop invadem a cena**. Rio de Janeiro, UFRJ, 2000.

LOUREIRO, Bráulio Roberto de Castro. **Arte, cultura e política na história do rap nacional**. São Paulo: Revista do Instituto de Estudos Brasileiros, 2016. n. 63.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole. In: MAGNANI, José Guilherme Cantor; TORRES, Lilian de Lucca (Orgs). **Na metrópole:** textos de antropologia urbana. São Paulo: Edusp, 1996.

MARTINS, Carlos José. **Utopias e heterotopias na obra de Michel Foucault:** pensar diferentemente o tempo, o espaço e a história. In: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luiz;

VEIGA-NETO, Alfredo (orgs.). **Imagens de Foucault e Deleuze**; ressonâncias nietzschianas. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

RASTA, Lucas; **Batalha da Santê**. Disponível em: <https://www.facebook.com/batalhadasante/>. Acesso em: 13 set. 2017.

RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição. **Identidade e resistência no urbano**: o quarteirão do soul em Belo Horizonte. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2008.

SEGRE, Marco; SILVA, Franklin Leopoldo e; SCHRAMM, Fermin; O contexto histórico, semântico e filosófico do princípio de autonomia. In: **Revista Bioética**. São Paulo, 2009. v.6. n. 1.

TEPERMAN, Ricardo. **Se liga no som**: as transformações do rap no Brasil. São Paulo: Claro Enigma, 2015.

TRIUNFO, Nelson. **Triunfo**: O filme. São Paulo: Canal Aberto Produções, 2016. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=e972jjxw0RE>. Acesso em: 20 set. 2017.

REPRESENTAÇÕES DO GÊNERO FEMININO:
O (re)posicionamento da Skol na campanha "Repôster"

Ana Luísa de Castro Almeida
(Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais; analuisa.puc@gmail.com)
Marcela Vouguinha Cunha
(Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais; mvouguinha@hotmail.com)
Rebeca Tonidandel Abras
(Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social: Interações Midiáticas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais; rebecatonidandel@outlook.com)

RESUMO
O presente artigo discute a representação de gênero na campanha publicitária da marca de cerveja Skol – "Reposter" –, tendo como base o contexto da comunicação midiatizada e seus impactos nas relações sociais, mais especificamente, os processos de visibilidade e de legitimação. A partir da análise da campanha "Repôster", buscou-se compreender como as marcas estão se (re)posicionando a partir das novas interações midiáticas e das mudanças decorrentes de novas representações e empoderamento do gênero feminino.

PALAVRAS-CHAVE
Midiatização; Gênero; Representações; Propagandas; Discurso.

ABSTRACT
This article discusses the representation of gender in the advertising campaign Skol - "Reposter" - based on the context of mediated communication, that impacts on social relations, more specifically the processes of visibility and legitimation. From the analysis of the "Repôster" campaign, we sought to understand how the brands are (re)positioning from the new media interactions and the changes resulting from new representations and empowerment of the feminine gender.

KEYWORDS
Midiatization; Genre; Representations; Advertising; Speech.

INTRODUÇÃO

No presente artigo, estudamos o reposicionamento da marca de cerveja Skol em sua campanha "Repôster Skol", veiculada no "Dia Internacional da Mulher", em 2017. A marca convidou ilustradoras para reconstruir as campanhas antigas sem os elementos que reforçam a objetificação do gênero feminino e criou um *website* que permitia que o público também enviasse novos pôsteres com a proposta da

campanha e denunciasse espaços onde os antigos pôsteres da Skol ainda estivessem presentes.

A Skol foi fortemente criticada pelo público após a campanha "Deixe o não em casa", veiculada no carnaval de 2015, considerada ofensiva. Após as críticas e alta repercussão nas redes sociais digitais, a marca decidiu utilizar outra estratégia em suas campanhas, redefinindo o papel da mulher, que até então assumia uma posição de objetificação e inferioridade. Ao analisar o (re)posicionamento da Skol, buscamos compreender como o processo de midiatização afeta a construção da realidade, em que as práticas sociais se expressam e se manifestam.

A mídia, como espaço de representação social, em vários momentos, reproduz e reforça os estereótipos de gênero em que homens são vistos como superiores em relação às mulheres, e propagandas de cervejas brasileiras, em sua grande maioria, direcionadas ao público masculino, acentuam a hiperssexualização das mulheres.

COMUNICAÇÃO MIDIATIZADA: TECNOLOGIAS DIGITAIS, VISIBILIDADE E LEGITIMAÇÃO

Nos dias de hoje, não é possível imaginar um espaço no mundo em que não estejam presentes as mais variadas formas de mídias, como internet, televisão digital, smartphones. Neste sentido, os limites e fronteiras territoriais têm sido (re)significados, uma vez que a globalização e a disponibilidade das mídias trazem outras formas de organização social e de fluxos informacionais, isto é, a troca de informações não depende do compartilhamento do mesmo espaço e tempo, e a comunicação pode acontecer entre interlocutores nos diversos espaços da sociedade global, a qualquer hora.

Paralelamente, é preciso pensar na conformação dos públicos, pois esses não estão constituídos nem delimitados, surgem justamente do processo de interação. "Quando determinada experiência demanda envolvimento de pessoas ou grupos, podemos dizer que, em razão dessa experiência, se formaram grupos que são os públicos" (LIMA; OLIVEIRA, 2012, p. 108). Desta maneira, a classificação dos públicos não deve ser feita de antemão, pois estes se constituem na ação, diante da proposta de interação e da maneira como reagem. Com isso, não basta só ser visto, é necessário que a utilização dos meios de comunicação seja planejada para construir e manter uma imagem que seja reconhecida pelos sujeitos e, mais do que isso, que esses se tornem públicos e estejam em constante participação por meio de diálogos, trocas de informações e/ou opiniões.

Observamos, hoje, que a mídia contemporânea proporciona grandes modificações nas instituições[1] sociais e culturais, sendo "coprodutoras de nossas representações mentais, de nossas ações e relacionamentos com outras pessoas em uma variedade de contextos privados e semiprivados" (HJARVARD, 2014, p. 23-24). A midiatização é um processo decorrente da relação da mídia com os diversos campos sociais. Esse processo não acontece em uma única direção, ou seja, não é só pela

1 - O conceito de Instituições deve ser entendido como utilizado por Hjarvard (2014), que significa as diferentes esferas da sociedade, que se apresentam como bússolas normativas e criam sentidos nos atores sociais. Como por exemplo, a família, o trabalho a política e a religião.

simples presença da mídia na sociedade que se conforma o fenômeno, mas, também, e principalmente, pelos processos de interação e construção de sentido que são construídos na relação dos interlocutores em contato com as mídias e a sociedade. "As instituições são ferramentas de criação de sentido, bússolas normativas e scripts mentais para a ação, mas não são instruções completas que determinam a criação de sentido e a ação de uma forma automática e uniforme" (HJARVARD, 2014, p. 28).

Desse modo, a perspectiva informacional tida como certa durante anos, tornou-se insuficiente e, então, questionada a partir da necessidade de (re)pensar os processos de comunicação de maneira estratégica. O foco, que, anteriormente, estava na transmissão da mensagem e sua eficácia, hoje, busca o entendimento do processo interativo e o reconhecimento do receptor como interlocutor capaz de (re)produzir sentidos. O processo comunicativo passa a ser estudado/reconhecido como um processo de interações interpessoais, ou seja, "os comportamentos são construídos durante o curso da situação, sendo definidos tanto por fatores pessoais, quanto sociais" (LIMA; BASTOS, 2012, p. 38), pois, durante o processo de interação, os interlocutores reconstroem e produzem sentidos.

De acordo com Pinto (2008), o sentido é construído pelo receptor a partir de fatores como influências do contexto social, experiências vividas e interesses pessoais. Já o significado, diferente da subjetividade do sentido, é algo definido, ou seja, uma palavra que define determinado objeto. Por isso, no processo de interação, os sujeitos em suas trocas reconstroem e produzem sentidos sobre as informações que estão recebendo a partir de uma construção pessoal anterior vinda de suas vivências. Essa será a base da interlocução em busca de uma negociação comum, isto é, de um reconhecimento compatível do que está em pauta. Braga (2016, p. 128) complementa essa perspectiva ao afirmar que a comunicação deve ser vista "como um trabalho de compartilhamento entre diferenças sociais e humanas".

A comunicação midiática resulta da configuração dos meios junto ao desenvolvimento dos dispositivos tecnológicos, aliada às condições de produção e reprodução sociais. Nesse sentido, o processo comunicacional se torna mais independente e reconhece a autonomia de cada participante. O interlocutor pode ter acesso não somente às informações publicadas em jornais, revistas ou televisão, mas, também, a partir da *web*, a opiniões dos sujeitos que expressam seus sentimentos e preferências, elogios e reclamações sobre acontecimentos. Desse modo, encurta-se o distanciamento entre emissor, informação, receptor e sujeito, e tanto o receptor quanto o emissor podem ser produtores de conteúdo, apresentar e interpretar seus significados.

A identificação do outro como parte do processo comunicacional evidencia o fato de que uma relação só pode ser construída a partir da troca entre sujeitos e, nessa relação, cada um exerce um papel, seja de receptor ou de emissor, podendo assumir funções diferentes em uma mesma ação comunicacional. Com isso, a concepção da comunicação como processo único, sempre igual, que possui a mesma lógica e a mesma dinâmica e que enxerga o receptor como um indivíduo estático que recebe o conteúdo sem ressignificá-lo, entra em processo de revisão. O receptor é reconhecido como sujeito interpretante e o fenômeno da comunicação, como um processo dinâmico que pressupõe movimento e trocas constantes de interlocutores.

Os fenômenos midiáticos não são instâncias que podem ser analisadas como

> entidades concretas, exteriores aos indivíduos ou de teor diverso a eles. Ao contrário, trata-se de complexus instituídos pelos, nas e a partir das interações entre sujeitos (NEIVA, BASTOS; LIMA, 2012, p. 191).

As mudanças sociais e midiáticas têm exigido das organizações novos olhares, novas formas de planejar e atuar em seus processos comunicacionais, uma vez que "a midiatização traz consigo a multiplicação de oportunidades de experimentação" (STASIAK, 2013, p. 80). Diante desse novo cenário midiático, as organizações enfrentam novos desafios para estabelecer e manter vínculos com os diversos sujeitos que se relacionam com as empresas no espaço virtual.

As organizações não ocupam mais o espaço de centralidade, no que diz respeito ao compartilhamento de informação, pois não é mais possível controlar o comportamento e a participação dos interlocutores que se envolvem com suas ações e políticas. Os sujeitos têm, hoje, acesso às redes sociais e podem se expressar partilhando o poder da comunicação que, antes, era, em grande parte, controlado pelas organizações e pelos conglomerados de mídia. As organizações devem estar atentas à forma como seus valores e práticas são transmitidos, como se estabelecem os processos interacionais com seus públicos, como suas representações contribuem na construção de sua imagem para que essa imagem seja coerente com os processos organizacionais e possa se consolidar a partir do reconhecimento dos diversos atores em interação e de suas construções simbólicas e discursivas.

Nesse sentido, a midiatização se apresenta como ponto central da discussão, já que "os dispositivos de comunicação presentes em cada época propiciam formas diferenciadas de sociabilidade, novas formas de visibilidade e consequentemente, maneiras diferenciadas de legitimar as práticas institucionais diante a sociedade" (BARLETE; BARICHELLO, 2004, p. 195). Ou seja, as redes sociais digitais estão redefinindo os territórios, na medida em que nos permitem pensar em territórios simbólicos sem uma ancoragem no que era entendido como território geográfico. Além disso, as representações simbólicas e discursivas das organizações corroboram para a construção da realidade onde as práticas sociais se manifestam e se expressam. Neste contexto, o que é e o que pode ser o gênero feminino sofre influência de diversos fatores para sua representação social.

GÊNERO FEMININO, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E A MÍDIA

De acordo com Moscovici (1978 *apud* ALEXANDRE, 2001, p. 112), "a representação social refere-se ao posicionamento e localização da consciência subjetiva nos espaços sociais, com o sentido de constituir percepções por parte dos indivíduos". Por meio dos significados (re)produzidos pelas representações sociais, damos sentido àquilo que os outros são, ao que somos e ao que podemos nos tornar (WOODWARD, 2000 *apud* FILHO, 2004). As representações estão profundamente ligadas ao contexto histórico e social; são produzidas nas relações sociais e variam em diferentes épocas e culturas, mas também espelham experiências distintas dentro de determinadas sociedades (FRANÇA, 2004). Neste contexto, a mídia faz parte do que o sujeito (re)produz como representação social e o avanço

tecnológico promove formas variadas de relação e reação entre os atores sociais e a mídia.

Para Mazotti (2008), os estudos das representações sociais investigam como se formam e como funcionam os sistemas de referência utilizados para classificar grupos e pessoas e interpretar acontecimentos do cotidiano. As representações sociais são relacionadas à linguagem, à ideologia e ao imaginário social. "O campo de representação remete à ideia de imagem, ao conteúdo concreto e limitado de proposições referentes a um aspecto preciso do objeto, e pressupõe uma unidade hierarquizada de elementos" (MAZZOTTI, 2008, p. 25).

Mazzetti (2008, p. 18) afirma que as representações sociais "são associadas ao imaginário quando a ênfase recai sobre o caráter simbólico da atividade representativa de sujeitos que partilham uma mesma condição ou experiência social".

> As representações que fabricamos – de uma teoria científica, de uma nação, de um objeto, etc. – são sempre o resultado de um esforço constante de tornar real algo que é incomum (não familiar), ou que nos dá um sentimento de não familiaridade. Através delas, superamos o problema e o integramos em nosso mundo mental e físico, que é, com isso, enriquecido e transformado. Depois de uma série de ajustamentos, o que estava longe, parece ao alcance de nossa mão; o que era abstrato torna-se concreto e quase normal (...) as imagens e ideias com as quais nós compreendemos o não usual apenas trazem-nos de volta ao que nós já conhecíamos e com o qual já estávamos familiarizados (MOSCOVICI, 2007, p. 58)

Dentro da teoria das Representações Sociais, existe o conceito de objetivação, que é responsável por tornar real uma imagem, formando, assim, uma representação. A representação se dá pela forma que os indivíduos se reconhecem a partir do contexto ao qual estão inseridos (CRUSOÉ, 2004). São construções dos sujeitos para uma melhor compreensão do mundo em que vivem. Os gêneros se constroem através das relações sociais estabelecidas pela sociedade, que distribui responsabilidades alheias às vontades dos indivíduos, com critérios sexistas, classistas e racistas (CARLOTO, 2001). Os processos de socialização reforçam os preconceitos e estereótipos de gêneros como se fossem um comportamento normal, explicado pela biologia.

As representações sociais possuem caráter imagético; simbólico e significante; construtivo; autônomo e criativo. Moscovici (1978, p. 110) acredita que conhecer o senso comum permite o entendimento de determinadas práticas da sociedade. A construção dessas representações se dá a partir dos processos de ancoragem e objetivação. De acordo com Sá (1995, p. 38), "o processo é responsável pelo enraizamento social da representação e de seu objeto".

Para Jodelet (1990), a objetivação é a construção do conhecimento de nível comum, tornando real um determinado conceito ou objeto. A ancoragem é o que sustenta esses objetos e faz com que essas representações se tornem familiares para os sujeitos ou grupos. As representações sociais são uma forma de interpretar e pensar a realidade cotidiana, e foram desenvolvidas pelos indivíduos e grupos para se posicionarem em relação a situações, eventos, objetos e comunicações (SEGA, 2000).

Jodelet (1990) ressalta, ainda, que as representações designam uma forma de pensamento social e localizam o sujeito na sociedade, de acordo com as identidade, referências e valores no contexto em que os indivíduos estão inseridos. As representações contribuem para a construção de uma realidade comum, o que possibilita que haja comunicação entre os indivíduos.

Santos e Dias (2015) acreditam que a Teoria das Representações Sociais é um instrumento importante na análise da realidade social, pois traz à tona elementos que auxiliam na compreensão das construções sociais. "Não é a consciência dos homens que determina o seu ser, mas, ao contrário, é o seu ser social que determina sua consciência" (MARX, ENGELS, 2007 *apud* SANTOS; DIAS, 2015, p. 176). As representações sociais expressam a realidade social e são capazes de explicar, compreender e questionar as relações sociais. São conjuntos dinâmicos que produzem comportamentos e relacionamentos com o ambiente. A representação dos sujeitos ou grupos sociais permite compreender aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais no contexto em que estão inseridos (SANTOS; DIAS, 2015).

Butler (2017) assinala que o gênero é uma construção cultural e, por esta razão, existe uma hierarquia de gêneros, em que o sistema produz sujeitos em um eixo de dominação masculina. Tal construção se elabora a partir de uma materialidade do corpo e do sexo. Cappellin (2008) afirma que, durante muito tempo, o papel da mulher se restringia às responsabilidades do núcleo doméstico e familiar, o que mudou apenas a partir de 1920, devido ao processo de industrialização e à substituição da mão-de-obra perdida após a I e II Guerra Mundial. Até essa época, as diferenças entre homens e mulheres apresentavam um significado em que a mulher não tinha os mesmos direitos do homem, uma vez que lhe era inferior (FRAZÃO; ROCHA, S/D *apud* PRAUN, 2011).

O conceito de gênero abrange as "características psicológicas, sociais e culturais que são fortemente associadas com as categorias biológicas de homem e mulher" (DEAUX, 1985 *apud* NOGUEIRA, 2001, p. 09), ou seja, o termo designa as diferenças sociais, tendo como base as diferenças biológicas. Praun (2011), citando Günthner (1998), explica que a interação humana é responsável pela construção da realidade social e da perpetuação das identidades sociais.

> Embora os significados possam variar de uma cultura para outra, qualquer sistema de sexo-gênero está sempre intimamente interligado a fatores políticos e econômicos em cada sociedade. Sob essa ótica, a construção cultural do sexo em gênero e a assimetria que caracteriza todos os sistemas de gênero através de diferentes culturas são entendidas como sendo sistematicamente ligadas à organização da desigualdade social (LAURETIS, 1994, p. 212).

Para Lauretis (1994, p. 212),

> O sistema sexo-gênero, enfim, é tanto uma construção sociocultural quanto um aparato semiótico, um sistema de representações que atribui significado (identidade, valor, prestígio, posição de parentesco, status dentro da hierarquia social etc.) a indivíduos dentro da sociedade.

Portanto, as relações desiguais entre homens e mulheres são estabelecidas através das representações. As relações de gênero são estabelecidas dentro de um sistema hierárquico que dá lugar às relações desiguais de poder, que torna possível a ordenação da existência em função do masculino, em que há uma supremacia dessa esfera masculina (Carloto, 2011).

Evans (1994) acredita que as formas de opressão feminina começaram a se modificar, embora as demandas do feminismo dos anos 80 ainda não tenham sido efetivamente atingidas. As discussões sobre o feminismo geraram estudos e debates que envolvem os estudos feministas, o que afetou a vida das mulheres no trabalho e no meio acadêmico. As mulheres passaram a ter mais visibilidade após anos ausentes da história da humanidade e, assim, surgiram as indagações e problematizações acerca das questões de gênero e sexo (NOGUEIRA, 2001).

As representações de gênero constituem os papeis de cada indivíduo, em uma construção cultural que define o lugar de homens e mulheres dentro de perspectivas diferenciadas e antagônicas (SANTANA; BENEVENTO, 2013). Essa definição de papeis sociais dá origem às relações de opressão, domínio e exploração.

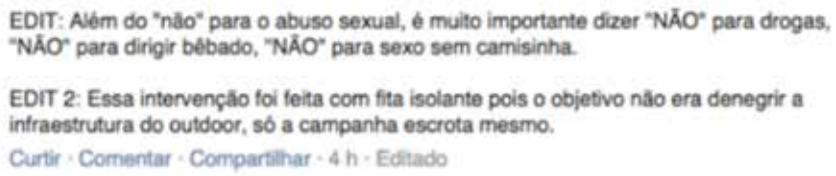
O (RE)POSICIONAMENTO DA MARCA SKOL: CAMPANHA "REPOSTER"

Algumas organizações estão repensando sua forma de comunicar a partir dessas novas formas de interação midiatizada. O exemplo da marca de cerveja Skol demonstra o modo como a empresa Ambev está direcionando seu discurso e seus símbolos a partir das novas demandas sociais, o que justificou nosso interesse de análise de seu (re)posicionamento, principalmente a partir das representações sociais do gênero feminino. Ao longo de sua história, a marca reproduziu preconceitos e estereótipos, de forma implícita ou explícita, intencional ou não, e, hoje, busca a valorização do gênero diante de novas formas de representações.

O marco da mudança de postura da Skol acontece em 2015, após a campanha desenvolvida para o carnaval daquele ano, "Esqueci o não". A campanha veiculada em *outdoors* na cidade de São Paulo teve repercussão negativa nas redes sociais após duas amigas fotografarem os cartazes, fazerem intervenções com fita isolante e publicarem em seus perfis no *Facebook* fotos seguidas de textos com questionamento e revolta.

Figura 1 - Mulheres revoltadas com a campanha
Fonte: F5 - Folha de São Paulo. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2015/02/1588510-acusada-de-apologia-ao-estupro-skol-vai-retirar-campanha-de-circulacao-apos-protesto-feminista.shtml>

Uma blogueira afirmou, em seu *post* na rede *Facebook*, que era "uma campanha totalmente irresponsável, principalmente durante o carnaval que a gente sabe que o índice de estupro sobe pra caramba" (BUZZFED, 2017, s/p). A imagem publicada por ela teve mais de dois mil compartilhamentos e envolveu milhares de pessoas.


EDIT: Além do "não" para o abuso sexual, é muito importante dizer "NÃO" para drogas, "NÃO" para dirigir bêbado, "NÃO" para sexo sem camisinha.

EDIT 2: Essa intervenção foi feita com fita isolante pois o objetivo não era denegrir a infraestrutura do outdoor, só a campanha escrota mesmo.

Curtir · Comentar · Compartilhar · 4 h · Editado

Figura 2 - Publicação na Rede Social Facebook
Fonte: BuzzFeed. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/manuelabarem/mulheres-protestam-contra-campanha-da-skol-que-diz-esqueci-o?utm_term=.gmAVK34vO#.ge4OY852e>

Também foram feitas denúncias ao Conar (Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária) por aqueles que entenderam se tratar de uma apologia ao estupro. Antes mesmo que o Conar julgasse a campanha, a marca retirou os cartazes e modificou o tom da campanha. A frase "Esqueci o não em casa" foi substituída pelas frases "Não deu jogo. Tire o time de campo", "Tomou fora? Vá atrás. Do trio" ou "Quando um não quer, o outro vai dançar", seguido da assinatura: "Neste Carnaval, respeite".

Figura 3 - Campanha da Skol no Carnaval de 2015
Fonte: Agencia Patrícia Galvão. Disponível em: <http://agenciapatriciagalvao.org.br/mulher-e-midia/esqueci-o-nao-da-skol-sai-de-cena-mas-cai-na-mira-conar/>.

Após intensas repercussões negativas que reconheciam a marca por suas propagandas apelativas, nas quais as mulheres apareciam seminuas e objetificadas, a Skol decidiu modificar completamente sua aparição, questionar o seu passado e, ainda, convidar as mulheres e os diversos públicos para o lugar de produtores. O (re)posicionamento da marca Skol acontece em sua campanha do "Dia internacional da Mulher" no ano de 2017, "Repôster Skol".

A marca inicia a campanha relembrando as representações femininas em seu passado, as mulheres como protagonistas, promovendo a objetificação e hiperssexualização do gênero, com a intenção de tornar-se visível e atrair um público consumidor masculino. O vídeo comercial diz em seus primeiros segundos: "Essas imagens fazem parte do nosso passado, o mundo evoluiu e a Skol também". Em todas essas imagens que fazem parte do passado, a mulher é representada com roupas curtas que enfatizam curvas e volume corporal, sempre oferecendo a cerveja – nunca consumindo.

Figura 4 - Antigos pôsteres da Skol no vídeo da campanha Repôster
Fonte: Fonte: Skol Repôster. Disponível em: <http://www.skol.com.br/reposter/>.

A frase seguinte diz: "e isso não nos representa mais", acompanhada de uma nova imagem:

Figura 5 - Campanha Repôster
Fonte: Skol Repôster. Disponível em: <http://www.skol.com.br/reposter/>

O ato de rasgar o antigo cartaz na campanha demonstra rompimento com a representação machista das campanhas anteriores que identificavam a marca e o ramo cervejeiro.

Para fortalecer a campanha e ampliar sua visibilidade, a marca convidou seis ilustradoras para (re)construírem os pôsteres da Skol, na busca por um novo espaço em que a organização seja legitimada pela sociedade e possa ampliar seu reconhecimento como uma marca sintonizada com novos comportamentos e demandas sociais. Em suas falas, as ilustradoras convidadas ressaltam os motivos pelo qual aceitaram auxiliar a marca a se (re)adequar. "Tirar a mulher de ser a pessoa que está servindo a cerveja"; "Que bom que a gente está aqui para dialogar sobre isso, porque eu acho que o primeiro passo é o diálogo".

O vídeo para a campanha foi divulgado na televisão e nas redes sociais, na semana do dia 08 de março de 2017. No *Facebook*, teve alta repercussão, com mais de cinquenta mil compartilhamentos e milhares de curtidas e visualizações.

Figura 6 - Post no Facebook da Skol sobre a campanha Reposter
Fonte: Facebook

Além do vídeo, a marca desenvolveu um *website* para a campanha, que propõe que os consumidores se envolvam por meio de dois espaços. No primeiro, as pessoas são convidadas a criar o seu pôster e enviar; no segundo, as pessoas que virem cartazes antigos da marca ainda expostos podem informar o endereço e as referências do estabelecimento para que o velho pôster seja substituído por um "repôster".

Figura 7: Site da campanha Reposter
Fonte: Skol Repôster. Disponível em: <http://www.skol.com.br/reposter/>.

Diante da nova campanha, a Skol redefine sua atuação e, principalmente, o modo como pretende tornar-se visível. Há uma nova proposta de construção de reconhecimento da marca, desta vez, sob os novos paradigmas da midiatização, buscando diálogo, representação social e relacionamento, além da simples exposição na mídia. Ao propor a construção dos novos cartazes por seis mulheres ilustradoras, a marca reconhece a importância do espaço para o diálogo e, além disso, incentiva uma substituição da representação "clichê" do gênero feminino como inferior e sexualizado.

Os novos cartazes trazem representações femininas bem diferentes do que era cultivado pela marca: mulheres negras, que raramente eram vistas em propagandas da Skol anteriormente, com cabelos *black power e* coloridos, acessórios grandes, corpos diferentes e com curvas naturais, acompanhadas da frase "redondo é sair do seu passado", ganharam espaço nos pôsteres criados pelas ilustradoras.

Figura 8 - Pôsteres da campanha
Fonte: Skol Repôster. Disponível em: <http://www.skol.com.br/reposter/>.

Mulheres pardas e brancas com corpo fora dos padrões estéticos também foram representadas nos pôsteres, acompanhadas de ícones e frases de empoderamento do gênero. A frase "eu não preciso de permissão para me sentir maravilhosa" é considerada empoderadora, pois sugere liberdade e autonomia. Elementos como a coroa e a capa transmitem força e poder, quebrando os estereótipos de uma sociedade patriarcal.

Figura 9 - Pôsteres da campanha
Fonte: Skol Repôster. Disponível em: <http://www.skol.com.br/reposter/>.

Tatuagens, cabelos coloridos e acessórios volumosos demonstram possibilidade de escolha e diversidade. As roupas aparecem com os dizeres "*The future is female*" (o futuro é feminino) e "*my body, my rules*" (meu corpo, minhas regras), conhecidos, atualmente, como frases de empoderamento feminino muito utilizadas em postagens de redes sociais. Além disso, em todos os novos pôsteres, as mulheres saem do lugar de servir a cerveja e se tornam consumidoras.

Figura 10 - Pôsteres da campanha
Fonte: Skol Repôster. Disponível em: <http://www.skol.com.br/reposter/>.

O intuito da campanha não foi atuar apenas em um dia, mas se tornar um espaço cooperativo e estimulador de mudança. Por isso, o *website* permanece no ar com diversos pôsteres reconstruídos pelos consumidores como sugestões. Também continua disponibilizado o espaço no *site* da campanha no

qual o público pode denunciar locais que ainda estão com os cartazes antigos da marca Skol afixados, com o intuito de mostrar que esse tipo de posicionamento já não faz mais parte da marca.

Figura 11 - Espaço para envio do pôster recriado
Fonte: <http://www.skol.com.br/reposter/#poster>

Figura 12 – Espaço para preenchimento dos locais com pôsteres antigos
Fonte: <http://www.skol.com.br/reposter/#bar>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise da campanha, é possível perceber que o modo como as organizações se apresentam e interagem com seus públicos tem sido repensado a partir do reconhecimento do indivíduo como sujeito capaz de interpretar e (re)significar. Após as repercussões negativas devido à campanha veiculada no carnaval de 2015, principalmente nas redes sociais, a marca Skol decidiu repensar suas estratégias e seus valores.

Não era exclusividade da marca Skol utilizar-se de campanhas machistas, com excesso de exposição e sexualização da mulher, o ramo cervejeiro de modo geral recorreu a esse excesso em busca do que acreditavam ser o seu maior consumidor, os homens. Mas o reconhecimento das mulheres como potenciais consumidoras exige o (re)posicionamento da marca para incluí-las como compradoras.

A representação social da mulher como uma figura subestimada e hipersexualizada não é mais despercebida pelos públicos. Apesar da contínua utilização das mulheres em comerciais para atrair o

público masculino, a luta social feminina tem ganhado força como contribuinte para a conscientização da sociedade. O espaço da marca Skol e o lançamento da campanha no "Dia Internacional da Mulher" simbolizam um avanço para a quebra de estereótipos culturalmente estabelecidos.

Portanto, conclui-se que, apesar de a construção cultural do ramo ser machista e expor o gênero feminino, os grupos sociais obtêm, diante dos novos meios, mais voz e escuta em relação às exigências por representações femininas positivas. Ao convidar mulheres para ilustrarem sua campanha e propor contato com os interlocutores, a marca amplia a interação, reconhece o gênero e permite aos demais atores a (co)produção de sentidos para sua legitimação.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Marcos. O papel das mídias na difusão das representações sociais. **Comum**, V. 6, n. 17, p. 111-125, 2001. Disponível em: <http://www.sinpro-rio.org.br/imagens/espaco-do-professor/sala-de-aula/marcos-alexandre/opapel.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2017

BARLETE, Aliandra Raquel L.; BARICHELLO, Eugenia M. da R. "A universidade em rede". In: BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha (org). **Visibilidade midiática, legitimação e responsabilidade social:** dez estudos sobre práticas de comunicação na Universidade. Santa Maria: FACOS/UFSM; Brasilia, 2004.

BERGER, Peter L., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade:** tratado de sociologia do conhecimento. 19. ed. Petrópolis: Vozes, 2000. 247p.

BRAGA, José Luiz. "Perspectivas para um conhecimento comunicacional". In: LOPES, Maria I. M. de (org.). **Epistemologia da comunicação no Brasil**: trajetórias autorreflexivas. São Paulo: ECA-USP, 2016. 248p.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero – Feminismo e Subversão da Identidade**. Lisboa: Orfeu Negro, 2017.

BUZZFEED. **Mulheres protestam contra campanha da Skol que diz "Esqueci o 'não' em casa"**. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/manuelabarem/mulheres-protestam-contra-campanha-da-skol-que-diz-esqueci-o?utm_term=.kiQwZNekj#.jydPgRrm0 >. Acesso em: 7 de Novembro de 2017.

CAPPELLIN, Paola. **As desigualdades impertinentes:** telhado, paredes ou céu de chumbo? Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

CARLOTO, Cássia Maria. **O Conceito de Gênero e sua importância para a análise das relações sociais**. S/D. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/ssrevista/c_v3n2_genero-.htm>. Acesso em: 18 de Outubro de 2017.

CRUSOÉ, Nilma Margarida de Castro. **A Teoria das Representações Sociais em Moscovici e sua importância para a pesquisa em educação**. APRENDER - Cad. de Filosofia e Pisc. da Educação - Vitória da Conquista, 2004.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; MESSA, Márcia Rejane. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. In: ESCOSTEGUY, Ana Carolina (Org). **Comunicação e gênero:** a aventura da pesquisa. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

FILHO, João Freire. Mídia, Estereótipo e Representação da Minorias. **ECO-PÓS**, v.7, n.2, agosto-dezembro 2004, pp.45-71. Disponível em <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos-/article/viewFile/1120/1061 > Acesso em: 13 dez. 2016.

FRANÇA, Vera Regina Veiga**.** Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain (orgs). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: Idéias & Letras, 2004.

F5 FOLHA DE SÃO PAULO. Acusa de apologia ao estupro, Skolvai retirar a campanha de cirurgião após protesto feminista. In: **Folha de S. Paulo (online)**, 11 de fevereiro de 2015. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2015/02/1588510-acusada-de-apologia-ao-estupro-skol-vai-retirar-campanha-de-circulacao-apos-protesto-feminista.shtml>. Acesso em: 07 nov. 2017.

HJARVARD, Stig. **Midiatização:** conceituando a mudança social e cultural. MATRIZes, 2014.

JODELET, Denise. La Representación Social: Fenómeno, Concepto yTeoria. In: MOSCOVICI, Serge (Org). **Psicologia Social**. Buenos Aires: Paidós, 1986.

LAURETIS, T. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, B.H. **Tendências e impasses:** o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LIMA, Fábia; BASTOS, Fernanda de O. S. "Reflexões sobre o objeto da comunicação no contexto organizacional". In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; LIMA, Fábia Pereira (org). **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional.** – 1.ed. – São Caetano do Sul, SP; Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2012.

LIMA, Fábia, OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. "O conceito de Públicos em uma abordagem contemporânea". In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; LIMA, Fábia Pereira (org). **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional**. – 1.ed. – São Caetano do Sul, SP; Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2012.

LESSA, Isabela. **O antes e depois das campanhas de cerveja.** Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2017/02/02/o-antes-e-depois-das- campanhas-de-cerveja.html>. Acesso em: 18 abr. 2017.

MORENO, Montserrat. **Como se ensina a ser menina:** o sexismo na escola. São Paulo: Moderna, 1999.

MOSCOVICI, Serge. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

NEIVA, Rodrigo César S.; BASTOS, Fernanda de O. S.; LIMA, Pereira Fábia. A perspectiva relacional das redes sociais no contexto da comunicação organizacional. In: MARCHIORI, Marlene; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. **Redes Sociais, Comunicação, Organizações - Série Pensamento e Prática**. Difusão Editora, 2012.

NOGUEIRA, Conceição. **Um novo olhar sobre as relações sociais de gênero:** feminismo e perspectivas críticas na psicologia social. Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

PRAUN, Andrea. **Sexualidade, gênero e suas relações de poder**. In: Revista Húmus, v.1, n.1, 2011. Disponível em: <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/revistahumus-/article/view/1641>. Acesso em: 18 abr. 2018.

SANTANA, Vagner; BENEVENTO, Claudia. **O conceito de gênero e suas representações sociais**. EFDeportes.com, Revista Digital. Buenos Aires, Nº 176, 2013.

SANTOS, Geovane; DIAS, José Manuel. Teoria das representações sociais: uma abordagem sociopsicológica. In: **PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**. Macapá, v. 8, n. 1, p. 173-187, jan.-jun, 2015.

STASIAK, Daiana. **A comunicação organizacional sob a perspectiva da midiatização social:** novosprocessos de visibilidade e interação na era da cibercultura. 2013 (302p.) Tese (doutorado) – Programa de Pós Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília; Faculdade de Comunicação; Brasilia. 2013.

AS INTERFERÊNCIAS DOS BASTIDORES NOS PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO ENTRE SUBORDINADOS E SUBORDINADORES NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL:

Uma articulação teórico-metodológica entre Erving Goffman e José Luiz Braga

Dôuglas Aparecido Ferreira
(Doutorando da Universidade Federal de Minas Gerais; douglasferreira9@hotmail.com)

RESUMO

Este artigo se propõe a realizar uma reflexão teórica sobre o conceito de bastidores da interação, no intuito de compreender as estratégias que se dão no âmbito das organizações e são acordadas antes de se iniciar uma performance comunicacional. Para tanto, foram resgatados os conceitos de Erving Goffman e suas metáforas teatrais sobre a vida social, aplicando-os como operadores analíticos para o entendimento do jornal interno Piãoneiro/Roda Livre, uma publicação informal criada por um empregado para circular informações entre seus pares. Por fim, percebeu-se a necessidade de atualizar e complementar as perspectivas do autor mencionado utilizando a proposta de José Luiz Braga sobre os lugares de fala. Infere-se, a partir do diálogo dos dois autores, que o contexto interfere diretamente nos sentidos produzidos pelo discurso, mas, também, que os discursos podem suscitar novos contextos de interação.

PALAVRAS-CHAVE

Bastidores. Lugar de Fala. Comunicação no Contexto das Organizações. Estratégias de Interação.

ABSTRACT

This article proposes to carry out a reflection on the concept behind the scenes of the interaction in order to understand the strategies that are constructed and agreed upon without the presence of the audience. For that, the theatrical metaphors used by Goffmam (2013) for the understanding of social life were applied, applying them as analytical operators for the understanding of the backstage of the house organ Piãoneiro/Roda Livre. Finally, it was noticed the need to update and complement the perspectives of these authors mentioned using the proposal of Braga (2000) on the places of speech.

KEYWORDS

Backstage. Place of Speech. Communication in the Context of Organizations. Interaction Strategies.

INTRODUÇÃO

Entre os mais recorrentes questionamentos instigadores de pesquisas sobre os processos comunicacionais no ambiente interno das organizações, os conflitos de interesses envolvendo trabalhadores subordinados e subordinadores[1] são uns dos mais inquietantes problemas investigativos da comunicação organizacional, suscitando inesgotáveis tentativas de se entender essas complexas relações.

No entanto, parte significativa da produção acadêmica sobre essa temática, geralmente fundamentada em uma perspectiva funcionalista e prescritiva, privilegia o desempenho do profissional de comunicação como o "harmonizador" desses conflitos, avançando pouco em relação às tensões contextuais que perpassam o ambiente organizacional como a histórica relação de poder entre os atores sociais e as representações de papéis.

Este trabalho resgata o conceito de bastidores, de acordo com Erving Goffman (2013), e o atualiza por meio da proposta de lugares de fala apresentada por José Luiz Braga (2000). Esta aproximação entre os teóricos é resultado dos estudos desenvolvidos na dissertação do autor deste artigo, defendida em fevereiro de 2017, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Minas.

Segundo Goffman (2013), os bastidores, ou região dos fundos, é onde os fatos suprimidos aparecem. É o espaço dos segredos vitais de um espetáculo. É ali que as coisas são preparadas e as estratégias são pensadas e combinadas. Nos bastidores, os atores se libertam de seus personagens e, por isso, a transição entre fachada e bastidores é um processo fechado ao público.

Para Goffman (2013), toda interação está inscrita em uma conjuntura situacional e esta última acaba sendo ordenadora dos demais elementos que compõem a cena: as expectativas dos atores e da plateia e os sentidos ali construídos e disputados.

> Quando um indivíduo chega à presença de outros, estes, geralmente, procuram obter informação a seu respeito ou trazem à baila a que já possuem. Estarão interessados na sua situação sócio-econômica geral, no que pensa de si mesmo, na atitude a respeito deles, capacidade, confiança que merece, etc. Embora algumas destas informações pareçam ser procuradas quase como um fim em si mesmo, há comumente razões bem práticas para obtê-las. A informação a respeito do indivíduo serve para definir a situação, tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar. Assim informados, saberão qual a melhor maneira de agir para dele obter uma resposta desejada (GOFFMAN, 2013, p. 13).

Contextualizando os pressupostos supracitados, pode-se dizer que o ambiente organizacional, assim como qualquer outro, exige de seus atores sociais uma leitura das situações nele ocorridas no intuito de facilitar a escolha do papel a ser representado.

1 - Os termos subordinados e subordinadores serão utilizados neste artigo por acreditar-se que eles representam melhor a complexidade das relações de poder descritas neste estudo, que não necessariamente se dão em uma circunstância empregatícia (empregado e empregador), uma vez que estão inseridas em uma situação hierárquica mais política.

> A perspectiva de uma teatralidade do cotidiano, à qual nos convida Goffman, torna possível pensar a dinâmica organizacional como uma cena da aparição e de comparecimento construída pelos indivíduos em grupos que operam uma partilha do visível: que conferem visibilidade a certos elementos (constitutivos da face) e que dissimulam outros (o espaço dos bastidores) (D'ALMEIDA, 2015, p. 24).

O presente estudo tem por objetivo entender as representações dos atores sociais no ambiente organizacional e analisar como se dá a transição das estratégias que são construídas nos bastidores da interação até a sua representação no palco. Parte-se do pressuposto que, em contextos marcados pelas regras de poder, essa adaptação da performance dos bastidores ao palco se torna significativa para que a cena desempenhada pelo ator social seja acreditável pela sua plateia.

Este trabalho objetiva investigar as estratégias de interação nos bastidores das organizações. Para tanto, serão analisados o conteúdo do jornal interno Piãoneiro/Roda Livre e os discursos coletados por meio de entrevistas em profundidade com os principais envolvidos em sua produção. A expectativa é de que as discussões aqui levantadas possam contribuir para o aprofundamento dos estudos da comunicação no contexto das organizações, a partir da compreensão do jogo de interesses e das performances de representação que envolvem os atores sociais. Parte-se do pressuposto de que, identificando como as estratégias são construídas e acordadas nos bastidores da interação, seja possível revelar a astúcia dos atores e sua participação como personagens ativos no processo de comunicação, mesmo quando em posição de subordinação, uma vez que os resultados da pesquisa apontam para a capacidade dos atores sociais em discernir e adequar seus discursos ao que, para eles, deve ser restrito somente aos bastidores e ao que pode ser exposto fora dele.

OS BASTIDORES DO JORNAL PIÃONEIRO/RODA LIVRE

O jornal interno Piãoneiro/Roda Livre foi uma iniciativa espontânea de um empregado do setor de logística de uma empresa de pequeno porte do interior de Minas Gerais, atuante no ramo de distribuição de peças para o mercado de bicicletas. Aparentemente, a intenção da publicação era a de fazer circular informações de caráter informal entre os demais empregados. O informativo circulou de março a novembro de 2006, período em que a organização passava por uma fase de transformação em seu modelo administrativo, indo de uma gestão familiar para a implantação de uma nova estrutura, com a criação de novos setores encabeçados por gerentes recém contratados vindos da capital.

Durante esta fase, o proprietário da empresa era uma figura de poder influente entre os empregados. Contudo, apesar de sua presença física, ele já não atuava diretamente nas decisões, que foram sendo, aos poucos, assumidas pelos novos gestores.

O jornal marcava a existência de dois grupos que constituíam a organização, a saber, o da parte de cima e o da parte de baixo. A arquitetura da empresa delimitava esses dois grupos: a parte de

baixo era composta por empregados com cargos de subordinação e a parte de cima apresentava atores organizacionais dos dois grupos: subordinados (televendas e técnicos administrativos; considerados empregados com grau menos acentuado de subordinação) e subordinadores (gerentes e o proprietário).

A primeira edição recebeu o nome de Piãoneiro e foi redigida à mão pelo empregado criador da proposta. O título do jornal aponta alguns sentidos interpretativos, como: o jornal feito pelos peões[2], o pioneirismo da iniciativa e o nome de uma das peças da bicicleta, remetendo à atividade da empresa.

Esse jornal era lido às escondidas pelos empregados da parte de baixo e, para isso, utilizavam o recurso de escondê-lo embaixo das pranchetas para que o grupo da parte de cima não tomasse conhecimento de sua existência.

O veículo é marcado pela informalidade. A temática do jornal se mostra como uma tentativa de publicar assuntos do âmbito do cotidiano dos empregados da parte de baixo, utilizando-se de recursos linguísticos e visuais como gracejos, anedotas, trocadilhos, sátiras e ironias para circular informações comuns à rádio peão. As matérias são escritas sem compromissos com as regras dos manuais de redação.

Alheio à vontade de seu criador, o jornal foi parar na parte de cima da empresa, tornando-se de conhecimento do proprietário. Na tentativa de controlar as futuras edições, o dono estabelece um acordo com o criador do jornal para a continuação da publicação. Esse acordo destaca, principalmente, um cuidado maior com o conteúdo para evitar problemas de convivência, ou, ainda, processos judiciais por difamação, uma vez que o veículo relatava episódios engraçados envolvendo os empregados.

Após esse fato de conhecimento e aceitação do proprietário em relação ao jornal, ele se transforma no veículo de comunicação oficial da empresa e passa por algumas mudanças. O nome é alterado para Roda Livre, já que não pertencia somente aos peões. A produção passa a ser feita em um computador e percebe-se a inclusão de matérias questionadoras das condições de trabalho dos setores da parte de baixo, o que torna o informativo, também, em um espaço para destacar causas trabalhistas.

A terceira edição marca o início da última fase do jornal. A partir dela, a equipe do setor de *marketing* começa a atuar ativamente nele, tanto na produção de conteúdo, quanto na diagramação. Percebe-se, neste período, um aumento considerável na quantidade de assuntos de caráter institucional dividindo espaço com as matérias de estilo informal e com as reivindicações, cada vez menos presentes. Esse conflito de interesses entre subordinados e subordinadores dura até o fim da publicação, na sua oitava edição.

Para Goffman (2013), os bastidores, ou região dos fundos, é onde os fatos suprimidos aparecem. Seria, portanto, o local em que os discursos que não podem ser públicos são compartilhados entre os participantes de um grupo. É o espaço dos segredos vitais de um espetáculo. É ali onde as coisas são preparadas e as estratégias são pensadas e combinadas.

Contextualizando o que foi apresentado, pode-se inferir que a arquitetura da organização ao qual o jornal Piãoneiro/Roda Livre circulou contribuiu para que os discursos ocultos dos grupos subordinadores fossem construídos mais facilmente do que os dos grupos subalternos. A parte de cima, aparentemente, conferia privacidade e isolamento aos seus frequentadores, geralmente os administradores da empresa.

2 - Nome pejorativo que os empregados se referiam a si próprios.

> Aquela questão de: o que eu sei e o que eu quero que você saiba, o que eu vivo e o que eu quero que você saiba que eu vivo. A empresa conhece tudo. Ela sabe de tudo. Ela tem olhos em todos os lugares, mas ela vai ver o que ela quer, ela vai reportar sobre isso (Empregado da parte de baixo).[3]

O entrevistado destaca em sua fala outra característica dos bastidores, a vigilância. Ele alega a existência de um conhecimento absoluto por parte da empresa, facilitado pelo fato de que ela "tem olhos em todos os lugares". Isso favorece, por exemplo, as tentativas internas de controle das informações, a partir daquilo que a empresa acredita ser positivo ou negativo para o funcionamento de seu negócio, "o que eu sei e o que eu quero que você saiba".

O fato de a empresa "saber de tudo" possivelmente era favorecido pela arquitetura da organização estudada, onde os subordinadores conseguiam observar de cima sem, necessariamente, serem percebidos pelos que se encontravam na região de baixo (FOUCAULT, 1999).

Aos subordinados sobravam espaços menos propícios para as confabulações dos discursos ocultos, supostamente segredados aos encontros rápidos de corredor, aos cochichos em cantos das salas, às trocas de mensagens através de dispositivos pessoais, ou seja, lugares distantes dos olhos dos dominantes, exigindo, desse grupo, artifícios mais discretos e astuciosos para fazê-los acontecer, como, por exemplo, esconder o jornal embaixo das folhas da prancheta.

> A primeira edição do jornal era escondida por isso, porque os meninos iam trabalhando e à medida que eles iam trabalhando, naquelas curvas e naquelas paradinhas, eles iam e davam uma lida num pedaço do jornal e depois passava para o outro carrinho. Aí o outro carrinho lia e passava para o outro carrinho e ia circulando (Criador do Jornal).

Apesar da estratégia para a manutenção das informações nos bastidores, aos poucos, o idealizador do jornal foi perdendo o controle sobre a circulação do seu produto devido à repercussão que o informativo adquiriu entre os empregados. Aparentemente, um descuido no procedimento de leitura do jornal foi a causa de sua descoberta pelo proprietário.

> Ele circulando já estava dando bandeira de que tinha algum carrinho parado entre as prateleiras lendo ele. E, automaticamente, se o jornalzinho é maior, a pessoa entusiasma lendo ele e vai ficando ali. Então, o que estava acontecendo? Começou umas conversinhas fiadas justamente por esse detalhe: 'cadê fulano de tal?' 'Está lá na curva do vento' (Criador do Jornal).

3 - Para preservar a identidade dos entrevistados, este artigo não publica os seus nomes, todavia, para demonstrar as diferentes perspectivas de acordo com o grupo ao qual pertenciam (subordinador e subordinado), optou-se por identifica-los por setores ou papel de atuação em relação ao jornal, às vezes grafados com o termo completo e outras com as iniciais: **Criador do jornal, Gerente de *marketing*, Estagiário de *marketing*, Gerente de Recursos Humanos, Empregado da parte de baixo e Empregado da parte de cima**. Acredita-se que, assim, ficará mais perceptível as nuances dos discursos a partir dos diferentes interesses que compõem a empresa. Além disso, apesar do grupo de entrevistados ter sido composto por homens e mulheres, para evitar identificações e impossibilitar análises das diferenças a partir dos gêneros, optou-se por referir-se a eles segundo a norma culta da língua portuguesa, ou seja, padronizou-se os substantivos e adjetivos no gênero masculino.

Nota-se que havia um termo tácito de sigilo entre os leitores do Piãoneiro, mostrando que a zona dos bastidores é um espaço marcado pela confiança entre os seus frequentadores. A permissão para conhecer esses locais, geralmente, só é autorizada para outros atores sociais leais às causas ali defendidas, impedindo aos demais o direito de ter contato com os assuntos tratados fora do palco.

> A linguagem dos bastidores consiste no emprego recíproco do primeiro nome, nas decisões tomadas em comum, na irreverência, francas observações de ordem sexual, queixas minuciosas, fumar, trajes comuns grosseiros, postura "desleixada" no sentar e estar de pé, uso de linguagem dialetal ou abaixo do padrão, resmungos e gritos, agressividade e "caçoadas" jocosas, desconsideração pelos outros em atos de pouca importância mas potencialmente simbólicos, atitudes físicas menos importantes como zumbidos, assobios, mascar goma, dentadas, arrotos e flatulência. A linguagem do comportamento na região da fachada pode ser considerada como a ausência (e, de certa forma, o oposto) disto (GOFFMAN, 2013, p. 143).

As considerações de Goffman (2013) ajudam a entender as expressões informais que eram frequentemente usadas no jornal, uma vez que o informativo trazia, em seu conteúdo, o linguajar dos bastidores e foi idealizado para não ser lido pela equipe da parte de cima da empresa. De modo geral, os termos utilizados são construções linguísticas dificilmente entendidas por terceiros, ou seja, pelos não frequentadores do mesmo espaço de socialização dos responsáveis pela publicação. Essa incapacidade de interpretação é consequência da falta de laços de intimidade com o grupo da parte de baixo da empresa e, portanto, a impossibilidade de falar a "língua" deles.

A matéria "Musas agora uniformizadas", em destaque na capa do Piãoneiro, reforça os traços peculiares do vocabulário trocado entre os empregados e também retrata as relações informais entre eles, possivelmente não repetida frente aos subordinadores.

> Funcionárias do chiqueirinho resolveram se uniformizar, uma liga prá [sic] outra antes de saírem de casa, prá [sic] saber qual a cor da roupa que irá trabalhar, assim as duas ficam parecendo um parzinho de vaso, graças à Deus as duas são bonitas. Até de jaleco roxo elas ficam bonitas nas fotos. Oxalá, prás [sic] musas da expedição (PIÃONEIRO, 2006, p. 03).

O tom de brincadeira, aliado a uma descrição crítica ao vestuário idêntico de duas empregadas e um certo galanteio ao final do texto, revelam uma dimensão mais humana da comunicação organizacional, fora dos padrões e dos manuais de conduta empresarial. Mesmo não se enquadrando em uma perspectiva considerada profissional da comunicação, esses processos informais também são constituintes da organização e, portanto, não devem ser desprezados como parte significativa da comunicação no contexto das organizações. Eles são agenciados por pessoas e para as pessoas, que, conjuntamente, constroem uma narrativa de seus cotidianos a partir de suas vivências e trocas.

> Isso daqui foi feito em casa à noite, pelo Criador do Jornal. Foi feito com a questão de observação, de estar sempre com muito cuidado com as coisas que estão acontecendo, uma coisa que chame a atenção de forma divertida, que chame a atenção de forma não pejorativa. Você vê aqui: 'As musas agora uniformizadas' [*risos*], porque, sem dúvida, tinham as musas, as televendas, as meninas que trabalhavam no Financeiro. Então, eu não consigo destacar uma coisa só. Eu acho divertido assim, se você pegar uma coisa solta para ler, vai achar muito estranho porque não vai fazer muito sentido para todo mundo. Fazia muito sentido para nós. Para nós ali dentro, não só para o pessoal da Logística, para quem estava dentro da empresa, que saberia o que significa o 'chiqueirinho'. Até hoje existe o 'chiqueirinho'. É um termo interno! Que muitas pessoas quando chegam, acham até muito pejorativo. 'Por que chiqueirinho?'. Só mesmo quem está ali dentro para poder entender (Empregado da parte de baixo).

O jornal era, ao mesmo tempo, produto e produtor desse universo de sentidos frequentado apenas pelos grupos com a mesma experiência de dominação. "Musas agora uniformizadas, está vendo? Eles usavam a gente! Era tudo muito engraçado. 'Mestre da Língua', isso aqui era sátira" (Empregado da parte de cima). A identificação dos empregados com os termos utilizados foi imediata durante as entrevistas. Eles se reconhecem através do Piãoneiro/Roda Livre, utilizando como referência os apelidos que se davam nos bastidores do ambiente de trabalho.

A matéria "O retorno do mestre das línguas" descreve com humor a volta de um empregado que gozava férias. Uma identificação mais precisa do indivíduo é citada apenas no final do texto, utilizando o termo "Som" (abreviação de Alisson), para, provavelmente, facilitar a leitura dos desavisados.

As metáforas e o teor despojado, comuns às trocas dos bastidores e empregadas no jornal, são estratégias muito parecidas com as fofocas trocadas ao pé do ouvido entre as pessoas para garantir o sigilo.

> Após ficar afastado de férias mais de 300 dias, Mestre das Línguas volta a aterrorizar nosso tranquilo local de trabalho. Tudo foi maquinalmente estudado e calculado, para que ele voltasse justamente no mesmo dia da festa. Depois de tanto descanso, sua língua volta mais afiada que podão de cortar cana, nós que gostamos de umas farrinhas podemos nos cuidar. Som de volta à ativa (PIÃONEIRO, 2006, p. 04).

Em geral, a conduta dos bastidores permite atos representativos de intimidade que podem parecer até desrespeito pelos não conhecedores das regras destes espaços. Enquanto isso, a performance da região da fachada não admite tais comportamentos, chegando até a ser considerados ofensivos. Portanto, "Mestre das línguas" poderia ser um termo pejorativo para os não conhecedores dos bastidores onde circulava, mas, aparentemente, é apenas uma gozação entre amigos.

AS ATUALIZAÇÕES DE BRAGA PARA O CONCEITO CLÁSSICO DE BASTIDORES

Goffman (2013) acreditava que o contexto definia o papel dos atores sociais e suas falas, propondo regras comportamentais aos integrantes da situação interacional. Entretanto, o autor avançou pouco nas discussões abordando a possibilidade de uma via no sentido contrário, ou seja, as falas também poderiam construir novos contextos.

José Luiz Braga (2000) traz avanços à perspectiva de Goffman ao problematizar a relação entre os discursos e os locais. O autor explica que o lugar é algo dinâmico que "se constrói na trama entre a situação concreta com que a fala se relaciona, a intertextualidade disponível, e a própria fala como dinâmica selecionadora e atualizadora dos ângulos disponíveis e construtora da situação interpretada" (BRAGA, 2000, p. 163). Portanto, torna-se insuficiente buscar os sentidos de um discurso apenas na estrutura da fala, ou só nas ideologias, ou, ainda, somente no contexto. O ideal, segundo ele, é se utilizar de um recurso metodológico que integre fala, textos interdiscursivos e situação. A articulação desses três elementos é definida pelo autor como o "lugar de fala". Sendo assim, não bastaria explicar a fala apenas pelo contexto social que a solicita, para além disso, é preciso compreendê-la pela intervenção que ela exerce sobre o contexto, construindo-o, organizando-o e atualizando-o.

Braga (2000) ainda apresenta as diferenças entre o lugar de fala e o lugar do falante. Este último termo parece se aproximar mais das propostas conceituais de Goffman. O lugar do falante é uma abordagem de cunho sociológico preocupada com questões como a inserção de classes, a posição no mundo da produção, o estatuto social, entre outras coisas, partindo do pressuposto que este lugar social interfira na construção discursiva do lugar de fala.

As análises feitas a partir do lugar social do falante se empenham mais em determinar sua origem, explicando o surgimento e as intenções de um discurso, do que em analisar os sentidos de uma fala. Essa visão, segundo Braga (2000), reduz a originalidade da fala, posto que o discurso passa a ser apenas um sinal, uma consequência da circunstância que o precede e do local onde se manifesta.

O lugar de fala se difere do lugar do falante porque ele é construído e ocupado pelo discurso tecido na interdiscursividade. Portanto, o lugar de fala não corresponde ao contexto, mas a um lugar resultante dos discursos de uma determinada situação, em outras palavras, resultado das perspectivas que a fala se utiliza para ler e dar sentido à realidade. "Trata-se de observar o produto cultural não só nos seus aspectos de determinação pelo contexto, **mas também enquanto esforço de ação e construção sobre esse contexto**" (BRAGA, 2000, p. 169, grifo nosso). Dito isso, a relação entre lugar e fala seria de interdependência: a fala define a situação através da produção de um lugar em que ela pode ser dita e, a partir do momento em que ela pode ser dita, ela passa a existir e a fazer sentido.

Isso explica, por exemplo, um jornal que é um produto dos bastidores, mas, também, produtor das zonas discursivas fora da vigilância dos subordinantes. Ao mesmo tempo em que ele trazia marcas das narrativas informais do cotidiano dos empregados, ele também construía um lugar de resistência, de intimidades, de reforço dos laços afetivos e de representações de papéis. "À princípio, era uma coisa deles. Para eles se divertirem, para eles se descontraírem. Era deles. Depois que, não sei se o Criador

do Jornal mostrou ou se alguém pegou e mostrou lá para cima. Mas começou entre eles" (Estagiário de *Marketing*). À primeira vista, a entrevista reforça o lugar do falante, limitando o jornal a uma classe trabalhista na qual o estagiário não pertencia, uma vez que exercia sua função na parte de cima. Portanto, "era uma coisa deles", da parte de baixo.

Tomando uma análise mais aprofundada a partir de Braga (2000), encontra-se, também, vestígios do lugar de fala nas considerações do entrevistado. O jornal também é uma publicação para diversão e descontração, ele tinha a finalidade de conceber esses espaços de informalidade através do registro das relações entre empregados. Neste sentido, o jornal contribuía para a construção do contexto do qual ele se originou e circulava, retroalimentando esse processo com produções simbólicas, geralmente narrativas em textos e imagens, vindas das experiências do dia a dia.

Braga (2000) explica que a construção desses locais de fala faz parte de um esquema espontâneo ligado às práticas cotidianas de pessoas comuns, que fazem isso de forma despretensiosa por uma questão de sobrevivência de seus interesses.

> Do mesmo modo que 'não são as ideias metafísicas que conduzem as massas no caminho da revolução, mas sim os interesses reais', as falas não são geralmente emitidas 'por ideologia', não se pretende convencer 'para obter hegemonia', não se contrapõe 'como resistência – mas sim para resolver problemas concretos, para definir situações reais, para se defender de uma paulada na cabeça, para manter as coisas como estão uma vez que são agradáveis, para sobreviver, para ter e sentir o poder, para ser admirado, etc. (BRAGA, 2000, p. 171).

O Jornal Piãoneiro/Roda Livre cria um novo lugar de fala na empresa. Lugar este pelo qual a gerência, na parte de cima, precisaria lidar com uma produção de comunicação não premeditada nos seus planejamentos vinda da parte de baixo. E mais do que isso, publicizadora de processos simbólicos informais, regidos pela dimensão da afetividade e da camaradagem, geralmente assuntos renegados aos esconderijos e ao menosprezo dos subordinadores.

> Porque tinham zoações, tinha não sei o que... Era uma forma deles aparecerem porque quando contava o caso de um ou de outro, era uma forma deles aparecerem de certa forma. O pessoal da expedição gostava, os televendas também gostavam, era divertido. Tanto que te falei que eles queriam levar para casa, queriam mostrar para as pessoas; Na época, quando era dia, isso eu me recordo, de a gente recolher os recadinhos, o pessoal se envolvia e tal. Eles gostavam. Eu gostava bastante por causa dessa proximidade que o jornal deu. Era divertido. A empresa interagia. A gente envolvia com a parte dos televendas também, as campanhas, mas tinha o espaço do pessoal. O pessoal comentava, quando era dia do jornal sair, isso eu me lembro, eles ficavam doidinhos: 'Está pronto? Já saiu?' Tinha uma expectativa. Era a expectativa que eles tinham de ver alguma coisa deles lá e todo mundo vai ver. Era muito gostoso! (Estagiário de *Marketing*).

O lugar de fala criado pelo jornal é um espaço em que as afetividades, os gracejos entre os pares, as trocas de recadinhos, as pessoas ordinárias e seus cotidianos emergem e se adentram por espaços mais formais, ocasionando uma indisposição dos novos gestores em lidar com a situação, afinal, estes últimos representavam o choque cultural de uma organização familiar buscando profissionalizar seus processos.

A visibilidade dos laços afetivos trazida pelo jornal é percebida no conteúdo no final da primeira edição do Roda Livre, em que o texto incentiva os colegas de trabalhos a usarem o jornal com a finalidade de trocarem mensagem entre eles.

> Agora você poderá contar com um espaço no nosso jornal para deixar o seu recado. Na próxima edição um colega seu, da LM, poderá receber um elogio, um inventivo, uma homenagem, ou mesmo um lembrete escrito por você. Isso mesmo! Deixe o seu recadinho! É só escrever e entregar ao Criador do Jornal ou ao Estagiário de *Marketing* (RODA LIVRE, 2006, p. 09).

Neste momento, o jornal deixou de ser apenas do empregado que o criou e passou a ser um espaço de comunicação para diversos outros atores, com a condição de que suas produções fossem submetidas aos principais responsáveis pela diagramação do informativo: o Criador do Jornal e o Estagiário de *Marketing*.

Braga (2000) ainda lembra que, ao compor uma estrutura significativa para um enunciado, o falante propõe um lugar de fala e, a partir daí, independe os sentidos pretendidos por ele. Afinal, os sentidos já não são mais resultados intencionais do autor, mas da inserção de sua fala em uma estrutura significativa. "Dizer 'não pretendi dar este sentido a meu texto' significa apenas que escrevi inserindo-o em determinadas estruturas diferentes daquelas em que meu ouvinte o insere" (BRAGA, 2000, p. 179). Essa possiblidade de leitura por meio de outros lugares reforça a ideia de que nem todos os aspectos pretendidos pelo lugar de fala, e propostos pelo falante, se confirmam no lugar de fala em que se encontra o ouvinte.

Isso ajuda a entender que os empregados e Gerente de *Marketing* entendiam o jornal como lugares de fala diferentes. Enquanto o primeiro grupo usufruía do recurso para se fazer ouvir por meio das narrativas de suas histórias, o segundo, apesar de utilizar o veículo para também dar visibilidade ao discurso oficial, via no Piãoneiro/Roda Livre uma forma de comunicação perigosa aos objetivos administrativos do negócio.

> Fazer esse tipo de jornal não era o que a empresa queria. Que era uma boa ideia ter uma comunicação? Era. Mas a comunicação que estava sendo, vamos dizer assim, fazendo sucesso, não era a comunicação que a empresa achava interessante [...] Mas ele fez, ele existiu, ele não foi uma decisão da empresa, foi uma decisão do funcionário, e tinha esse lance assim, essa pedra no sapato que era fazer essas piadinhas de mau gosto. Isso a gente não sabia como reagir a elas, porque quem era vítima das piadinhas, se sentia muito magoado (Gerente de Marketing).

Os depoimentos coletados com os empregados não apontam para a mesma direção de sentido proposta pelo gestor. Para eles, não havia "mágoas" nas "piadinhas", o lugar de fala oportunizado pelo

jornal reforçava as brincadeiras já praticadas no cotidiano. Isso pode ser identificados em trechos das entrevistas como: "os meninos tinham um cuidado para não expor e não humilhar a pessoa" (Empregado da Parte de Cima). "Era sempre nós ali, os companheiros. Não incomodava porque nunca era de forma pejorativa" (Empregado da Parte de Baixo). "Eu não estava denegrindo ninguém. Eu sabia uma maneira certa de fazer, tocar no assunto sem a pessoa ficar ofendida" (Criador do Jornal).

O relato a seguir mostra que o interesse da empresa com o jornal não estava na dimensão afetiva ali praticada, mas nos conteúdos de aspecto mais institucional. Isso demonstra que um mesmo produto cultural pode servir para a instituição a partir de diversos lugares de fala.

> A empresa, até então, não via como muita credibilidade. Eles viam como algo divertido também. Mas aí, quando eles, eu creio que, foram percebendo, talvez, a proporção, aí foi onde eles começaram a coordenar mais. Então, para o interesse da empresa, esse formato institucional fosse mais interessante. Mas, para os funcionários, sem dúvidas, era o outro, era o Piãoneiro ou o início mesmo do Roda Livre. [...] Porque perdeu a graça copiar... antes, as matérias eram feitas pelo Criador do Jornal, os casos, as curiosidades...copiar coisas da *internet* para que? Ninguém estava interessado a ver isso. Eles gostavam de comentar o dia a dia da empresa, as coisas da empresa. Aceitaram bem, apesar que não era o objetivo original, essas coisas das campanhas, dos informativos mais corporativos, aceitaram bem. Porque? 'Ah, vocês também têm que estar por dentro do que está acontecendo', mas o que era legal mesmo era a coisa criada pelos funcionários. (Estagiário de *Marketing*).

Parecia haver um acordo entre os envolvidos para compartilhar o jornal com os interesses da organização. Eles viam de forma positiva e até necessária para a continuação do veículo a inserção de conteúdos mais institucionais supostamente por saberem que estavam inseridos em um contexto marcado pela representação do poder do grupo dominante. Todavia, o que realmente parecia interessar aos empregados eram os conteúdos produzidos por eles e para eles.

Por fim, Braga (2000) reforça que a ação do ouvinte não é passiva, ela também está concretamente ligada à fala e suas articulações a partir dos repertórios e da interdiscursividade. O lugar do ouvinte é o de interpretação, lhe garantindo um uso do texto.

> Lugar de fala e não apenas 'lugar (passivamente dado) de escuta' porque é ocupado (construído) como um espaço de responsividade ativa (vide Bakhtine) e porque só podemos ter acesso a ele através das falas (verbais mas também gestos, atitudes, decisões) do receptor (BRAGA, 2000, p. 183).

Sendo assim, esse espaço deslocado do lugar de fala de origem poderia ser chamado de lugar de escuta, mas, na verdade, ele é igualmente um lugar de fala, que se constrói nas articulações entre o ouvinte e o produto enunciativo com o qual se relaciona.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De modo geral, Braga (2000) convoca a uma reflexão da noção de lugar que vai além do espaço físico e da sua interferência direta aos discursos suscitados por meio dele. O autor propõe um caminho no qual os discursos constroem lugares de fala, verdadeiros contextos de interpretação, e essa abordagem se mostrou analiticamente potente para este trabalho. Afinal, é por meio de um produto cultural, um jornal interno, que este artigo se dedicou a identificar os discursos, as estratégias de relacionamentos e as representações de papéis sociais, para perceber os enquadramentos, os posicionamentos e as manobras em que os conteúdos foram propostos, tomando por referência suas transformações do âmbito dos bastidores até chegar ao palco.

O diálogo entre Goffman (2013) e Braga (2000) foi necessário, tendo em vista que a investigação acontece em um contexto temporal consideravelmente distante de quando o caso estudado aconteceu, o que torna impossível fazer uma leitura situacional *in loco*, mas a lógica que perpassava nesse ambiente pode ser entendida através dos discursos produzidos no jornal e confirmada nas entrevistas.

Para aprofundar ainda mais a discussão, sugere-se novas investidas que articulem as perspectivas desses autores supracitados, ressaltando o caráter recursivo do processo comunicacional, que ora é definido pelo contexto, ora o constrói.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. Lugar de Fala como conceito metodológico no estudo de produtos culturais. In: ESTEVES, João Pissaia et. al. **Mídia e Processos Socioculturais**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2000.

D'ALMEIDA, Nicole. O estatuto do Sujeito em Organização. In: MARQUES, Angela Cristina Salgueiro; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (org). **Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas**. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2015.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. 20 ed. Petrópolis, Vozes, 1999.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 19 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

PIÃONEIRO. Lagoa da Prata - MG. Mar/2006.

RODA LIVRE. Lagoa da Prata - MG. Abr/2006.

(DES)PERTENCIMENTOS DO FEMININO NA POLÍTICA:

Uma análise dos enquadramentos das candidatas Hillary Clinton e Marine Le Pen na mídia brasileira

Gisela Cardoso Teixeira
(Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG); gisagrind@gmail.com)

Leilane Tolentino Stauffer
(Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG); leilanetstauffer@gmail.com)

RESUMO

O artigo tem como objetivo analisar os enquadramentos dados pela mídia brasileira a candidatas mulheres em duas campanhas presidenciais internacionais, a partir das propostas políticas e do lugar ocupado pelo gênero feminino na narrativa jornalística. O corpus se concentra em dezesseis matérias veiculadas nos portais de notícias *G1*, *El País Brasil*, *Folha de S. Paulo* e *Veja* relacionadas à disputa entre Hillary Clinton e Donald Trump, pelo governo dos Estados Unidos, e Marine Le Pen e Emmanuel Macron, pelo governo da França. Para responder a problematização que move este trabalho, foram empreendidas reflexões acerca do enquadramento, por meio dos trabalhos de Goffman (1974) e Porto (2002), e sobre o gênero feminino na política com trabalhos de Carvalho e Finamori (2006) e Biroli (2010).

PALAVRAS-CHAVE

Enquadramento; Discurso midiático; Política internacional; Gênero feminino; Jornalismo político.

ABSTRACT

The article intends to analyze the frameworks given by the Brazilian media to female candidates in two international presidential campaigns, according to the political proposals and the position of female gender in the journalistic narrative. The corpus focuses on sixteen articles on the newsportals *G1*, *El País Brasil*, *Folha de S. Paulo* and *Veja*. The news are related to the dispute between Hillary Clinton and Donald Trump by the United States government and Marine Le Pen and Emmanuel Macron by the French government. In order to answer the question of this work, reflections of the framework were undertaken, based on the works of Goffman (1974) and Porto (2002), and on the feminine gender in politics with works by Carvalho and Finamori (2006) and Biroli (2010).

KEYWORDS

Framework; Media speech; International politics; Feminine gender; Political journalism

INTRODUÇÃO

O espaço ocupado pela transformação dos acontecimentos em notícias se estabelece a partir de representações, do compartilhamento de sentidos e de valores que circulam na sociedade. Segundo Traquina (2002), os critérios de seleção implicam em acordos estabelecidos socialmente. "O conhecimento consensual da sociedade é importante para o jornalista e leitor/espectador reconhecerem primeiro o plano das notícias, é um código ideológico" (TRAQUINA, 2002, p. 186). Ao partir dessas afirmações, esse artigo tem como objetivo analisar os enquadramentos dados pela mídia brasileira a candidatas mulheres nas campanhas presidenciais internacionais, atentando para as representações projetadas de acordo com ideais políticos e com a questão de gênero.

O *corpus* do trabalho se concentra, primordialmente, nas figuras de duas mulheres: a candidata estadunidense Hillary Clinton e a candidata francesa Marine Le Pen. É importante ressaltar que ambas disputaram o mais alto posto de governança de seus respectivos países com adversários homens, Donald Trump, nos Estados Unidos, e Emmanuel Macron, na França. Também é interessante observar que ambas as candidatas possuem ideologias políticas opostas: pertencente ao Partido Democrata, Hillary Clinton defende ideias liberais, enquanto Le Pen representa o partido de extrema-direita francês Frente Nacional.

Diante desse cenário, para análise, estabelecemos o recorte de matérias veiculadas nos portais de notícias *G1 (Globo)*, *El País Brasil*, *Folha de S. Paulo* e *Veja*. Inicialmente, o filtro de seleção correspondeu à reta final das campanhas políticas. Encontramos 25 matérias disponibilizadas entre os quarto portais, das quais foram selecionadas dezesseis, duas de cada veículo contemplando as duas campanhas.

Faz-se necessário ressaltar a relevância da abordagem de gênero frente ao contexto dos dois países que durante a história nunca elegeram mulheres ao cargo da presidência. Para responder à problematização que move esse trabalho – ou seja, quais enquadramentos responsáveis pela caracterização das candidatas Hillary Clinton e Marine Le Pen em portais de notícias brasileiros durante as campanhas presidenciais dos Estados Unidos e da França?–, recorremos aos conceitos teóricos acerca do enquadramento oferecidos por Goffman (1974) e Porto (2002) – esse último também aborda a relação da mídia com a política. Contamos também com as discussões sobre o gênero feminino na política a partir das vozes de Carvalho e Finamore (2006) e Biroli (2010).

O ENQUADRAMENTO COMO CAMINHO DE LEITURAS

Para narrar acontecimento como notícia, os meios de comunicação valem-se primeiramente de uma seleção de aspectos considerados necessários para conferir inteligibilidade à narrativa. Como explica Carvalho (2009), tais princípios de organização orientam a narração dos acontecimentos a partir de estruturas cognitivas e de quadros de referências que também são responsáveis por conduzir o leitor na construção do olhar para o fato relatado. Pelo enquadramento do acontecimento, as narrativas

jornalísticas ganham forma.

Goffman (1974), considerado precursor nos estudos sobre enquadramento, considera-os marcos interpretativos, construídos no âmbito social, dando sentido às situações e às experiências dos indivíduos e orientando eventos sociais. Gitlin (1980) complementa essa noção, ao alegar que o conceito de enquadramento está relacionado a padrões de cognição e apresentação, que envolvem a ênfase e a exclusão.

> Enquadramentos são princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece e o que é importante. São padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os detentores de símbolos organizam de forma rotineira o discurso, seja verbal ou visual. (GITLIN, 1980, p. 6-7).

Ao observar o conceito de enquadramento proposto por Gitlin (1980), é possível justificar por que as contribuições do autor se alinham à proposta dessa pesquisa. Analisar como as candidatas mulheres à presidência Hillary Clinton e Marine Le Pensão enquadradas nas notícias envolve identificar os processos de seleção, ênfase e exclusão nos aspectos políticos e de gênero.

A concepção de enquadramento noticioso revela-se também fundamental para observar os mecanismos de significado construídos na mídia. O estudo desenvolvido por Entman (1993) é considerado, por vários autores, como a primeira revisão teórica sobre o assunto com foco nos estudo midiáticos. Para o autor, enquadrar é

> [...] selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1993, p. 52).

Considerados padrões de seleção da realidade, os enquadramentos intervêm na seleção feita pelo autor das narrativas, das estratégias discursivas e das representações que reportam os temas e os personagens que constituem os acontecimentos da esfera social. Além disso, vale lembrar que as situações e os interesses, que podem ser de ordem política e/ou econômica, tendem a exercer impacto. Charaudeau (2012), apesar de não utilizar o termo enquadramento, aproxima-se dessa concepção, quando afirma que

> [...] comunicar, informar é tudo escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente a escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha dos efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de estratégias discursivas (CHARAUDEAU, 2012, p. 39).

As escolhas mencionadas por Charaudeau (2012) que configuram o enquadramento de determinado personagem de uma notícia, por exemplo, estão relacionadas aos elementos situacionais. Esses elementos são parte fundamental do contrato de informação. São as intencionalidades que determinarão os enquadramentos e, por consequência, a organização do texto informativo.

Charaudeau (2004), em artigo sobre as chamadas visadas discursivas, reflete que a situação de comunicação

> é o lugar onde se instituem as restrições que determinam a expectativa (*enjeu*) da *troca*, restrições estas provenientes ao mesmo tempo da identidade dos parceiros e do lugar que eles ocupam na troca, da *finalidade* que os religa em termos de visada, do *propósito* que pode ser convocado e das circunstâncias materiais nas quais a troca se realiza. (CHARAUDEAU, 2004, p. 22, grifos do autor)

O autor defende também que é a finalidade que determina como o discurso vai ser conduzido (p. 22) e que a influência, presente na situação de comunicação, é perceptível "em função da relação que o sujeito falante quer instaurar frente ao seu destinatário" (CHARAUDEAU, 2004, p. 21).

Já em relação ao enquadramento com o campo midiático da política, Porto (2002) considera que, já que os enquadramentos possuem a capacidade de construir uma determinada interpretação dos fatos,

> [...] os efeitos de formulação podem ocorrer sem ninguém ter consciência do impacto do enquadramento adotado nas decisões e podem ainda ser explorados para alterar a atratividade relativa das opções. Enquadramentos são, portanto, importantes instrumentos de poder (PORTO, 2002, p. 5).

O conceito de enquadramento passa a ser visto, então, como instrumento para examinar empiricamente o papel da mídia na construção da hegemonia, assim como na constituição da imagem de personagens dos eventos relatados. Como indica Porto (2002, p. 22), "enquadramentos são elementos constitutivos importantes das narrativas e do processo pelo qual fazemos sentido do mundo da política". O autor ressalta as influências do contexto, da situação, dos interesses e valores presentes na configuração dos enquadramentos.

MULHERES, POLÍTICA E OS ENQUADRAMENTOS NA INSTÂNCIA MIDIÁTICA

Compreendido o enquadramento como marco interpretativo da realidade, é possível afirmar que a mídia busca promover determinados atores sociais ao lugar de enunciadores privilegiados, de indivíduos que têm competência e recursos para dizer o que merece a atenção do público. Carvalho e Finamore (2006) ressaltam a necessidade de observar o contexto em que se situa a presença da mídia – especialmente quando as representações envolvidas estão relacionadas à política. Os autores defendem que

> [...] a construção e manutenção de imagens identitárias, como a imagem de um político competente e confiável, vai se dar através da associação dos indivíduos a determinados traços, como roupas, automóveis, idéias, ou mesmo gêneros (CARVALHO & FINAMORE, 2006, p. 351).

Miguel (1999) também afirma que um dos elementos fundamentais na disputa política é "a criação de representações sobre os problemas, as crises, a dinâmica política e, enfim, sobre os próprios candidatos" (p. 55) na mídia. Tal ideia pode ser associada à cobertura midiática de campanhas eleitorais, principalmente de mulheres candidatas a altos cargos políticos, como é o caso dessa pesquisa.

Seguindo essa perspectiva, Biroli (2010) defende que, na maioria das vezes, os enquadramentos dados às mulheres pela mídia se apoiam em estereótipos sociais relacionados à questão de gênero. Para a autora "os estereótipos de gênero presentes na mídia devem ser entendidos como produtos de uma dinâmica social complexa, que envolve a determinação de papéis diferenciados, e hierarquicamente distintos, para homens e mulheres" (BIROLI, 2010, p. 50).

Além de reafirmar alguns estereótipos de gênero, a autora também chega à conclusão de que, quando se refere à política, existe invisibilidade e/ou silenciamento das vozes femininas nos noticiários. De acordo com a pesquisa da autora,

> dados apresentados demonstram que as mulheres são, predominantemente, invisíveis nos noticiários políticos. Além disso, a visibilidade feminina na mídia noticiosa é concentrada em algumas poucas mulheres e produzida por filtros que reafirmam, de múltiplas maneiras, as separações tradicionais que associam as mulheres à esfera doméstica e íntima, à emotividade e ao corpo (BIROLI, 2010, p. 45).

Outro fator que também explica a naturalização da exclusão das mulheres da esfera pública e, particularmente, dos cargos políticos eletivos, diz respeito a um imaginário cristalizado que corresponde à legitimação da política como "um negócio para homens" – isto é, os homens seriam mais aptos a ocupar cargos políticos de alto escalão. Biroli (2010, p. 55) entende que "a presença feminina nos noticiários políticos oscila entre a invisibilidade e uma alteridade marcada por estereótipos".

Nesse sentido, Carvalho e Finamore (2006) completam que, algumas vezes, aspectos masculinos acabam sendo incorporados ao enquadramento das candidatas e não raras vezes são utilizados por elas mesmas em seus discursos. Tal observação reforça como a masculinização da política está arraigada ao imaginário cultural.

Carvalho e Finamore (2006) constatam que as mulheres candidatas a cargos eletivos lidam com o estereótipo que naturaliza o lugar do homem nos cargos de liderança política e reserva às mulheres a função aos problemas domésticos. Os homens tomam para si o papel principal na construção do que seja a política, do que faz um político e de qual a agenda para uma eleição. As candidatas mulheres têm, assim, de superar esse estereótipo, apresentando qualidades consideradas necessárias para a liderança,

sem deixarem de se apresentar como mulheres. “Elas têm que apresentar força e assertividade sem parecerem masculinas.” (CARVALHO & FINAMORE, 2006, p. 353).

Carvalho e Finamore (2006) destacam elementos dinâmicos e estratégias midiáticas que configuram a imagem das mulheres na cobertura de suas campanhas eleitorais. Os autores enumeram quatro efeitos diferentes que podem ser provocados pela mídia durante as campanhas eleitorais:

> fornecer informações, definir a agenda política, definir responsabilidades e, finalmente, persuadir o eleitor. Quanto maior e mais focada for a cobertura da mídia, como é o caso, por exemplo, de eleições para cargos executivos, maior a influência do gênero sobre a decisão dos eleitores. A cobertura da mídia tem também importância significativa na transformação dos candidatos. Geralmente, ela é mais depreciativa para as candidaturas femininas, distorcendo as mensagens das mulheres, e é um fator preponderante na influência dos eleitores a favor das candidaturas masculinas em detrimento das candidaturas femininas (CARVALHO & FINAMORE, 2006, p. 355).

É importante considerar também os estudos elaborados por Lithgow (2000)[1]. A autora observa outra característica frequentemente relacionada a candidatas mulheres: o vínculo a grupos familiares e a lideranças masculinas. O que se observa, nesses casos, é que a imprensa, por meio dos enquadramentos, sustenta os estereótipos, disseminando a ideia de que as mulheres não desenvolvem liderança, mas continuam obras de pais, irmãos e maridos.

PERCURSO PARA ANÁLISES: A CONTEXTUALIZAÇÃO DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NOS ESTADOS UNIDOS E NA FRANÇA

ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DOS ESTADOS UNIDOS EM 2016

Realizada em 8 de novembro de 2016, a eleição presidencial nos Estados Unidos teve como candidatos a democrata Hillary Clinton e o republicano Donald Trump. O então presidente Barack Obama, do Partido Democrata, era inelegível, já que estava ao fim do segundo mandato.

Hillary Clinton recebeu, em 7 de junho de 2016, a confirmação de que seria a representante do Partido Democrata a disputar a presidência. O número mínimo de delegados[2] garantiu a escolha de Hillary e, em 26 de julho de 2016, o partido confirmou a indicação durante a Convenção Democrata. O fato, já marcado pela história, correspondeu à primeira vez que uma mulher foi candidata à presidência representando um grande partido. A primeira tentativa foi em 2009, quando o escolhido pelo partido foi Barack Obama.

1 - LITHGOW, Lynette. **A Question of Relativity: The Role of the News Media in Shaping the View of Women in Asian Political Dynasties**. 2000. Disponível em: <www.ksg.harvard.edu/presspol/Research_Publications/Papers/ Working_Papers/2000_13.PDF>. Acesso em: 23 out. 2017.

2 - Os delegados das eleições correspondem aos membros do partido presentes na Convenção Nacional – encontro no qual os delegados escolhem os candidatos a presidente e vice-presidente –, que votam a partir do que foi decidido pelos eleitores de cada estado. A decisão do representante do partido nas eleições passa por eleições prévias em todos os estados, contando com a participação popular.

Hillary Clinton é advogada, foi senadora em 2000 e 2006 eleita por Nova York, e secretária de Estado durante o governo Obama. Enquanto secretária de Estado, defendeu a intervenção militar na Líbia e trabalhou na organização do isolamento diplomático e no regime de sanções internacionais contra o Irã. Casada com o ex-presidente dos Estados Unidos Bill Clinton, enquanto primeira-dama, defendeu pautas relacionadas à igualdade de gênero e à reforma da saúde.

Entre as pautas prioritárias defendidas por Hillary para a presidência, estavam o reforço militar do país, o enfrentamento aos agressores e aos grupos terroristas, o fortalecimento de alianças, a equiparação de salários de homens e mulheres e a garantia de licenças médicas remuneradas. O projeto de Hillary previa também acesso de mulheres à saúde reprodutiva, incluindo métodos de contracepção e abortos seguros e legalizados.

Já Donald Trump garantiu o número mínimo de delegados para ser o representante do Partido Republicano na disputa presidencial em 26 de maio de 2016. Até então sem experiência na política, Trump é um empresário bilionário formado em economia pela Universidade da Pensilvânia e proprietário da empresa *The Trump Organization* e de cassinos em Las Vegas.

Em discurso sobre a política externa dos Estados Unidos, Trump deixou claro ser contra a globalização e enfatizou que a prioridade era o país, mesmo que os interesses de nações aliadas fossem comprometidos. Durante a candidatura, afirmou que ampliaria o poder militar dos EUA, penalizaria empresas que quisessem deixar o país e aumentaria os impostos para as empresas que não empregassem americanos. Afirmou que deportaria todos os imigrantes ilegais que estivessem nos EUA e defendia que o país não deveria receber refugiados da Síria, do Iraque nem de outros países com maioria muçulmana. Além das defesas radicais e polêmicas durante a campanha, a história de Donald Trump é marcada por denúncias de assédio sexual.

Durante o período eleitoral, pesquisas indicavam inicialmente a vitória da candidata democrata Hillary Clinton. No entanto, após o fechamento das urnas, o candidato republicano começou a apresentar bons resultados em estados decisivos, especialmente na Flórida, em Ohio e na Carolina do Norte.

Donald Trump, aos 70 anos de idade, foi o vencedor da eleição, tornando-se o homem mais velho a assumir o cargo como presidente dos Estados Unidos. Trump também se tornou o quinto presidente eleito sem vencer pelo voto popular geral, apenas pelo colégio eleitoral[3].

ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DA FRANÇA EM 2017

Realizada em 23 de abril e em 7 de maio de 2017, a décima primeira eleição presidencial da Quinta República Francesa teve como candidatos Emmanuel Macron, do Partido Em Marcha!, e Marine Le Pen, do Partido Frente Nacional. É importante lembrar que a França, antes do período eleitoral, enfrentou momentos turbulentos na política, na economia e na segurança.

A população francesa, até então, tinha sido alvo de diversos atentados terroristas, a maioria

3 - O mesmo aconteceu com John Quincy Adams em 1824, Rutherford B. Hayes em 1876, Benjamin Harrison em 1888 e George W. Bush em 2000.

liderado pelo grupo extremista Estado Islâmico (*ISIS*). Em janeiro de 2015, aconteceu o ataque à redação do semanário satírico *Charlie Hebdo*. Em novembro do mesmo ano, houve um ataque em Paris, resultando na morte de mais de 100 pessoas e numerosos feridos em vários ataques coordenados na cidade contra o *Stade de France*, a casa de shows *Bataclan* e restaurantes. Outro atentado aconteceu também na cidade de Nice, em julho de 2016.

No ano de 2016, França também passou por uma onda de protestos e manifestações contra a reforma trabalhista elaborada pelo governo do então presidente François Hollande. Durante o mesmo período, a taxa de desemprego cresceu. O socialista François Hollande se tornou um dos presidentes mais impopulares da França[4], não concorrendo, assim, a um possível segundo mandato nas eleições em 2017.

Pela primeira vez em quase 60 anos, os dois grandes partidos tradicionais da esquerda e da direita que prevalecem na política francesa, o Socialista e o Republicano, não obtiveram votos o suficiente para disputar o segundo turno. Sendo assim, a eleição foi disputada entre o banqueiro Emmanuel Macron, que criou o próprio partido social-liberal Em Marcha!, e a presidente do partido de extrema-direita Frente Nacional, Marine Le Pen.

O candidato mais jovem e ex-ministro da economia, Macron, defendia o combate ao terrorismo. Apesar de propor maior controle nas fronteiras, defendia a necessidade de engajamento com a União Europeia e de acolher os refugiados. Enfatizou a necessidade de reduzir o imposto sobre as empresas para torná-las mais competitivas, reduzir as despesas públicas e alterar a taxação sobre grandes fortunas.

Marine Le Pen, por sua vez, sucedeu o pai Jean-Marie Le Pen[5] em 2011 como líder do partido Frente Nacional. Quando esteve na eleição de 2012, ela ficou em terceiro lugar com 17,90% dos votos no primeiro turno. Já nas eleições em 2017, tornou-se a primeira mulher a chegar ao segundo turno.

O programa de governo de Le Pen priorizava interesses nacionais da França, principalmente a saída do país da zona do euro. Na economia, propunha protecionismo às empresas francesas e a criação de impostos nas contratações de estrangeiros. Defendia a redução da imigração legal. Afirmava também que deveria ser retirada a nacionalidade francesa de pessoas com dupla nacionalidade investigadas por ligações com o islamismo radical.

Emmanuel Macron venceu as eleições com 66,10% dos votos, tornando-se o presidente mais jovem da França, aos 39 anos. Também contou com o apoio do seu antecessor François Hollande e de outros líderes europeus, como a chanceller alemã Angela Merkel.

OS ENQUADRAMENTOS LOCALIZADOS NA MÍDIA BRASILEIRA DE HILLARY CLINTON E MARINE LE PEN

A partir das reflexões teóricas propostas, das observações a respeito do cenário das eleições dos Estados Unidos e da França e das dezesseis matérias selecionadas para integrar o *corpus*, propomos a

4 - Informação de acordo com pesquisa do Centro de Estudos Políticos Cevipof, publicada pelo jornal francês *Le Monde*.
5 - Foi cinco vezes candidato à presidência da França e, em 2002, passou para o segundo turno das eleições presidenciais, tendo perdido nas urnas para Jacques Chirac.

análise dos enquadramentos identificados por meio de três eixos detalhados abaixo.

PRIMEIRA MULHER PRESIDENTE

Durante a cobertura da eleição presidencial nos Estados Unidos, a mídia brasileira construiu a imagem da candidata democrata Hillary Clinton principalmente ao redor da ênfase ao gênero, que recebeu diferentes formas de enquadramento.

Um desses enquadramentos foi o destaque ao fato de que Hillary viria a ser a "primeira presidente mulher dos Estados Unidos". A informação foi amplamente abordada nos portais analisados. O *G1*, logo no início da matéria, lança mão da informação, ao resgatar os cargos públicos ocupados por Hillary Clinton.

> Após oito anos como primeira-dama (1993 a 2001), a democrata Hillary Clinton **pode voltar à Casa Branca como primeira mulher presidente dos EUA**. Ela já foi senadora pelo estado de Nova York (2001 a 2009) e secretária de Estado do governo Barack Obama (2009 a 2013) [...] Será que **a candidata à primeira mulher presidente dos Estados Unidos** realizou seu sonho? (G1, 2016, grifo nosso).

No *El País Brasil*, a informação foi mobilizada na sequência da caracterização de Donald Trump, confirmando a comparação, quando o jornalista Marc Bassets se propõe a caracterizar a "profunda polarização norte-americana e os contrastes entre os candidatos que disputarão a eleição dos EUA [...]" (BASSETS, 2016).

> Trump é um astro dos reality *shows*, dominando como poucos o meio televisivo. **Clinton, que pode ser a primeira mulher a governar o país,** é a aspirante mais bem preparada das últimas décadas. Mas, a julgar pelos precedentes, debates raramente decidem as eleições (BASSETS, 2016; grifo nosso).

Em outra reportagem do *El País Brasil*, utiliza-se o enquadramento de gênero para abordar o machismo ainda presente nos Estados Unidos, como o fato de as mulheres receberem salários menores do que os homens. No próprio título da matéria, "Após 96 anos de voto feminino, Hillary Clinton pode se tornar presidenta dos EUA" (AYUSO, 2016), já é perceptível a atenção dada à discussão da igualdade de gênero na política. A escolha da expressão "presidenta" para se referir à Hillary reforça tal enquadramento. O bigode da matéria, que foi escrita pela jornalista Silvia Ayuso, endossa a discussão a respeito do machismo. "As norte-americanas que romperam outros tetos de vidro e enfrentaram o machismo do ambiente profissional na juventude acompanham com emoção a saga de Hillary Clinton" (AYUSO, 2016). No primeiro parágrafo da matéria, a ênfase dada diz respeito à conquista do voto feminino no país.

> Geneva America Joyner Thomas nasceu em 21 de maio de 1920, dois meses e 28 dias antes da ratificação da 19ª emenda constitucional, que possibilitou o sufrágio feminino nos Estados Unidos. Nesta terça-feira, 96 anos, cinco meses e 18 dias mais tarde, seu filho Frederick Thomas a recolherá no asilo de idosos onde reside e a levará até uma seção eleitoral do seu condado no Estado da Virgínia, onde emitirá seu voto uma vez mais. **Mas, pela primeira vez em sua longa vida, terá a chance de escolher uma mulher para a presidência.** [...] **Com Clinton, as futuras leis teriam, pela primeira vez, a assinatura de uma mulher**. (AYUSO, 2016, grifo nosso).

A candidata Marine Le Pen também poderia se tornar a primeira mulher presidente da França. No entanto, esse enquadramento não foi o foco da cobertura midiática dos portais analisados – apenas em duas reportagens o fato é mencionado, mas não enfatizado como ocorreu com as reportagens sobre a candidata Hillary Clinton.

"Qualquer um dos dois candidatos fará história: Macron como o presidente mais jovem da França (aos 39 anos) e Le Pen como a primeira mulher chefe de Estado no país" (VEJA, 2017). Nesse trecho, observamos que a identificação da Le Pen como "primeira mulher presidente da França" apenas surge para fazer comparação com seu oponente, identificado como o "presidente mais jovem da França". Em outras matérias, como as dos portais *El País Brasil* e *G1*, o mesmo enquadramento é mobilizado a respeito de Emmanuel Macron, mas não é mencionada a liderança feminina de Marine Le Pen.

A abordagem do gênero, no *El País Brasil*, é mencionada pela própria candidata. Trata-se da matéria que relatava o debate político entre os dois candidatos ao cargo da presidência. "[...] em dado momento, Macron alfinetou: 'seu projeto é mortal' na sua proposta de deixar a Europa e o euro. A que Le Pen respondeu: '**a França será governada por uma mulher. Seja eu ou Madame Merkel**'" (BASSETS, 2017, grifo nosso). A matéria segue explicando o andamento do debate, sem retornar à questão de gênero.

Mesmo nas reportagens que traçam especificamente o perfil e o histórico de cada candidato, a questão de gênero não faz parte dos enquadramentos de Marine Le Pen. O que é possível observar é que os enquadramentos a respeito das ideias consideradas ultraconservadoras e ultranacionalistas são predominantes. Para identificar Le Pen nos textos, foram utilizados os termos "candidata de extrema-direita", "a ultraconservadora" e "a líder ultradireitista". Já para Hillary, pouco foi utilizado o termo "candidata democrata", mas sim expressões que se referiam ao seu longo histórico na política, tais como "ex-primeira-dama", "ex-senadora" e "ex-secretária de Estado".

À SOMBRA DO MASCULINO

Como observamos nas reflexões teóricas, a mídia sustenta o estereótipo das mulheres não como lideranças políticas, mas como continuadoras do projeto político de homens.

O fato de Marine Le Pen chegar ao segundo turno das eleições presidenciais francesas é

comparado ao mesmo feito de seu pai, Jean-Marie Le Pen. A publicação do *G1* estabelece esse vínculo: "'Superamos a primeira etapa', disse a candidata da extrema-direita, que repete 15 anos depois da façanha do pai" (G1, 2017).

Ao invés de enquadrar a imagem da Le Pen como a primeira mulher a chegar ao segundo turno das eleições presidenciais da França – o que não ocorre em nenhum dos portais analisados –, enfatiza-se a conquista como uma espécie de legado de família, mais precisamente da figura masculina. Os trechos abaixo, extraídos das notícias dos portais *El País Brasil, Folha de S. Paulo, G1* e *Veja,* respectivamente, mostram esse enquadramento.

> O FN, o partido fundado por seu pai, Jean-Marie Le Pen, e que ela herdou, viveu durante décadas estigmatizado na vida pública francesa. É preciso ver se os esforços para acabar com essa pecha desde que ela assumiu o comando e rompeu com seu pai deram resultado (BASSETS, 2017).
>
> Le Pen tampouco está totalmente fora do sistema. Ela é membro do Parlamento Europeu e representa a Frente Nacional – que herdou de seu pai, Jean-Marie Le Pen. A família está há décadas na política, apesar de nunca ter chegado até a Presidência (BERCITO, 2017).
>
> Marine é mais estigmatizada. O pai dela, Jean-Marie, fundador do partido dela, já disse que a "exterminação de judeus na Segunda Guerra foi um detalhe" e que "o ebola resolveria o problema da imigração africana" [...]. Muitos franceses têm repulsa ao sobrenome Le Pen (G1, 2017).
>
> Le Pen segue, assim, os passos de seu pai, que conseguiu chegar ao segundo turno das eleições presidenciais de 2002. Mas, ao contrário de Jean-Marie Le Pen, fundador da Frente Nacional (FN), Marine o fará com um eleitorado mais consolidado e amplo. [...] A candidata se move como uma equilibrista entre as propostas radicais herdadas de seu pai e o rosto mais aceitável da extrema-direita para conquistar o Palácio do Eliseu (VEJA, 2017).

A *Veja* ressalta, ainda, a importância do marido de Le Pen e de Florien Philippot, outro aliado na campanha eleitoral. O trecho sugere como Marine Le Pen depende do apoio de duas figuras masculinas para garantir a legitimidade na campanha e dentro do próprio partido.

> Assim, sua legitimidade já não podia mais ser contestada dentro do partido, e Marine se lançou à conquista de novos horizontes, acompanhada de uma nova guarda mais jovem e moderna, na qual se destacam seu marido, Louis Aliot, e seu braço direito, Florien Philippot (VEJA, 2017).

Em relação às eleições presidenciais americanas, Hillary Clinton também recebe enquadramento relacionado ao marido, o ex-presidente Bill Clinton. O fato de referenciá-la como "ex-primeira-dama" já reforça esse vínculo. Entretanto, a referência ao ex-presidente Bill Clinton não ocorre em todas as notícias analisadas.

Apesar de os portais brasileiros se lembrarem do passado como primeira-dama, enfatizam também as iniciativas da candidata ao longo da trajetória de vida. Dos portais analisados, o *G1*, em

matéria especial a respeito do histórico da candidata, ressalta a questão de gênero.

> O vestido que ela usou no dia da cerimônia foi comprado um dia antes, numa loja de departamento. Custou US$ 53. E ela só comprou porque foi obrigada pela mãe. Isso tudo mostra que, para aquela época, ela era uma mulher diferente das outras. Rejeitando a tradição, ela manteve o nome de solteira, enquanto Bill dava os primeiros passos na política (G1, 2016).

É possível interpretar o enquadramento direcionado à Hillary de uma mulher independente que rompeu com as tradições e estereótipos que eram submetidos às mulheres de sua geração.

Os portais *G1* e *Veja* utilizaram o mesmo fragmento de um discurso de Hillary feito no passado, no qual afirma: "acho que eu poderia ter ficado em casa fazendo biscoitos e organizando chás, mas decidi me dedicar à minha profissão que já seguia antes mesmo de meu marido iniciar a vida pública". Com a reprodução do trecho, é transmitido um enquadramento de coragem e determinação por parte da candidata, que superou o machismo da sociedade, os problemas do passado e enfrentou a eleição.

A CONSTRUÇÃO DA COMPETÊNCIA POLÍTICA

Por meio da seleção e ênfase de determinadas informações, a mídia brasileira apontou qual candidato era mais adequado para se tornar presidente. Nas eleições presidenciais dos Estados Unidos, os portais analisados apontavam a Hillary Clinton como a candidata ideal ao cargo. Donald Trump foi caracterizado como despreparado por conta dos discursos considerados polêmicos, xenófobos e extremamente conservadores. É o que a matéria publicada pelo *G1* demonstra.

> O tema geral dos discursos era, basicamente, o de que Hillary é a candidata mais preparada, mais experiente no trato dos grandes temas nacionais e internacionais, e que vai cuidar do bem-estar social, da saúde, da educação [...]. O comício de Trump tem diferenças muito claras em relação ao da Hillary. No dele, os discursos eram só de políticos. Não tinha artista. O tema que mais se repetiu era o de reafirmação dos Estados Unidos como uma potência militar que precisa ser respeitada e do uso dessa força militar. É um discurso agressivo: "vamos esmagar esse terror dos radicais islâmicos como se deve", "vamos construir o muro na fronteira com o México", "vamos recuperar os empregos que os chineses nos tiraram nos últimos anos". E palavras de ordem e cartazes contra Hillary: "Lockherup" (prendam-na), "Ela mente, os e-mails não", "Impeachment para o Obama" e "Vamos fazer a América ser grande de novo" (G1, 2016).

O portal de notícias da *Rede Globo* emite diretamente que Hillary é mais apta à presidência do que Donald Trump que, apesar de ser representado por um discurso extremamente patriótico, também pode ser interpretado como xenofobia – o que fica ainda mais evidente nos trechos em seguida das

matérias do *G1* e do *El País Brasil*, respectivamente.

> Donald Trump conquistou milhões de eleitores investindo na imagem de um candidato que diz tudo o que pensa, que é autêntico, que é sincero. Mas para outros milhões de eleitores, isso é assustador, porque o discurso dele é de xenofobia, de racismo, de intolerância. Algumas declarações dele nessa campanha espantaram o mundo. Trump chamou os mexicanos de traficantes, criminosos, estupradores. E, do jeito dele, fez uma ressalva para aliviar. Disse que "alguns são boas pessoas" (G1, 2016).
>
> E, entre os principais Governos aliados dos EUA, há perplexidade com a ideia de que o sucessor de Barack Obama na Casa Branca possa ser Trump. Trata-se de um magnata imobiliário e estrela dos realities televisivos que construiu sua carreira política à base de comentários xenófobos, insultos a torto e a direito e falsidades sistemáticas, junto com ameaças e promessas que significariam uma guinada na política internacional de Washington (três exemplos: defende a tortura, renega a OTAN na sua forma atual e proclama sua afinidade com a Rússia de Vladimir Putin) (BASSETS, 2016).

Em relação à Hillary, foram mobilizados, na *Folha de S. Paulo*, enquadramentos vinculados ao acolhimento da diversidade. "No pleito de 2016, as chances de Trump vencer são maiores caso seja fraco o comparecimento às urnas em Estados-pêndulo de negros, mulheres e latinos, eleitorado mais afeito a Hillary." (FOLHA, 2016). O mesmo enquadramento pode ser observado no *G1*. "Hillary já foi uma das advogadas mais influentes dos EUA e tem histórico de defesa dos direitos das mulheres e crianças. Ela é filha de uma mãe com tendências de esquerda e de um pai ultraconservador." (G1, 2016).

Assim como nos Estados Unidos, as eleições francesas foram marcadas por um forte antagonismo entre os dois candidatos. O posicionamento extremista de Marine Le Pen pesou nos enquadramentos dados pelas matérias. Na *Folha de São Paulo*, por exemplo, enfatiza-se a postura xenófoba da candidata contrária à migração e ao islã e reforça que "partidos à esquerda e à direita se uniram em torno da candidatura do centrista Emmanuel Macron para impedir a direitista Marine Le Pen chegar à presidência" (BERCITO, 2017). A matéria do *G1* deu destaque ao apoio do ex-presidente Fraçois Hollande para Emmanuel Macron e destacou a opinião do político, que afirmou que a extrema-direita de Marine Le Pen representava um risco para o país.

Em contrapartida, Emmanuel Macron foi interpretado como o candidato ideal para a França, especialmente por ser um novo rosto na política, por agradar a direita e a esquerda e por defender a permanência da França na União Europeia.

> Macron, que trabalhou no banco de investimentos Rotschild e foi ministro da Economia de Hollande, é um recém-chegado à cena política, um desconhecido do grande público até dois anos atrás que saltou todas as etapas exigidas de um aspirante presidencial. Sua vitória faria dele o presidente mais jovem da Quinta República. Ele representaria uma renovação geracional, um novo estilo. A vitória de um ex-banqueiro europeísta, favorável à globalização, liberal e apoiado pelo establishment de seu país obrigaria a revisar o "relato" sobre a

onda populista nas sociedades ocidentais. (BASSETS, 2017)

Assim, **é possível** observar um enquadramento em que os meios de comunicação determinavam qual candidato seria o mais preparado para o cargo de Presidente em ambas as eleições. Os candidatos que apresentavam propostas voltadas aos ideais ultranacionalistas, Marine Le Pen e Donald Trump, podem ser analisados como os menos preparados, enquanto Emmanuel Macron, considerado um rosto novo na política francesa, e Hillary Clinton, sob o enquadramento da "primeira mulher Presidente dos EUA", foram determinados como os candidatos ideais ao cargo da presidência em seus respectivos países.

CONSIDERAÇÕES

Observamos que o posicionamento político de Marine Le Pen, considerado radical e polêmico, predominou nos enquadramentos acerca de sua representação midiática, enquanto o gênero e as funções políticas foram enfatizados na representação de Hillary Clinton.

É perceptível também como Le Pen foi enquadrada a partir da sombra do pai, enquanto Hillary foi representada pelas ações fortemente ativas durante o período como primeira-dama. Nada é mencionado a respeito de Le Pen sobre rompimento de tradições e estereótipos na vida pública e pessoal. As ideias conservadoras e ultranacionalistas são enfatizadas. Sugere-se que Marine Le Pen não seria apropriada para a presidência na França devido ao radicalismo. O enquadramento dado pela **mídia brasileira foi semelhante ao** que foi dado a Donald Trump, o que pode ser explicado pela semelhança de ideologias políticas.

Analisadas essas questões, é interessante lembrar que Charaudeau (2016) menciona que o carisma possui um papel importante na criação de uma imagem, de um *ethos* que garanta à figura pública autoridade, legitimidade e credibilidade. Os candidatos que adotaram discursos considerados mais radicais, ultrapatrióticos e conservadores foram enquadrados como candidatos não competentes à presidência de seus respectivos países.

REFERÊNCIAS

AYUSO, Silvia. **Após 96 anos de voto feminino, Hillary Clinton pode se tornar presidenta dos EUA**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/07/internacional/1478544218_699132.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

BALLOUSSIER, Anna Virginia. **Hillary Clinton e Donald Trump enfrentam recordes de rejeição**. Disponível em: <http://m.folha.uol.com.br/mundo/2016/05/1768361-hillary-clinton-e-donald-trump-enfrentam-recordes-de-rejeicao.shtml>. Acesso em: 27 out. 2017.

BASSETS, Marc. **Clinton x Trump: as apostas para o primeiro debate na TV entre os candidatos**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/09/26/internacional/1474874445_385265.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Le Pen a Macron: "A França sera governada por uma mulher. Eu ou Merkel"**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/03/internacional/1493846300_444141.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Marine Le Pen e Emmanuel Macron disputarão a presidência da França e o destino da Europa**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/23/internacional/1492971204_654849.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

BERCITO, Diogo. **Macron e Le Pen vão ao 2º turno e França mostra resultado preliminar**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/04/1877896-macron-e-le-pen-vao-ao-2-turno-na-franca-mostra-resultado-preliminar.shtml>.Acesso em: 27 out. 2017.

_____. **Rivais históricos na França se unem contra Marine Le Pen no 2º turno**. Disponível em: <http://folha.uol.com.br/mundo/2017/04/1877965-rivais-historicos-na-franca-se-unem-contra-marine-le-pen-no-2-turno.shtml>. Acesso em: 27 out. 2017.

BIROLI, Flávia. Mulheres e política nas notícias: estereótipos de gênero e competência política. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 90, p. 45-69, 2010. Disponível em:<https://rccs.revues.org/1765>. Acesso em: 10 set. 2017.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0206-1.pdf>. Acesso em: 23 out. 2017.

CARVALHO, João Eduardo Coin de; FINAMORE, Claudia Maria. Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v.14, n. 2, maio/set, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L. & MELLO, R. (orgs) **Gêneros**: Reflexões em Análise do Discurso. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004.

_____. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. Trad.

Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2016.

ENTMAN, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigma. **Journal of Communication**, New York, v.43, n.4, 1993. p.51-58.

FOLHA DE S. PAULO. **Hillary perde vantagem sobre Trump em estados decisivos, diz pesquisa**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/11/1829307-hillary-perde-vantagem-sobre-trump-em-estados-decisivos-diz-pesquisa.shtml>. Aceso em: 27 out. 2017.

GITLIN, T. **The whole world is watching**: mass media and the making and unmaking of the new left. Berkeley: University of California, 1980.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis**. Nova York: Harper & Row, 1974.

G1. **Força de um candidato é a fraqueza do outro no duelo de propostas nos EUA**. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2016/11/forca-de-um-candidato-e-fraqueza-do-outro-no-duelo-de-propostas-nos-eua.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

G1. **Hillary Clinton: conheça sua trajetória e suas propostas**. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/hillary-clinton-conheca-sua-trajetoria-e-suas-propostas.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

G1. **Macron derrotaria Le Pen por 61% dos votos, diz pesquisa sobre Segundo turno na França**. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-na-franca/2017/noticia/macron-derrotaria-le-pen-por-61-dos-votos-diz-pesquisa-sobre-segundo-turno-na-franca.ghtml>. Acesso em: 27 out. 2017.

G1. **Vencedores do primeiro turno na França já estão em campanha**. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/04/vencedores-do-primeiro-turno-na-franca-ja-estao-em-campanha.html>. Acesso em: 27 out. 2017.

LANDLER, Mark. **A trajetória de Hillary Clinton**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/tveja/em-pauta/nyt-a-trajetoria-de-hillary-clinton/>. Acesso em: 27 out. 2017.

MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e manipulação política no Brasil: a Rede Globo e as eleições presidenciais de 1989 a 1998. **Revista Comunicação & Política**, v. 6, n. 1, p. 119-138, 1999.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: ALBINO, Antonio; RUBIM, CANELAS, A (Orgs.). **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. São Paulo: Unesp, 2002.

TRAQUINA, Nelson. A cultura noticiosa. In: TRAQUINA, Nelson. **O que é jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

VEJA. **Hillary e Trump partem para o capítulo final da campanha**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/mundo/hillary-e-trump-partem-para-capitulo-final-da-campanha/>. Acesso em: 27 out. 2017.

VEJA. **Marine Le Pen, o rosto da extrema-direita francesa**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/mundo/marine-le-pen-o-rosto-da-extrema-direita-francesa/>. Acesso em: 27 out. 2017.

VEJA. **Eleições na França: Macron é favorito sobre Le Pen no 2º turno**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/mundo/eleicoes-na-franca-macron-e-favorito-sobre-le-pen-no-2o-turno/>. Acesso em: 27 out. 2017.

EXPERIÊNCIAS DE SOROPOSITIVIDADE NAS MÍDIAS:

Capas da Veja e Galileu na conformação do que é viver com HIV/Aids

José Henrique Pires Azevêdo
(Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais; jhpazevedo@gmail.com)

RESUMO

A partir da análise de duas capas de revistas, Veja, em 1989, e Galileu, em 2017, nosso objetivo é discutir como a temática do HIV emerge e como é significada a experiência da soropositividade. Nos 28 anos que separam as publicações, muitas mudanças aconteceram tanto no âmbito médico quanto político-social em relação ao vírus e a doença. Dessa forma, como essas capas sinalizam para essas mudanças, apresentando tanto regularidades quanto descontinuidades? Para responder nossas indagações, as capas serão analisadas a partir dos operadores propostos por Gonzalo Abril (2007; 2012) para os textos verbovisuais: visualidade, mirada e imagem. A análise nos mostrou uma passagem semântica, cultural e política dos significados da Aids para o HIV. Por fim, destacamos a urgência de resgatar a memória em torno do HIV não para endossar um discurso moralista sobre sexualidade, mas como forma de identificar os processos de vulnerabilização em torno do vírus e evitar um retorno a pedagogia do pânico e do medo.

PALAVRAS-CHAVE

Capas de revistas; HIV/Aids; Texto verbovisual; Sexualidade; Homossexualidades

ABSTRACT

From the review of two magazine covers, Veja in 1989 and Galileu in 2017, our goal is to discuss how the issue of HIV emerges and what the experience of HIV status means. In the 28 years that separate the publications, many changes have taken place both in the medical and politico-social aspects of the virus and the disease. So, how do these covers signal these changes, presenting both regularities and discontinuities? In order to answer our questions, the covers will be analyzed from the operators proposed by Gonzalo Abril (2012) for the verbovisual texts: visuality, gaze and image. The analysis showed us a semantic, cultural and political passage from the meanings of AIDS to HIV. Finally, we emphasize the urgency of rescuing memory about HIV not to endorse a moralistic discourse about sexuality, but as a way of identifying the processes of vulnerabilization around the virus and opposing any return to the pedagogy of panic and fear.

KEYWORDS
Magazine covers; HIV/Aids; Verbovisual text; Sexuality; Homosexuality.

INTRODUÇÃO

28 anos separam duas capas de revista. A primeira delas foi publicada em abril de 1989 pela *Veja*. A parte superior do corpo de Cazuza é exibida com os seguintes dizeres: "*Cazuza: uma vítima da Aids agoniza em praça pública*". A segunda capa é de agosto de 2017, veiculada pela revista *Galileu*. Na capa, o *youtuber* Gabriel Estrela aparece abotoando um casaco vermelho e se pode ler como chamada principal: "*Eu vivo com HIV*". Logo abaixo, a frase em letras menores: "*E o preconceito é a pior parte*". Embora as capas tenham sido elaboradas por revistas com propostas editoriais diferentes, ambas podem trazer pistas sobre a relação histórica do HIV (Vírus da Imunodeficiência Humana), da Aids (Síndrome da Imunodeficiência Adquirida) e da homofobia, bem como a pulverização dessas questões no tecido social.

Desde que apareceram os primeiros casos de infecção com o HIV, no início da década de 1980, uma enxurrada de informações tomou conta do cenário midiático. A disputa pelos sentidos em torno do HIV e da Aids fez do fenômeno muito mais que uma questão médica e biológica, tornando-se uma problemática social e política (CARVALHO, 2009). Um equívoco médico e científico motivado pela divulgação de resultados e informações parciais e superficiais foi suficiente para criar um amálgama entre o vírus e seus "preferidos": prostitutas, imigrantes haitianos, usuários de drogas endovenosas, hemofílicos e pessoas LGBT, especialmente homens gays.

Passados mais de 35 anos desde o início da epidemia, muita coisa mudou, como o aperfeiçoamento dos coquetéis antirretrovirais para tratamento, as campanhas de testagem, a ampla distribuição de preservativos e etc. Embora a qualidade de vida já seja possível para pessoas soropositivas e a politização do vírus tenha sido essencial para evitar uma medicalização excessiva, a permanência do poder simbólico e discursivo em torno do HIV e da Aids é atual (KOTTOW, 2010).

Do tom alarmista de 1980 à incorporação na cobertura rotineira sobre HIV e sobre a Aids na década de 1990 e nos anos 2000 até a capa da *Galileu* em 2017, o que podemos vislumbrar de transformações e continuidades na abordagem do tema pelas mídias? Nessa direção, o objetivo desse artigo é discutir o que essas capas dizem sobre o que é viver com HIV em determinado tempo-espaço e como conformam uma imagem sobre a experiência da soropositividade.

Mas, antes de avançar, gostaríamos de esclarecer porque voltamos nossa atenção para uma capa de 1989. Destacamos que é fundamental resgatar o passado em tempos de limitações das liberdades individuais e conservadorismo que se manifestam, por exemplo, em uma retórica que pretende justificar o aumento na taxa de infecção pelo HIV de jovens homossexuais por argumentos moralistas e equivocados. "É falta de memória" ou "é culpa dos aplicativos de *pegação*"[1]. Contudo, que memória é essa que se quer resgatar? Há que serve essa memória? Tomamos essa inquietação como ponto de partida para esse trabalho.

1 - Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2017/08/15/o-que-explica-a-disparada-de-infeccoes-por-hiv-entre-jovens-brasileiros.htm>. Acesso em 27 de outubro de 2017.

Para operacionalizar teórica-metodologicamente nossa investigação, analisamos as duas capas como textos verbovisuais, assim como proposto por Gonzalo Abril (2007). Segundo o autor, os textos podem ser interpretados a partir de três dimensões que se interconectam na produção de significação: a mirada, a visualidade e a imagem. A partir dessa chave analítica, vislumbram-se os sentidos, as invisibilidades, os interditos, as crenças e os posicionamentos políticos que emergem nas capas das revistas.

BREVE HISTÓRICO DO HIV E DA AIDS

Junto ao surgimento dos primeiros casos públicos e confirmados de HIV e Aids em 1980 nos Estados Unidos, emergiram, também, uma série de controvérsias relacionadas à nova patologia. O cenário inicial da epidemia foi marcado pela imprecisão e pânico gerados pela falta de conhecimento médico-científico diante de uma nova doença que tinha como característica uma agilidade própria: não só se espalhava exponencialmente entre as pessoas como levava suas vítimas a óbito com rapidez.

Em um período em que as ciências, especificamente no campo da saúde, alcançavam certo prestígio e confiabilidade, uma vez que as grandes epidemias já eram consideradas superadas nos países desenvolvidos e que a cura do câncer já vinha sendo anunciada como próxima, a Aids aparece questionando essa realidade (CAMARGO JR., 1994). As constatações iniciais de profissionais e organizações da saúde foram possíveis através de generalizações feitas a partir da recorrência de sintomas em pacientes, como o emagrecimento acentuado e o aparecimento de outras doenças, como o Sarcoma de Kaposi e a pneumonia. Contudo, não se sabia para além de hipóteses que doença era aquela, como era transmitida, qual o agente etiológico e como tratá-la.

Dos equívocos da medicina clínica e epidemiológica, desenharam-se os denominados grupos de risco: homens gays, prostitutas, imigrantes haitianos, usuários de drogas endovenosas e hemofílicos. Em 1981, por exemplo, o Centro de Controle de Doenças Americano (CDC) nomeou o novo fenômeno como GRID, *Gay Related Immune Deficiency* (Imunodeficiência relacionada a gays, em tradução livre). Das "vítimas preferidas", os hemofílicos eram os que menos receberam a condenação moral que vinha junto aos sintomas físicos.

A imprecisão e a incerteza desse momento inicial ganhou aderência junto à mídia, especificamente ao jornalismo, dando o tom das informações que circulavam (FAUSTO NETO, 1999). Desse modo, uma disputa de sentidos em torno do que era o HIV/Aids foi travada entre os atores sociais que integravam o cenário: movimentos sociais, profissionais da saúde, cientistas, organizações governamentais e as próprias mídias (CARVALHO, 2009; 2012). Afinal, o que era a nova doença e quais suas dimensões, não só médicas-científicas, como sociais e políticas?

Além dessa pergunta, outro questionamento anterior se faz pertinente. Por que a Aids reverberou com tamanha intensidade e o que guarda de diferente de outras patologias com altas taxas de letalidade que se espalharam pelo mundo como pragas e pestes? Uma das hipóteses, segundo Camargo Jr. (1994), é que a epidemia estava entrelaçada intimamente com a sexualidade, tabu em diferentes níveis na nossa

sociedade, e que, por isso, vinha sendo interpretada como castigo pelos discursos conservadores. Contudo, a especificidade estava além das questões amplas da sexualidade. Antes disso, o HIV e a Aids estavam ligados às sexualidades tidas como "desviantes", especialmente em relação aos homens gays (CAMARGO JR., 1994).

A patologização das homossexualidades está presente em diferentes momentos da história do Ocidente e o surgimento do HIV veio, mais uma vez, amalgamar as identidades gays à noção de risco e de perigo. Tal dimensão desencadeou dois movimentos correlatos. Por um lado, houve um recrudescimento da homofobia, que podia ser justificada e naturalizada com base em taxonomias e explicações científicas. Os homens gays que padeciam com a doença eram as vítimas que mereciam o sofrimento que estavam sujeitos. Era castigo de Deus (MISKOLCI; PELÚCIO, 2009). Por outro lado, a discriminação de pessoas que eram acometidas pela doença ou das outras que se situavam no espectro virtual de vítimas em potencial intensificou laços de solidariedade e luta contra o preconceito (CARVALHO, 2009; CAMARGO JR., 1994). Nesse sentido, as pessoas se organizaram em torno de instituições ou iniciativas não governamentais para lutarem por direitos e combater os preconceitos. Encontrar e reivindicar espaço nas mídias noticiosas era, inclusive, uma das frentes de atuação desses movimentos.

A pressão por parte dos movimentos sociais e os avanços das descobertas científicas foram tensionando, no decorrer do tempo, as crenças relativas ao HIV/Aids. A descoberta do agente etiológico causador da doença, o esclarecimento sobre formas de contágio e o desenvolvimento de medicamentos antirretrovirais para o tratamento ajudaram a desmistificar o pânico em torno da epidemia. Contudo, atualmente, organizações como a Unaids[2] ainda destacam que o estigma e preconceito são centrais no que impede não só a prevenção como a adesão ao tratamento por pessoas soropositivas. Variáveis como a situação socioeconômica, raça e a LGBTfobia são, por exemplo, vulnerabilizadores em relação HIV e dificultam os acompanhamentos terapêuticos.

SOBRE AS CAPAS DAS REVISTAS *VEJA* E *GALILEU*

Em 26 de Abril de 1989, a revista *Veja*, da Editora Abril, publicava uma das capas mais controversas da sua história. A manchete "*Cazuza - vítima da Aids agoniza em praça pública*" e a imagem em primeiro plano do artista preenchiam a capa da publicação, que também tinha, no canto superior esquerdo, uma pequena foto de Ulysses Guimarães. Essa era a edição 1.077 da revista, que já estava no seu 23º ano de publicações. O título principal era a chamada para a reportagem de Ângela Abreu e do editor Alessandro Porto. A foto de Cazuza foi feita por Sérgio Zallis.

2 - Disponível em: <http://unaids.org.br/2017/10/unaids-alerta-que-o-estigma-e-discriminacao-relacionadas-ao-hiv-estao-impedindo-o--acesso-servicos-de-hiv/>. Acesso em 19 de out. 2017.

Figura 1 - Capa da revista Veja, nº 1.077
Fonte: Acervo digital Editora Abril (1989)

Agenor de Miranda Araújo Neto, ou Cazuza, foi um cantor de pop rock brasileiro que alcançou o sucesso ainda jovem. Após integrar a banda Barão Vermelho, lançou-se na carreira solo. Cazuza emplacou hits como *Exagerado*, *Bete balanço* e outros, como *O tempo não para* e *Ideologia*, quando já tinha anunciado publicamente o HIV. Sua imagem era associada aos signos da rebeldia, da contestação e da agitação de uma vida pouco tradicional. O cantor foi uma das primeiras celebridades brasileiras a assumir a bissexualidade publicamente, tema que atravessa suas canções e marcava a constituição da sua imagem. O vírus foi identificado em seu organismo quando o cantor tinha por volta dos 27 anos, no auge da carreira. Cazuza faleceu em 1990, um ano após a publicação da Veja, tornando-se um dos símbolos da Aids no Brasil.

A repercussão da capa, que está no *ranking* de mais conhecidas e controversas da *Veja* e que reverbera até os dias de hoje, também foi intensa em abril de 1989. Movimentos sociais que acolhiam pessoas soropositivas e, também, os movimentos LGBT apontaram o ódio e o desrespeito estampados na capa da revista, não só direcionados ao próprio artista, como, em consequência, às demais pessoas soropositivas. Cazuza também revelou seu desapontamento e indignação com a publicação em entrevista à Folha de São Paulo[3].

Saltemos, agora, 28 anos. Em agosto de 2017, a revista *Galileu,* da Editora Globo, lançou sua

3 - Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/1989/04/26/>. Acesso em 27 de outubro de 2017.

capa com o *youtuber* Gabriel Estrela. "*Eu vivo com HIV e o preconceito é a pior parte*" era a manchete da revista. A capa ilustra a reportagem feita por Nathan Fernandes em parceria com Gabriel Estrela, em que são entrevistadas várias pessoas soropositivas. O texto chama atenção para os atravessamentos como de gênero e raça, que configuram de diferentes formas os modos de viver com HIV.

Figura 2 - Capa da revista Galileu, nº 313.
Fonte: Acervo digital revista Galileu (2017)

Gabriel Estrela, que figura na capa, é um jovem pernambucano que fez da sorologia positiva fonte de criação artística. Assumidamente gay, após receber o diagnóstico desenvolveu uma peça de teatro em que era abordada a temática do HIV. Posteriormente, começou a publicar vídeos em seu canal no *YouTube*, o Projeto Boa Sorte[4]. Em seus vídeos, Gabriel busca esclarecer questões que envolvem não só o tratamento do HIV como outros temas que tangenciam a sorologia, como as relações familiares, afetivo-sexuais, etc. O artista tornou-se referência na divulgação de informação como resposta ao HIV, participando sempre de congressos e palestras, como da Unaids e do Ministério da Saúde.

A revista *Galileu* circulou nas bancas e nos ambientes digitais, apostando, inclusive, em uma narrativa transmídia. Vídeos gravados especialmente para a reportagem foram disponibilizados no *site* da revista e traziam informações extras daquelas contidas na publicação física. A possibilidade de circulação

4 - Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCcg2yzyxjl1Lc8LMjo6y1Tg>. Acesso em 27 de outubro de 2017.

da capa e da reportagem no ambiente digital fez com que fosse possível "avaliar" a repercussão da revista entre os usuários/leitores. As controvérsias foram tantas que a própria publicação fez uma nova matéria para seu *site*, intitulada *"8 comentários que provam que nossa capa sobre HIV é importante"*[5]. O conteúdo da publicação é de comentários preconceituosos e/ou de pessoas com informações equivocadas que discordavam da capa e do conteúdo da reportagem. A reação dos usuários revelou o que já estava indicado na capa da publicação, "*o preconceito é a pior parte*", indicando para aquilo que não se transformou no que diz respeito aos sentidos e valores atribuídos ao HIV.

Cabe lembrar que as duas revistas pertencem a editoras diferentes, foram publicadas em momentos muito distintos e não têm a mesma proposta editorial. Enquanto a *Veja* é uma revista que se anuncia como jornalística e informativa, tomada como exemplar de um modelo político-editorial mais conservador, a *Galileu* é uma publicação voltada para a divulgação do conhecimento científico que se pretende mais plural. Contudo, longe de desconsiderar essas variáveis, gostaríamos de aproximar as duas capas compreendendo-as como exemplares de momentos específicos e sintomáticos de uma dada conjuntura social. Agora que as capas foram apresentadas, faremos uma breve incursão na abordagem sobre os textos verbovisuais de Gonzalo Abril a fim aplicá-la em nossa análise.

A TRAMA DOS TEXTOS VERBOVISUAIS

Apreendemos as capas das revistas que analisamos enquanto *textos verbovisuais*, alinhados com a proposição do espanhol Gonzalo Abril (2007; 2010; 2012). Na argumentação do autor, o texto:

> Há de designar qualquer unidade de comunicação, geralmente multisemiótica (ou muldimodal, segundo o vocábulo da moda), sustentada por uma prática discursiva e inserida em uma(s) rede(s) textual(ais), que pode integrar ou não elementos verbais, e que, portanto, não deve identificar-se restritivamente com eles (ABRIL, 2012, p. 16, tradução nossa).

A ampliação da noção de texto operada por Abril destaca a qualidade de interdependência dos textos, ou seja, sua composição em redes, ou tramas textuais, para utilizar outra expressão do autor. Ao resgatar a etimologia do termo texto e a relação com as expressões de textura e tecido, o autor ilumina o processo de produção de sentidos que ocorre simultaneamente em níveis intra e extratextuais. Em uma afirmação mais direta, o texto só faz sentido na relação com outros textos, e, por isso, a metáfora do arquipélago para ilustrar essa rede textual é mobilizada por Abril (2012; 2007). É da natureza do texto ser atravessado, complementado, integrado e fraturado por outros textos, que nunca vai ser uma unidade isolada e fechada em si mesma. Ainda de acordo com o autor:

> O texto não é só um tecido "interno" de qualidade e acontecimentos semióticos,

5 - Disponível em <http://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2017/08/8-comentarios-que-provam-que-nossa-capa-sobre-hiv-e-necessaria.html>. Acesso em 27 de outubro e 2017.

> mas também o momento parcial de um tecido mais amplo, espacial, temporal e culturalmente reconhecido, ou quando menos inferido: um texto visual, como o texto em geral, pressupõe a existência de "redes textuais", uma vez que não há texto que não interaja com outros (ABRIL, 2013, p. 46, tradução nossa).

Como fica evidente, a abordagem do autor está ancorada em uma sociossemiótica com inspiração em Peirce. É dessa influência que se desenham as três dimensões fenomenológicas dos textos verbovisuais, conforme aponta Abril, e que apreendemos como categorias analíticas para nossa reflexão: visualidade, mirada e imagem. Contudo, é importante destacar que, ainda que o autor faça essa separação triádica, não existem fronteiras fixas entre uma dimensão e outra. Antes disso, são fluxos dinâmicos e processuais. Uma dimensão funciona como mediação para as outras, bem como no processo de semiose. Conheçamos melhor as categorias:

Visualidade: diz do momento da percepção e do encontro estético e sensível com o objeto. O que é visto diante de um objeto? Cores, formas, texturas e a composição fazem parte da "trama visual" que constituem os textos visuais. Segundo o autor, o que vemos é mediado por aquilo que sabemos, cremos, desejamos, etc. Nesse sentido, o que é visível guarda estreita relação com o que é invisível. Importante destacar que a visualidade seria uma "visão socializada", fugindo de qualquer abordagem imanentista ou essencialista.

Mirada: diz de modos de olhar e de regulações que conformam o olhar. Quais os lugares de onde se olha um texto visual e como esse texto também nos olha? A mirada diz de lugares de enunciação: espaços, tempos, práticas e sujeitos envolvidos no ato comunicativo. O olhar do leitor, segundo o autor, já está previsto no texto visual. Esses lugares de mirada devem ser espaço-temporalmente situados e compreendidos no contexto de uma prática discursiva. Por isso, as relações de poder devem ser levadas em consideração na interpretação dos textos visuais com o objetivo de compreendê-los discursivamente e em relação aos circuitos comunicativos que engendram.

Imagem: remete à representação, da ordem do imaginário. As imagens nunca vêm sozinhas e, por isso, são compreendidas por meio das suas relações em rede. Os imaginários sociais são matrizes de produção e de reprodução das imagens, responsáveis por construir sentidos comuns e partilháveis. As imagens, nem sempre tomadas como algo necessariamente visual, integram o imaginário, são historicizadas e estão constantemente produzindo e reproduzindo sentidos no mundo.

A ideia de um imaginário cultural ou matrizes culturais que sustentam a produção e reprodução de textos verbovisuais, bem como a abordagem das redes textuais, são definitivas para a compreensão dos textos visuais que formam o corpus desta análise. O "arquipélago" de textos sobre HIV e sobre a Aids é vasto e inclui uma carga simbólica e histórica. As manchetes de "*peste gay*" e "*câncer gay*" (CAMARGO JR., 1994) veiculadas no início da epidemia são exemplos emblemáticos desse processo, assim como as imagens de Tom Hanks no filme Filadélfia[6]. Essas imagens representam, além do preconceito e

6 - O filme de 1993, estrelado por Tom Hanks e Denzel Washington, conta a história de um advogado gay estadunidense que é demitido depois que os profissionais da firma em que trabalhava começaram a reconhecer sinais de infecção pelo HIV. O protagonista então recorre ao sistema jurídico para provar a inconstitucionalidade de tal demissão. No filme, baseado em uma história real, fica claro o enfraquecimento do corpo e os sofrimentos gerados pela discriminação. Filadélfia foi um dos primeiros e até hoje mais emblemático filme hollywoodiano que aborda questões ligadas ao HIV, Aids, homossexualidade e homofobia.

discriminação acentuados da época, um momento em que a sorologia positiva era dificilmente escondida devido às marcas corporais. Nessa altura, o HIV era responsável por "tirar" do armário aqueles que não haviam publicamente assumido sua sexualidade, no caso de soropositivos LGBT.

Uma vez apresentadas as capas e os operadores teóricos, partimos para nossa reflexão analítica.

REVISTA VEJA, A AIDS E AS RELAÇÕES DE ABJEÇÃO

Visualidade: o rosto de Cazuza está centralizado na capa, em contraposição a uma parede em tons de rosa claro, que indicam certa intimidade e interioridade para a imagem, trazendo a sensação de que a foto foi tirada dentro de uma casa - provavelmente a do cantor. No canto superior direito, o logotipo da revista vem em vermelho, cor associada ao símbolo de resposta ao HIV e que também remete aos signos de sangue e saúde. Parte do logotipo está sobreposta pela foto do cantor, tornando a foto ainda mais evidente. O nome "CAZUZA" vem centralizado, em caixa alta e com um sublinhado em linha vermelha, o que mostra ainda mais a importância atribuída à figura de Cazuza.

No canto esquerdo superior, uma pequena foto de Ulysses Guimarães e o título "O PMDB em xeque-mate". A forma como a tarja amarela é colocada, na diagonal superior, separa completamente essa notícia política da imagem de Cazuza. A foto de Ulysses é colocada de forma distanciada do restante da capa, não deixando margens para confusão entre os assuntos.

A foto de Cazuza está em primeiro plano, o que deixa ver com detalhes os traços do rosto e do pescoço do cantor, bem como de suas mãos, que estão colocadas de forma cruzada sobre os ombros. Do lado esquerdo da foto, há uma leve sombra sobre o rosto de Cazuza, que sugere uma opacidade e nebulosidade na foto. O cantor está com um casaco cinza, que também traz uma sobriedade para a imagem.

Os braços cruzados são bastante emblemáticos da foto. Ao mesmo tempo em que o primeiro plano e o olhar direto de Cazuza para a lente da câmera possam sugerir certa proximidade e busca de cumplicidade com o leitor, os braços cruzados criam um distanciamento e uma clausura da figura fotografada. É como se o cantor tivesse que se proteger, ou até mesmo se esconder e se distanciar do resto das pessoas. Nesse sentido, observa-se uma tensão entre a proximidade que a capa sugere, no sentido de aproximar-se da intimidade do cantor e, ao mesmo tempo, de distanciamento, que propõe um sofrimento solitário e recluso, como foram condenados aqueles que viviam com HIV por uma suposta possibilidade de "contágio".

Mirada: A revista tem lugares escorregadios de posicionamento com essa capa. Ao chamar Cazuza de vítima e trazer a imagem de uma pessoa fisicamente fragilizada, nos parece que o intuito é criar certa empatia com o leitor, para que esse se solidarize com Cazuza ou até com as demais pessoas soropositivas. Contudo, a construção exagerada da imagem de uma pessoa enferma somada a uma construção frasal que diz "agoniza em praça pública" mostra o real posicionamento da revista, que é de juíza em relação à situação do cantor. Ao sentenciar Cazuza à morte como o faz, mostrar seu sofrimento de forma desrespeitosa e basear-se na ideia de uma praça pública, *Veja* se posiciona diretamente nesse

lugar de juiz moral. Assim, a revista constrói uma praça pública para expor o cantor e convoca seus leitores a se posicionarem na cena do julgamento e assistirem à "agonia" de Cazuza.

Imagem: em relação aos imaginários sociais que integram a textualidade dessa capa, podemos evidenciar as demais imagens que circulavam no contexto da época e que também compunham uma associação pejorativa das pessoas com HIV ou que desenvolveram a Aids. A magreza e os cabelos ralos acionam diretamente esse imaginário e a figura do doente, como no já citado exemplo do filme Filadélfia. Além disso, a ideia de uma praça pública também está ancorada em imaginários sociais, uma vez que a praça pública é o lugar em que a sociedade se encontra para assistir ou se informar sobre os acontecimentos de determinado contexto.

A imagem de um corpo que padece em praça pública se relaciona diretamente com os processos de produção da abjeção que compõem as relações sociais, particularmente quando envolvem corpos LGBT e o contexto do HIV/Aids. O abjeto é sempre aquele que está fora da curva e do centro, que se estabelece pela anormalidade, mas que sua existência é fundamental para a manutenção do que é normal e saudável. As relações de abjeção em um contexto heteronormativo implica na construção de corpos "exemplares" e potencialmente sacrificáveis para a manutenção de uma estrutura arraigada nas assimetrias de gênero e controle sexuais.

Nessa trama verbovisual, a revista parece evidenciar um momento de configuração da patologia enquanto Aids, pensando a sigla de forma ampliada e como qualificadora tanto de um processo de adoecimento físico, quanto de uma construção social moral. Explicando melhor, a capa traz os reflexos de um tempo da Aids, e não de um tempo do HIV. Embora já se conhecesse o vírus, a separação entre a infecção e o adoecimento ainda era tímida e revela o peso do imaginário na configuração dessas experiências com a doença.

REVISTA GALILEU, O HIV E A NARRATIVA DA SUPERAÇÃO

Visualidade: Na capa, prevalecem basicamente os tons de vermelho, o branco e o preto. O vermelho compõe o fundo da capa e está sobreposto com outro tom de vermelho do paletó de Gabriel Estrela, posicionado em uma fotografia de plano médio no centro da página. O vermelho e branco - das roupas do fotografado e da revista - sinalizam para o símbolo da Aids amplamente difundido que também é aplicado com essas duas cores.

Gabriel Estrela encara a câmera e o leitor com olhar desafiante. Há um semblante sério, sem sorrisos, mas que não é necessariamente robusto. A posição dos braços e das mãos, que abotoam o paletó, também sinaliza para um posicionamento em certa medida combativo diante das lentes.

A manchete da revista vem escrita em fontes brancas e caixa alta, situada na altura do abdômen de Gabriel, seguida da frase "*e o preconceito é a pior parte*". Outras informações, também em fonte branca, porém, em escala menor, estão na parte superior da capa. Do lado esquerdo, uma seta liga o corpo do fotografado aos dizeres *"Gabriel Estrela, youtuber recebeu o diagnóstico há 7 anos"*. Do lado

esquerdo, a chamada da reportagem. Ambas as informações não são centrais na capa, nem mesmo o nome do fotografado, mostrando a valorização desse personagem enquanto um "anônimo" e não como famoso, ao contrário da capa com Cazuza.

Na parte superior da revista, há chamadas para outras matérias que compõem a publicação. É no canto superior esquerdo que vem o logotipo da *Galileu*, em caixa alta e com letras pretas, contrastando com o fundo branco. Esse mesmo cabeçalho da revista é replicado de forma muito similar em suas outras publicações mais recentes. As cores mais neutras também apontam para um lugar de pretensa neutralidade que a publicação visa reforçar, inclusive por seu caráter de divulgação científica.

Mirada: Na análise da capa, é possível perceber um posicionamento político contundente da revista. É como se tanto Gabriel quanto a publicação olhassem para o leitor e questionassem sobre a realidade preconceituosa e discriminatória que ainda marca a experiência das pessoas soropositivas. O leitor é convocado a se posicionar e refletir diante desse cenário, estabelecendo um comprometimento ético. A enunciação é feita no sentido de olhar não para a pessoa soropositiva, como fez *Veja*, mas de lançar o olhar para a sociedade, de onde vem os processos de exclusão que dificultam a vida de uma pessoa com HIV.

É pertinente destacar, também, que a frase está em primeira pessoa, o que indica que foi dita por Gabriel. Dessa forma, é como se a revista se colocasse como suporte de veiculação de um apelo que não é ela que diretamente o faz (embora faça coro), mas que é enunciado pela própria pessoa que experimenta a realidade de viver com HIV. A voz aqui não é diretamente da publicação, mas da pessoa que vive com o vírus.

Imagem: Na dimensão dos imaginários, alguns pontos são cruciais. O primeiro deles é que a construção verbal, especialmente com o termo "vivo", remete a outra perspectiva daquela da sentença de morte dada pela *Veja*. O verbo viver, associado ao HIV, vem descolar com todo um imaginário em que o vírus seja fatal ou que impossibilite a vida de alguém. Nesse sentido, as ideias de vida e de um futuro possível rompem com um imaginário social em torno das experiências de soropositividade em que a sorologia deixa de ser uma sentença de morte. Desse modo, a ênfase no viver nos parece indicar uma quebra com um imaginário da doença e da mortalidade associadas ao HIV.

Outro ponto que se relaciona com os imaginários é da ordem das associações possíveis a partir da leitura da fotografia da capa. O posicionamento de Gabriel, suas roupas e o plano da fotografia remetem diretamente a outras revistas masculinas. As capas das revistas *Alfa* e *GQ* são exemplares dessas imagens, em que homens de terno encaram os leitores a partir de seus lugares de sucesso. Tal percepção nos leva a indagar sobre determinadas performances, ancoradas, muitas vezes, em relações de gênero cristalizadas, que configuram os sentidos em torno dos corpos masculinos em revistas (BUTLER, 2003). O terno é elemento central nesse sentido - de alguém que se deu bem e fez sucesso de alguma forma, podendo agora partilhar da sua experiência. Por detrás dessas imagens, há uma noção de superação muito forte de homens que enfrentam obstáculos no decorrer da sua jornada para provar ou marcar determinada relação de identidade ou pertencimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da nossa aproximação analítica, o primeiro ponto que gostaríamos de evidenciar é de uma passagem emblemática da Aids para o HIV. As siglas comumente já foram entendidas como sinônimos, mas, atualmente, são acionadas para diferenciar o vírus de um quadro patológico. Como reivindicam as pessoas soropositivas, viver com HIV não significa viver com Aids.

Entretanto, as revistas apontam para uma diferenciação que parece ser ainda mais complexa. Na capa da Veja, não existe uma apreensão da soropositividade, nem de uma possibilidade de vida. Ao atribuir uma sentença de morte a Cazuza, colocando-o como um doente que agoniza diante dos olhares públicos por causa de seus "pecados", *Veja* se torna exemplar de um tempo da Aids. Dessa forma, dos sentidos possíveis, a Aids se relaciona com a construção da figura do abjeto: o outro marginalizado e excluído, portanto, passível de ser violentado simbolicamente na capa da revista. O abjeto serve de parâmetro e exemplo para a constituição normativa dos "normais" e nesse caso, "saudáveis", especialmente no que tange às regulações da sexualidade (BUTLER, 2003). Nesse sentido, a trama textual composta pela *Veja* em sua capa revela o componente moral na sua constituição. Moralidade essa que faz da publicação estar apta a julgar e condenar.

Já em *Galileu*, uma virada semântica aponta para a construção de uma possibilidade de futuro para pessoas soropositivas e uma significação outra que se dá em torno do HIV. Uma noção de viver com HIV passa, portanto, a figurar também como referência a um processo de compreensão de uma condição sorológica, pela elaboração de um certo modo de vida e até de um posicionamento político. Na revista *Galileu* não se fala em Aids, mas em HIV como signo que direciona para uma possibilidade de existência que não passa pela sentença de morte, pelo padecimento corporal e nem pela culpabilização de determinados sujeitos.

Nesse sentido, a ideia de "culpa", se é que ela existe, está situada na sociedade, responsável por manter os preconceitos em relação às pessoas com HIV. Em *Galileu*, o que está em jogo é um comprometimento ético. O leitor é eticamente implicado diante da figura que o encara e afirma ser o preconceito o grande obstáculo em uma experiência de soropositividade. A capa também constitui a imagem da pessoa soropositiva a partir de uma representação arquetípica do homem bem-sucedido que dialoga fortemente com uma ideia de superação de desafios. Há, portanto, uma virada significativa de sentidos em torno do HIV e da experiência da soropositividade a partir das duas revistas, que parece ser representativa a partir da dicção moral e do posicionamento ético diante do outro.

Podemos observar, nessa direção, os indícios da politização em torno do vírus e da doença produzida especialmente por movimentos e organizações sociais frente aos obstáculos colocados para pessoas que viviam ou vivem com HIV. O que *Galileu* evidencia são algumas dessas variáveis sociais e políticas que envolvem o vírus, que deixa de ser apenas uma questão moral que surge disfarçada de discurso pretensamente científico.

Para que essa análise possa ser melhor compreendida, é fundamental resgatar que essas capas de

revista são elementos indicativos do momento social e das questões culturais e políticas do contexto de emersão. Desse modo, as capas são inscritas por um conjunto de atravessamentos institucionais, sociais e econômicos que sustentam e se mostram a partir das imagens, como a própria transformação causada pela manipulação de coquetéis antirretrovirais a partir de meados de 1990.

Antes de finalizar nossas considerações, gostaríamos de voltar para uma das questões que movimentaram essa análise, a saber, da retórica em torno da "*falta de memória*" dos jovens contemporâneos. Cabe destacar que memória e esquecimento caminham lado a lado. O apelo político em torno da valorização e resgate da memória é crucial em discussões em torno de acontecimentos marcantes que envolvem, principalmente, processos de desumanização e violência extrema. Ditaduras e genocídios são exemplos paradigmáticos em que a memória vem atravessada de fortes questões políticas e sociais. Salvo as devidas proporções da comparação, o que essa necessidade de memória em torno do HIV e da Aids revelam?

Quando se argumenta que falta memória aos jovens, o que está geralmente implícito nesse discurso é que falta exemplo de pessoas que morreram e/ou sofreram em decorrência do vírus. Nesse sentido, em nome desse resgate histórico, se esquece que as pessoas soropositivas no início da epidemia sofreram com o preconceito tanto quanto com os efeitos físicos do HIV; que o vírus foi fortemente interpretado com vieses moralistas, conservadores e homofóbicos; e também se esquece de que a pedagogia do medo, do pânico e da criação de corpos abjetos, conforme mostrou a capa da *Veja,* não vão funcionar como métodos de conscientização para prevenção ao vírus.

Ao contrário das boas intenções em torno da memória, esquecem-se fundamentalmente das variáveis sociais, culturais, políticas e econômicas que incidem diretamente no aumento dos números de infecção com o vírus e na dificuldade de adesão ao tratamento antirretroviral. Apelar para essa memória é atualizar um jogo de culpabilização dos sujeitos e cair novamente nos julgamentos moralistas, fugindo de qualquer comprometimento ético. Por fim, caso a memória precise ser resgatada, que seja com vias a superar o que ainda não se superou: o próprio preconceito.

REFERÊNCIAS

ABRIL, Gonzalo. **Analisis crítico de textos visuales:** mirar lo que nos mira. Madrid: Editorial Síntesis [eBook], 2007.

_____. Aquí vá a ver más que palabras. **Cuadernos de Información y Comunicación**. vol.12, p. 7-9, 2007b.

_____. Cultura visual y espacio público-político. **Cuadernos de Información y Comunicación**. n. 15, p. 21-36, 2010.

_____. Tres dimensiones del texto y de la cultura visual. **IC Revista Científica de Información y Comunicación**. Sevilla: n.9, 2012.

_____. **Cultura visual: de la semiótica a lo político**. Madrid: Plaza y Valdés, 2013.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CAMARGO JR. Kenneth Rochel de. **As ciências da Aids e a Aids das ciências:** o discurso médico e a construção da Aids. Rio de Janeiro: Abia/IMS/UERJ/Relume Dumará, 1994.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **Visibilidades mediadas na narrativa jornalística:** a cobertura da Aids na Folha de S. Paulo de 1983 a 1987. São Paulo: Annablume, 2009.

_____. **Jornalismo, homofobia e relações de gênero**. Curitiba: Editora Appris, 2012.

_____. Acontecimentos persistentes que desafiam a cobertura jornalística: as relações entre HIV/Aids e homofobia. **Alceu (Online)**, v. 14, p. 05-20, 2014.

FAUSTO NETO, Antônio. **Comunicação e mídia impressa - estudos sobre a Aids**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

KOTTOW, Andrea. El SIDA en la literatura latinoamericana: prácticas discursivas e imaginarios identitarios. **Aisthesis**, n.o 47, 2010, p.247-260.

PELÚCIO, L.; MISKOLCI, R. A prevenção do desvio: o dispositivo da aids e a repatologização das sexualidades disidentes. **Sexualidad, Salud y Sociedad- Revista Latinoamericana**, n.1, p.125-157, 2009.

REVISTA GALILEU. São Paulo, Editora Globo, nº 313, 2017.

REVISTA VEJA. São Paulo, Editora Abril, nº 1.077. 1989.

A VIRADA PRAGMÁTICO-LINGUÍSTICA NA TEORIA CRÍTICA:

Autonomia e intersubjetividade como base para a construção do sujeito político em Habermas

Julia Ester de Paula
(Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da UFMG. Membro do EME/UFMG)

Leonardo Santa Inês Cunha
(Professor da Universidade do Estado da Bahia. Doutorando do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Membro do Grupo de Pesquisa em Mídia e Esfera Pública da UFMG (EME/UFMG))

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo discutir o papel da autonomia e da intersubjetividade na construção do sujeito político em Habermas. Para isso, buscamos, através de uma pesquisa bibliográfica, uma aproximação da abordagem praxiológica da comunicação com a teoria crítica, duas matrizes teóricas que influenciam abordagens distintas no campo comunicacional, mas que se encontram na obra do filósofo alemão. O artigo encontra-se dividido em três partes: a) um panorama geral do pragmatismo e da teoria crítica, com foco nos estudos de George Hebert Mead e sua influência para o pensamento de Jürgen Habermas; b) uma explanação sobre o conceito de autonomia, passando pelas abordagens da filosofia moral e política e pela vertente relacional; e c) a definição de sujeito político para o pensamento habermasiano.

PALAVRAS-CHAVE

Habermas; Mead; Sujeito político; Autonomia; Intersubjetividade.

ABSTRACT

This study has as the main objective discuss the role of autonomy and inter-subjectivity to define political subject at Habermas theory. We search, in a theoretical framework, the reach of praxiological approach about communication at critic theory. These two theoretical frames of communication field, besides their differences, are found in the german philosopher scholary. The papper is organized in three sections: a) A general context view of pragmatism and critic theory, looking at the scholary of George Hebert Mead and his influence to Jurgen Habermas; b) a discussion about aunotomy concept throw the moral and political frames and relational approach; c) the definition of political subject at Habermas theory.

KEYWORDS

Habermas; Mead; Political subject; Autonomy; Intersubjectivity.

INTRODUÇÃO

A reflexão sobre sociedade, indivíduo e interação está relacionada ao modo como buscamos entender as diferentes noções de autonomia e política. O modelo praxiológico de comunicação tem como premissa básica entender a comunicação como constituidora da vida social. O pragmatismo, base para o modelo praxiológico e entendido como a "filosofia da ação", baseia-se no sujeito dialógico, construído na relação com o outro, na reflexividade das trocas sociais. Neste modelo, a comunicação não mais é entendida como uma transmissão linear de informações, mas como um meio organizador e fundador do mundo (FRANÇA, 2003).

É nesta matriz conceitual que o pensamento de George Hebert Mead se insere. Mead é um dos fundadores da chamada Escola de Chicago, campo de estudos que procura abranger pesquisas sociológicas realizadas no início do século XX. Com ênfase na pesquisa empírica e na microssociologia – a análise das atividades da vida cotidiana, do que é particular –, a Escola de Chicago propunha uma nova abordagem das práticas comunicativas. Para os pesquisadores desta vertente, os meios de comunicação não são pensados como transmissivos, mas como mediadores, elos de interconexão (FRANÇA; SIMÕES, 2016). A comunicação seria, então, o modo e o mecanismo pelo qual as trocas recíprocas aconteceriam. Mead, neste aspecto, pensa as interações sociais – ou ações compartilhadas – para romper com a dicotomia entre indivíduo e sociedade, não entendendo um como anterior ao outro, mas percebendo que o indivíduo desempenha papeis sociais que ajudam a configurar a sociedade.

Afastando-se dos estudos empíricos pragmatistas e adotando uma abordagem teórico-especulativa, a Escola de Frankfurt foca suas pesquisas na análise da vida social como um todo – relações entre economia e sociedade, fenômenos psicológicos, mudanças culturais –, com vistas à transformação social (FRANÇA; SIMÕES, 2016). O Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt, como também é conhecida a Escola, tem como perspectiva filosófica a *Teoria Crítica*, cujo objetivo é conscientizar os indivíduos sobre a alienação social, levando-os a lutar pela emancipação e autonomia dos sujeitos.

A Teoria Crítica é pensada para criticar a) a perspectiva empirista da ciência, que apenas reproduziria as estruturas sociais, sem questioná-las; b) a não realização da promessa iluminista, que teria subjugado a sociedade a uma razão de dominação; c) a deteriorização da cultura, que teria perdido seu papel conscientizador e tornado-se mercadoria; e d) os meios de comunicação, que teriam transformado a cultura em instrumento de domesticação social (FRANÇA; SIMÕES, 2016). Pensando nisso, Theodor Adorno e Max Horkheimer, pensadores da primeira geração da Escola de Frankfurt, cunharam o termo *Indústria Cultural,* que entendia o entretenimento e a cultura de massa para o controle social, no qual o indivíduo deixaria de agir de maneira autônoma, não ofereceria resistência aos valores impostos e, ao não se opor ao apelo capitalista, não conseguiria obter uma compreensão da realidade.

Jürgen Habermas faz parte da segunda geração de pensadores da Teoria Crítica. Inicialmente, o filósofo alemão tendia a concordar com a crítica à indústria cultural dos pensadores da primeira geração frankfurtiana, entendendo que o caráter dúbio dos meios de comunicação acabaria com a possibilidade de realização de uma esfera pública genuína, pautada por discussões racionais em torno

do bem comum. Numa outra fase de pensamento, contudo, Habermas aproxima-se da corrente pragmatista, conferindo à intersubjetividade um papel central não só na construção da sociedade, como também para a autorreflexão dos sujeitos. Aqui, sociedade e indivíduo se constituiriam mutuamente e a emancipação ocorreria pela concretização relacional da autonomia política (MARQUES, 2013).

A partir destas concepções, o objetivo deste artigo é mostrar o papel da intersubjetividade e da autonomia para o desenvolvimento de capacidades políticas e competências argumentativas do sujeito político em Habermas. Para isso, o texto encontra-se dividido em três partes: a apresentação das ideias de George Hebert Mead e do pensamento habermasiano em suas duas fases; uma explanação sobre as diferentes definições do conceito de autonomia; e, finalmente, a apresentação da ideia de sujeito político para Jürgen Habermas.

DO PRAGMATISMO À TEORIA CRÍTICA: CONTRIBUIÇÕES DE G. H. MEAD PARA O PENSAMENTO HABERMASIANO

MEAD E A INTERSUBJETIVIDADE NA CONSTRUÇÃO DOS SUJEITOS

Segundo Waals (2017), o pragmatismo é uma corrente filosófica surgida nos Estados Unidos, na virada do século XIX para o XX. Composta por autores que tratavam, dentre outros elementos, das interações humanas e da presença do simbólico, esta escola produziu contribuições relevantes para os estudos da Comunicação, muitas das quais por autores que não investigam diretamente o processo comunicativo, mas produziram ricas interpretações sobre o fenômeno. Sobre o pensamento pragmatista, Waals (2017, p. 18) propõe:

> O pragmatismo desenha uma conexão íntima entre teoria e prática, pensamento e ação. Em sua interpretação mais estreita, sustentada de maneira proeminente por Peirce, o pragmatismo é somente um critério de significação, que estipula ser o significado de qualquer conceito nada mais do que a soma total de suas consequências práticas concebíveis. Desse ponto de vista, conceitos que não tenham consequências práticas concebíveis não tem significado e, se as consequências práticas de dois conceitos são idênticas, ambos os conceitos são sinônimos.

Mais do que estabelecer postulados sobre a verdade, o pragmatismo propõe uma postura de investigação. Aqui, identificam-se algumas de suas características fundamentais. Primeiramente, o rompimento com o dualismo, separação, entre ação e pensamento. O pensamento se realiza na ação, a partir de seus desdobramentos. Trata-se, ainda, de uma corrente centrada na experiência.

Um dos fundadores da Escola de Chicago e pertencente à corrente filosófica pragmatista, George Hebert Mead é considerado o pai do Interacionismo Simbólico. O Interacionismo Simbólico tinha

como interesse a leitura e interpretação do comportamento do outro e estabelecia três premissas: 1) a relação entre seres humanos e mundo se baseia nos significados que são oferecidos; 2) são as interações sociais que produzem os significados dos objetos; 3) a interpretação dos sujeitos configura e transforma os significados atribuídos (FRANÇA; SIMÕES, 2016).

Em sua obra mais conhecida, *Mind, self and society* (1934), Mead estuda principalmente a relação estabelecida entre indivíduo e sociedade e, neste aspecto, a dinâmica reflexiva entre sociedade, *self* e mente (FRANÇA, 2008). Sociedade é entendida pelo autor como o contexto objetivo de atuação, constituído através da ação cooperada, que, por sua vez, se realiza mediante a interpretação do comportamento do outro. Seria preciso fazer uma leitura da suposta intenção de ação de seu parceiro e estabelecer uma resposta adequada a ela. Esta interpretação só é possível por meio dos gestos significantes, isto é, de símbolos cujos sentidos são compartilhados por todos os indivíduos envolvidos na ação.

O *Self* é formado a partir da interação entre o eu-mesmo e o mim. O eu-mesmo seria a parte mais própria do sujeito, as características singulares e exclusivas de cada um. O mim, por sua vez, pode ser definido como a expectativa social interiorizada, a dimensão cultural que direciona os impulsos e os insere nas normas sociais. Nesta lógica, para Mead (1934), *self* é uma interação consigo mesmo que orienta e avalia o agir no mundo enquanto atua em relação aos outros.

O conceito de *self* é organizado por meio da perspectiva do outro generalizado, que pode ser entendido como a compreensão de si mesmo através da perspectiva do outro. Aqui, as partes envolvidas em uma interação devem assumir o papel de seu interlocutor. A este processo dá-se o nome de *role-taking*, cuja premissa diz que a interação depende do outro com quem se interage. Ao assumir a perspectiva do outro e responder de acordo com que o seu parceiro de interação indica como provável resposta a sua ação, o agente transforma seu destinatário em co-autor do ato. Deste modo, o *role-taking* não pode ser considerado fruto de uma vontade individual, mas resultado de um processo interacional reciprocamente referenciado.

Por fim, o último grande conceito de Mead que abordaremos é a mente. Através da interação entre o mim, o eu-mesmo e o outro generalizado, de modo a tomar-se como objeto de reflexão e ponderações, a mente é formada. A mente é o operador lógico que faz interagir as vontades próprias com estímulos externos, e é por meio dessa reflexão interna das pessoas, perpassada pelos gestos significantes, que os indivíduos percebem-se enquanto atores (MEAD, 1934). De acordo com França e Simões (2016, p. 70):

> A consciência de mim é correlata da consciência do outro; e esse lugar em que eu tomo consciência de mim e do outro é o campo da ação. É agindo, intervindo no mundo que nos damos a conhecer e conhecemos o outro. O modelo triádico de Mead vem quebrar a dicotomia homem e sociedade e marcar a centralidade do conceito de interação. Os seres humanos, biologicamente complexos, capazes da reflexão e do uso da linguagem, se constroem reciprocamente enquanto sujeitos no âmbito de suas ações no mundo; é nesse lugar da intervenção que nós nos construímos e construímos a vida social.

Assim, as autoras enfatizam a importância das interações na obra de George Hebert Mead para

a construção de indivíduos e sociedade. São os indivíduos em interação que constituem e modificam a si mesmos e a sociedade, não sendo possível entender, portanto, um conceito desvinculado do outro.

O próximo tópico deste trabalho falará um pouco sobre o diálogo entre o pragmatismo e a Teoria Crítica, o pensamento habermasiano e a influência do trabalho de Mead para suas concepções, em especial para a teoria da ação comunicativa.

DAS ESFERAS PÚBLICAS BURGUESAS À VIRADA PRAGMÁTICO-INTERSUBJETIVA NA OBRA DE JÜRGEN HABERMAS

Em *O Eclipse da Razão*, de 1947, Max Horkheimer acusou a filosofia pragmatista de constituir-se em um triunfo dos fins sobre os meios, própria de uma sociedade voltada para os efeitos práticos, segundo a qual qualquer exercício da crítica seria uma perda de tempo. Mesmo reconhecendo que qualquer esforço intelectual é um reflexo do ambiente do qual surge, Dewey, autor associado ao pragmatismo, ironizou a associação apressada entre traços culturais do povo americano com sua corrente filosófica, alegando que a comparação equivaleria à crença de que o "neo-realismo inglês é um reflexo da arrogância aristocrática esnobe dos ingleses" (DEWEY *apud* WAALS, 2001, p. 21).

O pragmatismo e a teoria crítica, aos quais Mead, Dewey e Habermas se vinculam, são correntes filosóficas com diferentes pressupostos. Vistas, por vezes, como divergentes, as abordagens das duas escolas encontraram, décadas mais tarde, pontos de confluência nas obras de Habermas e Honneth, autores da Escola de Frankfurt que declaradamente fundamentaram-se na intersubjetividade da corrente americana para produzir algumas das suas mais importantes obras.

Habermas é o mais proeminente autor da segunda geração da escola de Frankfurt e oscila entre a crítica da comunicação de massa, em marcos similares a de Horkheimer e Adorno, até a divergência aberta a autores da primeira geração e o diálogo com outras correntes teóricas, como o pragmatismo. O filósofo alemão reconhece amplo impacto de autores do pragmatismo em suas reflexões (HERDY, 2009), destacando as contribuições de Peirce e Mead para a epistemologia e teoria social, e de Dewey sobre política, percebendo antecipações de muitas de suas reflexões de *Mudança Estrutural da esfera pública*, na obra *The public and its problems*, do referido autor.

A primeira fase de pesquisa de Jürgen Habermas é bastante marcada pelas características da primeira geração da Escola de Frankfurt. Com foco nas relações alienantes provocadas pela indústria cultural, em *Mudança estrutural da esfera pública* (1984), o filósofo se mostra preocupado com a ascensão da burguesia e com o tipo de pensamento político trazido por ela. De acordo com ele, a mídia burguesa teria deixado de lado seu papel crítico e tornado-se um empreendimento capitalista, difusor de interesses privados privilegiados. A esfera pública – antes percebida como um tipo específico de interação discursiva, na qual indivíduos privados debateriam questões de interesse coletivo ou preocupação pública – estaria em declínio.

Habermas traça um quadro comparativo entre características ideológicas, materiais e sociais da

esfera pública em sua expressão na sociedade grega antiga e nos estados burgueses modernos (GOMES, 2008). A esfera pública se distingue da esfera íntima e da privada e também contrasta com Estado – configura-se, na verdade, como uma instância de mediação deste com a sociedade civil, através, sobretudo, de dois institutos: o parlamento, a função política dessa esfera, e a imprensa, não apenas em sua própria constituição, mas em seu vínculo com o público, ou, ainda, com a opinião pública. Se, na sociedade grega antiga, a igualdade política formal entre os cidadãos presentes na Ágora era o reflexo de uma igualdade social, o mesmo não ocorre em uma sociedade moderna. Formalmente iguais em direitos políticos, burgueses e proletários possuem desigualdade econômica que proporciona "antagonismos econômicos transformados em antagonismos políticos, por meio de uma não-discursiva participação (...), a esfera pública perde aquela espécie de desinteresse que a constituía" (GOMES, 2008, p. 47).

O autor critica, ainda, o impacto dos *mass media*. Por seu intermédio, a escolha dos cidadãos torna-se meramente plebiscitária, convertendo, no debate público, discussão em sedução e crítica em manipulação. Deste modo, segundo Habermas (1984), a opinião pública deixaria de ser gerada através da exposição de razões e se tornaria uma opinião de adesão pública. "Ao invés de uma opinião pública, o que se configura na esfera pública manipulada é uma atmosfera por aclamação" (HABERMAS, 1984, p. 254). Assim, como não seria constituída através de um processo de troca argumentativa, a opinião gerada não necessariamente seria racional, coerente ou mesmo razoável.

Em *Further reflections on public sphere* (1992), entretanto, Habermas revisa sua obra de 1962 e passa a pensar não mais em uma única esfera pública, mas em múltiplas:

> É incorreto falar de uma esfera pública singular, mesmo assumindo uma certa homogeneidade do público burguês. É preciso admitir a coexistência de esferas públicas concorrentes e apreender a dinâmica daqueles processos de comunicação que são excluídos da esfera pública dominante (HABERMAS, 1992, p. 425).

O autor também reconhece o papel ativo de audiências, que buscam subverter o sentido de mensagens e discursos oferecidos pela comunicação de massa e adotar posturas críticas. Apesar de ainda destacar o poder midiático na configuração de um comportamento resignado, ele reconhece a existência de "fluxos de comunicação espontânea, não subvertida pelo poder" (HABERMAS, 1992, p. 437) na esfera civil.

A virada pragmático-intersubjetiva da obra de Habermas, no entanto, pode ser mais facilmente percebida com a publicação da *Teoria da Ação Comunicativa* (1987). Para o filósofo,

> No contexto da ação comunicativa, contam somente aquelas pessoas que são consideradas como responsáveis, que, enquanto membros de uma comunidade de comunicação podem orientar suas ações para a produção de demandas de validade intersubjetivamente reconhecidas (HABERMAS, 1987, p. 14).

Neste aspecto, a linguagem teria sua importância relevada através das interações comunicativas feitas pelos atores. Numa clara aproximação com a obra de Mead, Habermas (1987) entende que a linguagem deve transformar uma razão subjetiva em um argumento passível de ser aceito universalmente.

Assim, na exposição de pontos de vista, os indivíduos devem coordenar suas ações em processo dialógico com o outro, numa forma cooperativa de buscar o entendimento recíproco e definir, mutuamente, o contexto de interação. Para alcançar o entendimento mútuo em meio a uma pluralidade de indivíduos, seria preciso, então, assumir o papel do outro, visando um horizonte intersubjetivamente partilhado, no qual todos possam se referir a um mesmo mundo.

A partir da ação comunicativa – da possibilidade de pessoas com interesses subjetivos alcançarem entendimento sobre questões públicas –, Habermas formula seu conceito de democracia deliberativa. A deliberação pode ser entendida como a troca espontânea e recíproca de razões para resolver problemas e gerar soluções/decisões legítimas na esfera pública. Esta troca argumentativa deve acontecer através da cooperação entre os interlocutores e seguir princípios como racionalidade, igualdade, inclusividade, reciprocidade e reflexividade. Logo, atingir a perspectiva do outro (*role-taking)*, assumindo um ponto de vista moral, seria a base da deliberação:

> Olhar para algo do ponto de vista moral envolve não olhar para o nosso próprio entendimento de nós mesmo e do mundo como padrão por meio do qual podemos universalizar um modo de ação. Ao invés disso, o ponto de vista moral envolve checar sua generalidade do ponto de vista de todos os outros (HABERMAS, 1990. p. 112).

Uma vez que a esfera pública é constituída através da linguagem, a partir do momento em que pessoas virtualmente atingidas tematizam suas questões e buscam despertar o interesse do público amplo para gerar uma deliberação, um ponto de vista moral se faz necessário para o interesse particular tornar-se passível de generalização. O engajamento em deliberações só é possível, pois, através do exercício da autonomia política, isto é, da capacidade de formular e conseguir explicar suas demandas e julgamentos de maneira universal, assumindo o lugar do outro e alcançando a reflexividade para chegar a um acordo. A próxima seção deste artigo trabalhará com a noção de autonomia, buscando sua relação para a concepção de sujeito político para Jürgen Habermas.

A AUTONOMIA

DA FILOSOFIA MORAL À POLÍTICA

A noção de autonomia para Habermas foi brevemente explicada no fim do tópico anterior. No entanto, como pesquisadores estabeleceram uma variedade de concepções sobre o conceito, que se inserem tanto dentro da filosofia moral, quanto da política, uma revisão geral se faz interessante antes que nos aprofundarmos na abordagem habermasiana.

Na filosofia moral, Immanuel Kant entende a autonomia como um princípio. Para o filósofo, este ideal está relacionado à agência moral do indivíduo, isto é, à capacidade de estabelecer racionalmente

para si leis morais que guiam seu projeto de vida, sem que haja repressões externas à própria vontade. É a soberania em relação a si e ao outro (KANT, 1964 [1785]). Como esta lei ou autoimposição moral deve se originar da razão prática, ela deve ser, também, universal, servindo a todo indivíduo racional. Além disso, Kant coloca como um dever moral entender o outro não como um meio, mas como um fim em si mesmo. Deste modo, toda a decisão que partisse deste dever, seria considerada uma decisão autônoma (HUPFFER, 2011).

Em *Uma Teoria de Justiça* (1997 [1971]), John Rawls concorda com a visão Kantiana de autonomia, entendendo que normas e instituições devem garantir que indivíduos tenham igual capacidade de conceber suas convicções morais e buscá-las, mas sem impedir que os outros busquem as suas. Para ele, "agir de forma autônoma é agir segundo princípios que aceitaríamos na qualidade de seres racionais, livres e iguais" (RAWLS, 1997, p. 575). Em *Justiça e democracia* (1998), contudo, há um distanciamento da noção de Kant, uma vez que Rawls considera que as partes entendem que estão sujeitas a determinadas limitações. Deste modo, em *O Liberalismo Político* (2000), Rawls segue a mesma ideia da obra de 1998, mas estende o princípio de autonomia para a política, afastando-se ainda mais da visão de autonomia como um valor ético, proposto por Kant. O autor formula, então, o conceito de *autonomia plena,* entendido como um ideal político constituidor das sociedades bem ordenadas. Nesta abordagem, há, novamente, os fundamentos da autonomia ética, definidos como a capacidade de formular as próprias preferências e concepções de bem, de validar reivindicações legítimas e de assumir a responsabilidade por suas escolhas. A *autonomia plena*, todavia, se realiza na vida pública, com a garantia das liberdades básicas. Nisto, é preciso ter em vista as condições de equidade, com princípios de justiça que abarquem o pluralismo, de modo a propiciar liberdades iguais para todos.

A teoria de John Rawls se encontra dentro do liberalismo. A autonomia liberal pode ser melhor entendida entrelaçada com noções de autodesenvolvimento, autodeterminação e autogoverno (CHRISTMAN, 2015). O foco está em assumir indivíduos que se distanciem relativamente de padrões sociais e ajam de acordo com os próprios valores, ciente de seus desejos e necessidades. É a capacidade de "perseguir nosso próprio bem à nossa própria maneira", sem que isso signifique privar os outros da sua liberdade (MILL, 2008, p. 15).

John Stuart Mill (2008 [1859]) entende, pois, a autonomia como um ideal político e social e um dos elementos para uma vida realizada. A autonomia seria relacionada à liberdade, que, por sua vez, se definiria pela delimitação de fronteiras entre a individualidade e a sociedade, cada qual com seus assuntos próprios e limites bem definidos.

A autonomia corresponderia, nesta vertente, à ausência de restrições às escolhas individuais, limitando a ação do Estado e de outros indivíduos sobre o que é considerado próprio do sujeito. É "uma afirmação do valor da vida de cada indivíduo, com suas concepções sobre como deseja vivê-la, que não poderiam ser restringidas em nome dos valores e do bem-estar de outros" (BIROLI, 2013, p. 16).

Assim, em resumo, Joel Feinberg (1989) estipulou quatro noções diferentes de autonomia para a filosofia moral e a política: 1) a capacidade de se autogovernar; 2) a condição real para o autogoverno; 3) um ideal pessoal; e 4) um conjunto de direitos que expressa a soberania de si mesmo. Em comum,

essas abordagens teriam a concepção de um sujeito apto a atuar, refletir e fazer escolhas baseado em razões próprias.

Essas concepções de autonomia, contudo, não são adotadas por todos os pensadores. Na próxima seção deste trabalho, será exposta a abordagem relacional, que considera a importância do contexto social nas realizações autônomas.

A VERTENTE RELACIONAL

A ideia de indivíduos autossuficientes e da autonomia individualista explicitada na seção anterior foi bastante criticada por teóricos, principalmente feministas, que afirmam que as escolhas e preferências são construídas em relação com o outro, não de maneira isolada. A partir disso, foi fundado o conceito de "autonomia relacional" (MACKENZIE; STOLJAR, 2000).

A concepção de autonomia relacional ressalta o papel das relações sociais no desenvolvimento e usufruto da autonomia, que seriam, portanto, constituidoras dela (MACKENZIE, 2014). Uma vez que autonomia pode ser entendida como o autogoverno com relações com outros, ela é associada tanto com autoconcepções próprias de cada pessoa, quanto com processos de deliberação e trocas de razões.

A abordagem relacional da autonomia evidencia, ainda, três âmbitos necessários para sua efetuação: possibilidades, habilidades e materialidades. Assim, "as escolhas de uma pessoa autônoma não devem ser apenas livres de obstruções (de outros ou de obstáculos internos), mas, para serem reais, essas escolhas devem estar socialmente, politicamente e economicamente a seu alcance" (OSHANA, 2003, p. 104).

É inserido na vertente relacional que Habermas discute a autonomia. Para o autor, a autonomia se desenvolve através do uso da linguagem, na ação comunicativa. A autonomia não estaria relacionada à autossuficiência, mas seria essencialmente política, adquirida de maneira intersubjetiva, através das trocas argumentativas que o indivíduo estabelece com os outros. Logo, a autonomia envolveria uma busca compartilhada por entendimento recíproco entre parceiros de interação, sendo diretamente relacionada à concepção habermasiana de sujeito, que, reflexivamente e por meio da linguagem, formula uma história de vida (MARQUES, 2013; HABERMAS, 1997).

Enfim, a noção de sujeito político em Habermas será mais bem trabalhada na próxima seção deste artigo.

O SUJEITO POLÍTICO

A teoria habermasiana entende o discurso racional como fonte de emancipação. Neste aspecto, o sujeito político é aquele construído na racionalidade, graças à troca dialógica realizada através da ação comunicativa. Por meio da linguagem, o indivíduo é capaz de expor suas demandas e se fazer entender por seus interlocutores, num movimento reflexivo em que revisa a si próprio e às suas necessidades

e preferências. Habermas entende que sociedade e indivíduos constituem-se mutuamente e que as interações permeadas pela linguagem racional auxiliam na constituição moral da sociedade, bem como na autorreflexão dos sujeitos (MARQUES, 2014).

Entretanto, o agir voltado para o entendimento não é uma atividade nata dos sujeitos. Estes desenvolvem suas capacidades políticas e competências argumentativas por meio de oportunidades de interlocução, nas quais

> (...) aprendem a formular pontos de vista, a serem reflexivos, a produzirem julgamentos críticos e trocá-los com os outros justificando a própria posição, conquistando assim sua autonomia e seu reconhecimento como interlocutores válidos e dignos de serem considerados (MARQUES, 2013, p. 01).

Somente através da troca argumentativa esclarecida, livre de coerções e buscando o bem-comum, ou seja, somente através da deliberação, pode-se construir, ao mesmo tempo, sociedade e sujeito. Assim, os princípios normativos da teoria deliberativa são necessários de aplicação. É preciso que demandas sejam passíveis de serem compartilhadas, defendidas e aceitas socialmente. Logo, colocar-se no papel do outro, fazendo um exercício reflexivo de reciprocidade, bem como justificar publicamente seus argumentos, fazendo uma "ponte entre a experiência subjetiva e a transparência intersubjetiva" (MARQUES, 2013, p. 03), é algo primordial para a constituição do sujeito.

A partir disto, pode-se pensar a construção do sujeito habermasiano por meio da autorrealização baseada em dois momentos: 1) a busca por uma autocompreensão ética; 2) emancipação por meio da conquista da autonomia política. A autocompreensão ética se dá na interação subjetiva do sujeito com outra pessoa, já que indivíduos buscam a afirmação positiva de suas escolhas por parte dos outros. A emancipação, por sua vez, ocorre através do desenvolvimento das habilidades deliberativas. A autonomia, aqui, como já adiantado no tópico anterior, é associada à autorreflexão, à capacidade de olhar para si de maneira crítica e envolver-se em deliberações de maneira responsiva (MARQUES, 2014; HABERMAS, 1997).

> De um lado, o sujeito se desenvolve e se autocompreende a partir de reconhecimentos recíprocos por meio dos quais os indivíduos definem suas identidades. Assim, o ponto de vista da reciprocidade pertence ao conhecimento interativo dos sujeitos falantes e agentes. De outro lado, o sujeito busca emancipação por meio da construção da autonomia, que depende da participação na interação linguística e requer o reconhecimento recíproco das identidades dos falantes. Não podemos deixar de salientar que a conquista da autonomia política, em seu viés relacional, depende de componentes externas aos sujeitos, ou seja, de dimensões comunicativas, sociais e institucionais que, consideradas as assimetrias de poder e de discurso, os permitam participar da vida pública, sendo respeitados, ouvidos e considerados (MARQUES, 2014, p. 232).

Assim, pode-se entender que são as interações dialógicas a base da construção do sujeito político habermasiano. Somente por meio do diálogo, competências discursivas e o exercício da autonomia se

fazem possíveis. São estes os elementos fundamentais para o desenvolvimento do autoentendimento e autorrealização, definidores da concepção de sujeito para Jürgen Habermas.

CONCLUSÕES

Jürgen Habermas tem como umas de suas maiores contribuições teóricas o desenvolvimento da ideia de ação comunicativa e de democracia deliberativa. A ação comunicativa seria o agir voltado para o entendimento mútuo, necessário à deliberação (HABERMAS, 1987). A deliberação, por sua vez, é a troca pública de razões entre indivíduos livres de coerção, buscando o bem-comum e, assim, a legitimidade das decisões tomadas. Neste aspecto, a autonomia para Habermas seria, principalmente, política, construída nas interações subjetivas, nas trocas dialógicas – nas deliberações públicas. A autonomia estaria relacionada, então, ao discurso – à ação comunicativa – e à autorreflexão crítica, isto é, à capacidade de se articular e rever seus posicionamentos a partir do outro, com sentimentos morais de empatia, solidariedade e reciprocidade (HABERMAS, 1997). Logo, a autonomia ampliaria a noção de Kant, de autonomia como princípio moral universal, e se projetaria como princípio de democracia.

Autonomia, concebida desta maneira, é também a base para a construção do sujeito político habermasiano. Importante salientar que o autor concede uma parte fundamental às interações sociais, perpassadas pela assunção do papel do outro, na ação autônoma do indivíduo, remetendo aos estudos de George Hebert Mead, forte influenciador de sua segunda fase de pensamento na formulação de teorias.

O sujeito político para Habermas é aquele que, por meio da linguagem, se faz entender, produzindo, moldando e mesmo alterando seu contexto, de modo a contribuir para o progresso moral e coletivo. Finalmente, as interações atuam como base para a construção de competências políticas e capacidades argumentativas e é por meio delas que os sujeitos se engajam em deliberações e promovem sua emancipação e mudança social.

REFERÊNCIAS

BIROLI, Flávia. **Autonomia e desigualdades de gênero:** contribuições do feminismo para a crítica democrática. Vinhedo: Editora Horizonte, 2013.

CHRISTMAN, John. Autonomy in moral and politcal philosophy. In.: **Standford Encyclopedia of Philosophy – online version.** Disponível em: <http://plato.stanford.edu/entries/autonomy-moral/>. Acesso em 9 Jun de 2017.

FEINBERG, Joel. Autonomy. In.: Christiman, John. **The Inner Citadel:** Essays on Individual Autonomy, New York: Oxford University Press, 1989.

FRANÇA, V. R. V.. L. Quéré: dos modelos da comunicação. **Revista Fronteira (UNISINOS)**, São Leopoldo, v. V, n.2, 2003, p. 37-51.

_____. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. Mead. In: PRIMO, Alex; OLIVEIRA, A.C.; NASCIMENTO, G.; RONSINI, V.M.. (Org.). **Comunicação e Interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008, p. 71-91.

FRANÇA, V. R. V.; SIMOES, P. G.. **Curso Básico de Teorias da Comunicação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

GOMES, W. Esfera pública política e comunicação em mudança estrutural da esfera pública. In: GOMES, W.; MAIA, R. **Comunicação e democracia:** problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. São Paulo: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. The Theory of Communicative Action. Vol. II - **Lifeworld and System:** a Critique of Functionalism Reason. Boston: Beacon Press, 1987.

_____. Morality, Society and Ethics – an interview Torben Hviid Nielsen. **Acta Sociologica**, n. 33, v. 2, 1990, p. 93-114.

_____. Further reflections on the public sphere. In.: CALHOUN, Craig (Ed.). **Habermas and the public sphere**. Baskerville: The MIT Press, 1992, p. 421-461.

_____. **Direito e Democracia.** vol. II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

HERDY, Rachel. Habermas, pragmatismo e direito. **Kriterion**, Belo Horizonte , v. 50, n. 119, 2009, p. 43-61. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-512X2009000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 9 Jun. 2017.

HUPFFER, Haide Maria. O princípio da autonomia na ética kantiana e sua recepção na obra Direito e Democracia de Jürgen Habermas. **Anima: Revista Eletrônica do Curso de Direito da Oper**, v. 5, 2011, p. 142-163. Disponível em: <http://www.anima-opet.com.br/pdf/anima5-Seleta-Externa/Haide-Maria-Hupffer.pdf>. Acesso em: 9 Jun. 2017.

KANT, Immanuel. Fundamentação da Metafísica dos Costumes. **Tradução e notas de Antônio**

Pinto de Carvalho. São Paulo: Companhia Editorial Nacional, 1964 [1785]

MACKENZIE, Catriona; STOLJAR, Natalie. Eds. **Relational Autonomy:** Feminist perspectives on autonomy, agency ans the social self. New York: Oxford University Press, 2000.

MARQUES, A. C. S.. A ética do discurso e a formação do sujeito político em Habermas. **Cadernos da Escola do Legislativo**, v. 15, 2013, p. 3-25.

_____. Sujeito (verbete). In: FRANÇA, Vera Veiga; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (orgs.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS):** Trajetória, conceitos e pesquisa em Comunicação. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG, 2014, p. 131-137.

MILL, John Stuart. **On liberty**. Sioux Falls: New Visions Publications, 2008 [1859].

OSHANA, Marina**.** How much do we should value autonomy?. In: PAUL, Ellen Frankel; MILLER JR, Fred D. e PAUL, Jeffrey (Eds**.). Autonomy**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003, p. 99-126.

RAWLS, John**. Uma Teoria da Justiça.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **Justiça e Democracia**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

_____. **O Liberalismo Político**. São Paulo: Ática, 2000.

WAALS, Cornelis de. **Sobre pragmatismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

REPRESENTAÇÕES DO FEMININO EM JOGOS DE VIDEOGAME:

Uma reflexão crítica

Marcos Maia
(CEFET-MG Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Posling – Programa de Pós-graduação em Estudos de Linguagens; marcosroteirista@gmail.com)

RESUMO
Este trabalho busca traçar um panorama histórico das representações femininas em jogos de videogame, a partir de reflexão do autor, usando imagens elaboradas pelos produtores dos jogos, distribuídas em divulgação e nos sites oficiais dos jogos escolhidos. Buscou-se na semiótica social, partindo dos conceitos de Hodge e Kress (1988), o referencial teórico de base, com uso de categorias de análise da Gramática do Design Visual com Kress e Van Leeuwen (2006). Considerando a impressão de que esse mercado foi predominantemente composto por homens, mas tem cada vez mais mulheres tanto no desenvolvimento quanto no consumo, é possível perceber o reflexo na mudança dessas representações que acompanha o desenvolvimento tecnológico, gráfico e das narrativas.

PALAVRAS-CHAVE
Representação; Feminino; Videogames; Gramática do design visual; Semiótica social.

ABSTRACT
This article seeks to draw a historical overview of the female representations in video game games, based on the author's reflection, using images elaborated by game producers, distributed in the official game sites. Based on the concepts of Hodge and Kress (1988), the basic theoretical reference was used in the social semiotics, using categories of analysis of the Visual Design Grammar with Kress and Van Leeuwen (2006). Considering the impression that this market was predominantly composed of men, but has more and more women in both development and consumption, it is possible to perceive the reflex in the change of these representations that accompanies the technological, graphic and narrative development.

KEYWORDS
Representation. Female. Video games. Grammar of visual design. Social semiotics.

INTRODUÇÃO

Existe a impressão de que o mundo dos videogames é predominantemente marcado pela presença masculina desde seu surgimento, quando se considera a diferença dos gêneros em relação à participação em eventos especializados, como *Electronic Entertainment Expo* (E3), Brasil Game Show (BGS), *Gamescom*, entre outros, tanto como consumidores, quanto produtores. Os créditos dos jogos revelam uma predominância de homens nas produções antigas, número que vai sendo modificado conforme a progressão dos anos. Segundo informações do banco de dados "*a Gender Pay Gap database*", do Reino Unido, divulgado no *Game Industry* (2018), os salários das mulheres são 14,47% menor em relação aos dos homens neste setor. Na produtora britânica Rockstar North, a diferença é de 64% maior para os homens. Podemos perceber uma disparidade de forças no setor de games em favor dos homens, visto que é o público para o qual foi principalmente endereçado e que teve contato com as tecnologias que possibilitaram o surgimento e crescimento desse mercado tal como tantos outros mercados, seguindo a lógica social que restringia, no passado, o acesso feminino. A continuidade dessa cultura de predomínio dos homens nesse e em outros produtos culturais vêm se chocando com a crescente participação das mulheres tanto como consumidoras desses produtos, quanto produtoras. Conforme "Pesquisa Game Brasil" (2017), em 2013, as mulheres eram 41% do total de jogadores, sendo que, em 2017, passou para 53,6%.

Com a presença feminina cada vez mais relevante nas duas pontas dessas produções culturais, a crítica e o debate sobre a representação das personagens femininas nos jogos intensificam-se, suscitando maior engajamento e uma análise crítica sobre como vem sendo trabalhada essas representações por esse mercado.

Tal como o cinema, televisão, quadrinhos e demais suportes de difusão de mensagens e ideias, os jogos de videogame refletem e impactam a forma como as pessoas se veem representadas e veem os demais grupos sociais representados em suas narrativas. Portanto, é preciso refletir sobre os elementos que compõem essas representações sociais.

Para desenvolver este estudo, utilizamos como recorte para elaborar uma materialidade discursiva as imagens das personagens femininas de maior relevância no mundo dos games, conforme pesquisa exploratória, utilizando como critério de seleção dessas personagens sua participação como protagonista ou coadjuvante indispensável ao enredo do jogo. Usaremos as imagens oficiais das personagens fornecidas pelos desenvolvedores do jogo, tendo como fonte principal os sites oficiais criados para divulgação das informações dos games, focando, portanto, na instância de produção das mensagens.

Para os objetivos propostos, buscamos a semiótica social como referencial teórico, utilizando abordagem multimodal, com algumas categorias de Análise da Gramática do Design Visual proposta por Kress e Van Leeuwen (2006), que possibilita uma análise estruturada da utilização dos elementos visuais para produzir significados nas sociedades contemporâneas ocidentais.

Optamos por abordar as franquias amplamente reconhecidas, com ênfase nas representações atuais das personagens escolhidas – última edição do jogo de cada franquia –, mencionando as alterações históricas da personagem para contextualização, quando necessário. Dentre as personagens a serem

utilizadas para análise reflexiva, cuja descrição e o design do personagem são contemplados, estão: Princesa Peach, da franquia "Mário", Zelda, de "Zelda", Chun-Li, de "Street fighter", Ellie, de "The last of us", e Max Caulfield, de "Life is strange", buscando oferecer uma variedade nos gêneros de jogos e abarcado uma maior temporalidade na criação dessas personagens, iniciando pela mais antiga até chegar a mais recente. A escolha das personagens se deve à popularidade em relação ao panorama geral das personagens femininas e seus títulos serem amplamente conhecidos entre os jogadores habituais.

Dentre algumas hipóteses iniciais, pretendemos verificar a diferença da posição social da personagem feminina em relação ao personagem masculino, principalmente quando estão no mesmo título, percebendo diferenças marcantes, incluindo a assimetria de importância na trama e na divulgação, além da forma como são apresentados. Foi possível perceber mudanças de representação dentre as personagens das análises conforme o progresso temporal, permitindo que se estabelecesse, neste estudo, três paradigmas de representação: a "donzela em perigo", a "*femme fatale*" e a "garota (in)comum".

Esta análise faz parte de uma pesquisa mais abrangente que busca compreender a produção de representações sociais da mulher em diferentes mídias como base para a elaboração da dissertação de mestrado do autor, sobre construção discursiva do feminismo.

AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DOS JOGOS À LUZ DA SEMIÓTICA SOCIAL

Jogos eletrônicos utilizam-se de diversas modalidades e, portanto, seria interessante analisar os personagens e suas representações sociais a partir de uma metodologia que permita associação de significação, representação e identidade social.

A semiótica social tem foco no processo de significação, situando-o como parte da construção social. A semiótica é "o estudo da semiose, dos processos e efeitos da produção, reprodução e circulação de significados em todas as formas, usados por todos os tipos de agentes da comunicação", conforme Hodge e Kress (1988, p. 261).

O significado deriva da função representativa ou mimética que a mensagem desempenha e do processo social no qual ele ocorre. No plano mimético, a mensagem funciona como representação.

Na representação, ocorre um complexo processo de produção, na medida que esse último pode ser considerado como resultado da história cultural, social e psicológica de quem produz o signo. A representação é um processo no qual:

> […] o produtor de um signo, seja adulto ou criança, tenta fazer a representação de algum objeto ou entidade seja ele físico ou semiótico, e no qual o seu interesse naquele objeto no ponto de fazer a representação é complexo e acontece conectado com a história cultural, social e psicológica do produtor do signo é produzido (KRESS; VAN LEUWEN, 1996, p. 06)

Ao escolher uma representação, o ator social o faz com referência ao que, no seu entendimento,

pode ser considerado o modo mais apto e plausível naquele contexto e naquela cultura. O processo de representação não é um objeto em si, mas um aspecto do que é representado.

Os significados interativos são expressos pelo tipo de interação estabelecida entre os participantes representados (as mulheres), os produtores de imagens (produtoras dos jogos) e os espectadores (possíveis jogadores, amigos, familiares, etc.).

Vários modos semióticos, como linguagem, imagem, música, gestos, arquitetura, dentre outros, são realizados a partir de várias modalidades sensoriais: visual, auditiva, tátil, olfativa, gustativa e cinética (KRESS, 2010). Para o autor, modos são recursos semióticos socialmente enquadrados e culturalmente dados para produzir significado.

Em vista da pouca textualidade verbal encontrada sobre personagens femininas nos sites oficias que foram consultados, escolhemos as imagens de divulgação, estabelecendo a modalidade visual como base para as análises.

A comunicação visual "não só representa o mundo, mas também estabelece uma interação social, com ou sem o acompanhamento do texto escrito, constituindo-se, assim, em um tipo de texto reconhecível e dotado de uma unidade de sentido significativa" (KRESS; VAN LEEWEN, 1996).

As categorias de análise da Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEEWEN, 2006) que usamos como referência incluem:

Metafunção ideacional, que avalia relação entre os objetos retratados em um sistema representacional e as suas conexões com o mundo, verificando as representações narrativas (através da observação da ação dentro da própria imagem) e conceituais (através da hierarquização e relativização entre os elementos próximos);

Função interpessoal, que verifica a relação entre o produtor de um signo, o seu receptor e o objeto representado, por meio da observação do olhar dos objetos ou elementos, sendo as mulheres como *participantes representados* (PR) enquanto personagens femininas e o interlocutor ou possível jogador como *participantes interactantes* (PI);

E, por último, a *Metafunção textual*, que diz respeito aos modos semióticos, verificando saliência (contraste, uso de cores, tamanho), moldura e o valor da informação (posição dentro da imagem), variando do *ideal* ao *real* (cima para baixo) e do *dado* ao *novo* (esquerda para direita).

UMA PROGRESSÃO DE REPRESENTAÇÕES

Observando o histórico dos jogos de videogame, propomos três formas recorrentes de representação das personagens femininas que nos ajuda a entender a progressão dessas representações: a "donzela em perigo", a "*femme fatale*" e a "garota (in)comum".

A DONZELA EM PERIGO: A PRIMEIRA ABORDAGEM DO GÊNERO FEMININO NOS GAMES

Quando os primeiros videogames começaram a ser produzidos, os jogos eram, no geral, um emaranhado de formas geométricas e placar com pontuação. A partir do momento em que foi possível criar um design mais elaborado para os personagens, pôde-se desenvolve-las com características psicológicas que as diferenciavam, motivações e uma história que justificava os objetivos e dinâmica do jogo.

Surge o primeiro personagem que ganharia grande notoriedade: "Mario". Seu jogo inovava por trazer uma motivação que não era a simples somatória de pontos, mas atingir um objetivo, ultrapassando um obstáculo: salvar a princesa raptada, "Princesa Peach" – a primeira donzela em perigo dos videogames –, superando os desafios da jornada, que incluíam o ambiente e os antagonistas.

Figura 1 – Princesa Peach, jogos da franquia "Mário", console Nintendo
Fonte: montagem com imagens do site http://pt.mario.wikia.com/wiki/Princesa_Peach

O lançamento de Mario aconteceu em 1985. No ano seguinte, seguindo a premissa "herói salva princesa", é lançado o jogo Zelda. Neste caso, o título do jogo é o nome da princesa e não do herói protagonista, Link, fato que pode ser justificado por uma trama um pouco mais elaborada.

A história de Zelda se passa no mundo fictício de Hyrule, onde existe a relíquia "triforce", composta por três partes que representam as virtudes: coragem, sabedoria e poder, que, juntas, podem alterar o mundo. O antagonista da trama, Ganondorf (simbolicamente representa o poder), busca se apossar da relíquia, raptando a princesa Zelda (representa a sabedoria) e, assim, culmina a jornada do herói, protagonizada por Link (representa a coragem), em busca do resgate da princesa. A construção simbólica de uma complementaridade entre as três personagens mais importantes proporciona uma relevância maior da princesa na mitologia mais complexa da série, embora ela ainda seja apenas mais uma "princesa que precisa ser salva". Variavelmente, essas "donzelas em perigo" se tornam personagens jogáveis e protagonistas em algumas edições especiais desses jogos, ganhando mais camadas de significação e detalhamento.

Capturamos as imagens da página oficial do jogo Zelda no site da Nintendo (Figuras 2, 3, 4 e 5) e não encontramos nenhuma menção direta à personagem-título. Na imagem da capa (Figura 2) figura somente o herói protagonista. Há várias aparições do herói em miniaturas e outros formatos ao longo do site.

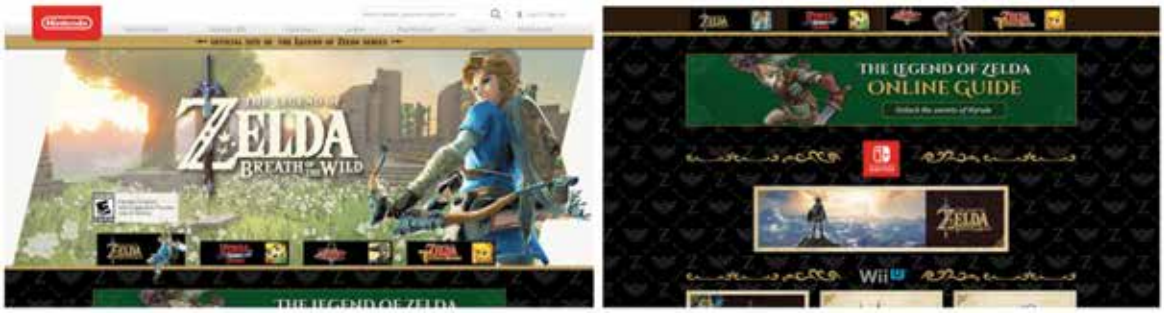


Figura 2 – Primeira página do site oficial do jogo Zelda, console Nintendo
Fonte: http://www.zelda.com/

Dentre quatro versões da capa do site, a segunda revela a única imagem que encontramos a princesa Zelda retratada como uma guerreira.

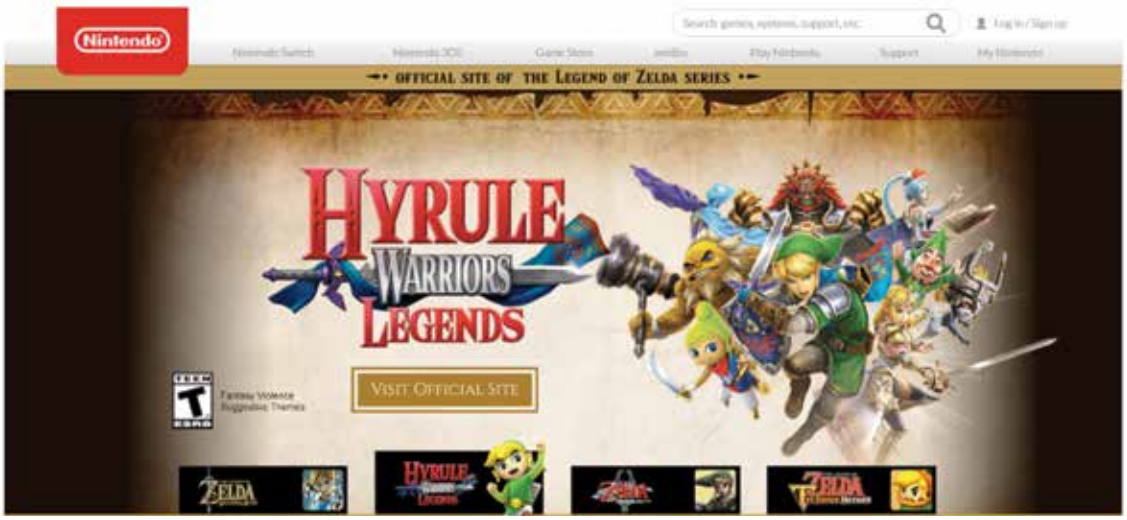


Figura 3 – Segunda imagem da capa do site
Fonte: http://www.zelda.com/

A segunda imagem de capa (Figura 3) retrata a princesa em forma de guerreira, pois, na versão do jogo mencionado nesta imagem, ela é uma das personagens jogáveis. Tem pouco destaque apesar de estar lado a lado do protagonista, que está em primeiro plano, à frente da princesa, e em tamanho aumentado em relação a ela. O destaque ao herói protagonista Link também é enaltecido por um vetor criado pela espada que faz parte do logotipo com o título *Hyrule Warriors Legends* à esquerda.

As cores também demonstram a diferença do tratamento de ambos, pois, enquanto as cores do personagem Link ganham destaque no contraste com o fundo, sendo também bastante saturadas, as cores da princesa quase se misturam com as cores do plano de fundo, causando apagamento, já que elas são claras e de baixa saturação, ao contrário dos demais personagens. Conforme Kress e Van Leeuwen (2001), a cor funciona como um dispositivo formal capaz de representar ideias, atitudes, ressaltar informações, estabelecer coerência e coesão nos textos. Podemos perceber, nesta imagem, que a única personagem cuja cor se confunde com o plano de fundo é a personagem-título. Os demais

personagens têm cores saturadas e de alto contraste, que mantêm coerência em relação à tipografia do título à esquerda da imagem, sendo que essas personagens também possuem cores encontradas nos elementos da logo, fato que acentua o apagamento da princesa Zelda.

O herói Link e a princesa Zelda estão voltados para direções opostas causando sensação de distanciamento. Na Figura 3, podemos perceber uma diferença entre a direção do olhar do protagonista que volta-se para o interlocutor, criando relação de proximidade num olhar de demanda, enquanto a personagem feminina está voltada à direita do quadro, para alguma informação não presente nesta imagem, ou seja, olhar subjetivo em uma perspectiva de oferta. Mesmo os demais personagens masculinos desta imagem, cujos corpos estão voltados para fora da página, nas variadas direções, estão com o olhar voltado para o interlocutor, mantendo a aproximação com o participante interactante (PI) tal como o protagonista. Além disso, esses personagens reforçam a saliência do herói, ao projetar vetores em diferentes direções, a partir do protagonista. A falta de interação no olhar de Zelda também pode ser percebido nas outras imagens colhidas no site oficial da franquia (Figuras 4 e 5).

Figura 4 – Ilustração da Princesa Zelda
Fonte: http://www.zelda.com/

Na Figura 4, temos Zelda à direita e o logotipo do jogo em destaque à esquerda. Conforme postula a gramática visual, à esquerda temos o que é dado, a informação conhecida, e à direita, o novo, a informação desconhecida. Podemos considerar que a imagem nos traz o novo visual da princesa para o jogo que está sendo divulgado "*The Legendo f Zelda – Breath of the Wild*". A personagem está com roupas que dão mais movimentação e transmitem ideia de conforto, apesar de parecer usar um espartilho. O cabelo da princesa é preso em cima e solto embaixo, podendo sugerir determinação, mas, também, leveza e graciosidade. Nesta ilustração, a cor do plano de fundo é próxima da cor do cabelo da protagonista. Como forma de aumentar seu destaque, está envolta de um grafismo escuro que contrasta com sua figura e a cor do seu cabelo, a colocando em primeiro plano. A princesa segura um artefato com a mão esquerda que se assemelha a um livro ou tábua com inscrições, permitindo associação com

conhecimento ou sabedoria, virtude que lhe é atribuída na mitologia da série. Seus olhos estão na altura do interlocutor, embora seu olhar volta-se, novamente, para fora da página, criando relação de afastamento com o interlocutor, num efeito de objetividade, olhar de oferta que não exige interatividade, ao contrário do que ocorre em relação ao protagonista Link (Figuras 4 e 6). A direção do olhar cria, ainda, um vetor que leva o interlocutor ao cabo da espada que está entrelaçada com a letra "Z" do título do jogo, cuja posição direciona o olhar ao título completo.

Figura 5 - Ilustração Zelda e Link
Fonte: http://www.zelda.com/

Na segunda imagem conceitual (Figura 5), a princesa Zelda está com os olhos fechados e as mãos juntas, como se fizesse uma prece para o herói protagonista que está logo abaixo dela. O gesto das mãos unidas também tem conotação de entrega e pedido de piedade, conforme a historicidade cristã do gesto, revelando uma intertextualidade constituinte da interdiscursividade (FAIRCLOUGH, 2003).

O mesmo recurso gráfico utilizado para destacar a personagem na Figura 4, se aplica aqui (Figura 5) para destacar o protagonista Link, submetendo-a ao plano de fundo, como nas demais imagens de divulgação em que está acompanhada. Enquanto o herói possui uma postura agressiva, de ataque – portando uma espada, inclusive – a princesa está concentrada, como se fosse uma sacerdotisa. As folhas ao redor de seu rosto criam a sensação de movimento do vento, de forma leve, junto com o movimento dos cabelos, trazendo, também, uma áurea de sagrado, como se agisse uma força maior em relação à sua prece ou se fosse sua própria força espiritual abençoando o herói (que irá salvá-la). Essa sensação de movimentação que começa suave em torno da princesa, continua, de forma brusca, com o grafismo que circunda o herói, criando uma relação de continuidade que cria um vetor da princesa Zelda para o herói Link, valorizando-o.

Como na maioria das imagens, há o distanciamento social da princesa com o interlocutor, pois, apesar de estar em posição simétrica, ao contrário das anteriores em que está sempre em posição oblíqua, aqui, está com os olhos fechados, mantendo o afastamento e a formalidade. Em contrapartida, o herói está com olhar voltado para o interlocutor, mantendo a relação de envolvimento com o interactante (PI).

A posição superior da princesa Zelda na imagem e sua proporção aumentada e em segundo plano em relação ao protagonista reafirmam as conotações de sagrado, sacerdotisa e de prece. Em muitos jogos deste tipo, não raro, as personagens femininas possuem esses ares de sacerdotisa e podem possuir poderes relacionados à cura, geralmente curando o herói protagonista.

Enquanto a princesa Peach é um arquétipo para donzela, Zelda está mais para sacerdotisa. Uma curiosidade é que, em ambos os casos, as princesas são loiras, remetendo ao padrão de beleza eurocêntrico medieval. Nos dois jogos, a personagem feminina serve como pretexto para que o homem evolua na narrativa, ganhe experiência, força, tenha um par romântico, ainda que apenas de forma idealizada, sem a realização da união romântica. Neste agrupamento proposto "donzela em perigo", a personagem feminina é quase um adereço, por mais elaborada que seja a trama e relativamente sua participação, serve de plano de fundo para o herói protagonista.

A *FEMME FATALE*: A EXPLORAÇÃO DOS ATRIBUTOS FÍSICOS EM PERSONAGENS FEMININAS

O primeiro jogo de luta de grande repercussão no mundo ocidental foi Street Fighter, lançado em 1987, mas foi sua segunda edição, em 1991, que alcançou grande sucesso e criou as bases para os jogos de luta posteriores.

Na segunda edição do jogo, surge a primeira e única personagem feminina em jogos até então, Chun-Li. A personagem não é necessariamente uma *femme fatale* – durante o jogo, suas técnicas e falas não remetem ao estereótipo de mulher sedutora perigosa. Entretanto, seus golpes são todos baseados em movimentos de chute, com aberturas de pernas e giros, sendo que suas pernas são seu ponto forte e atributo físico de maior destaque – considerando que os atributos físicos são fundamentais em jogos de luta.

Ao explorar o site oficial da franquia, temos em destaque uma animação promocional (Figura 6) de uma edição do jogo: "Street Fighter V".

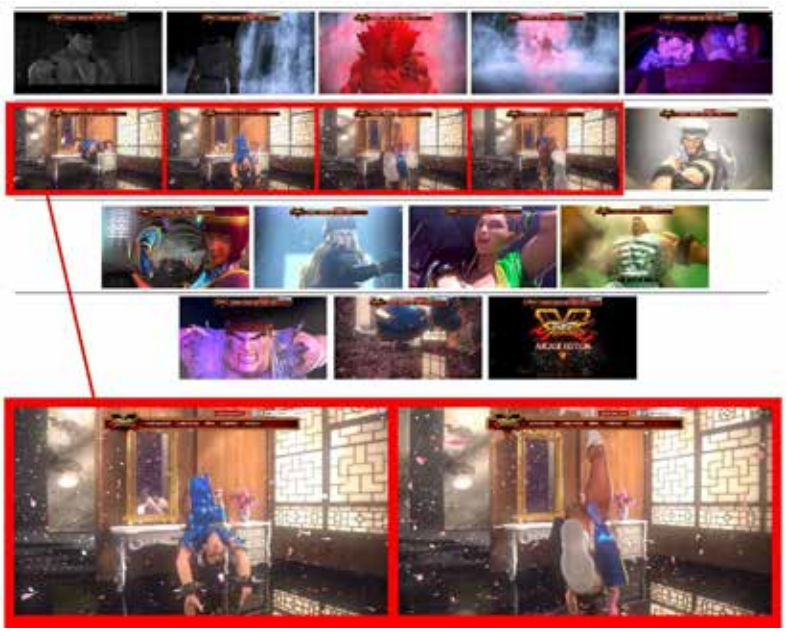


Figura 6 – Animação de abertura na página inicial do jogo Street Fighter (destaque em Chun-Li)
Fonte: montagem do autor com base em frames obtidos no site https://streetfighter.com/?lang=pt-br

A animação (Figura 6) começa com Riu, o protagonista da série, que está meditando quando chega seu antagonista, Akuma (que possui cabelos vermelhos), com quem entra em embate. Na sequência, uma coletânea de clipes de diversos personagens, sendo a primeira delas, Chun-Li, que antecede um personagem masculino (árabe) estreante nessa edição, seguido por três personagens femininas, outro masculino (musculoso) e, por fim, retoma com rápidos trechos de Riu e Chun-Li novamente, quando encerra com o título do jogo.

Fica aparente a importância da personagem Chun-Li, a julgar que, junto com o protagonista Riu, são os únicos aparecer mais de uma vez na animação promocional. No entanto, ao contrário de todos os personagens do vídeo promocional, Chun-Li é a única a não ter seu rosto em destaque, pois, nas duas vezes em que aparece, está executando um movimento de luta. A presença feminina é grande nesta animação, pois, dos seis personagens que aparecem rapidamente após o embate do protagonista Riu, quatro são mulheres – mais da metade. Entretanto, a mulher mais importante da franquia é retratada de um ângulo baixo.

Assim que surge na tela, Chun-Li está dando um salto para trás, com um espelho ao fundo. O espelho instiga a curiosidade e está ali como um elemento que amplifica as conotações sexuais da cena, pois a virilha da personagem está no centro da tela neste momento. Em que situação possível, a personagem estaria em frente ao espelho e daria um salto para trás repentinamente? A presença em frente ao espelho sugere um momento íntimo, estaria se arrumando ou algo semelhante, mas a movimentação pode sugerir alguém invadindo seu espaço. Na segunda aparição, mais curta, está dando um salto lateral, que mantém a coesão com a primeira aparição, mas não revela nenhum motivo para a movimentação, além da exposição gratuita do corpo.

A segunda rápida aparição pode ter o intuito de justificar a primeira cena, marcando a

personagem como uma ágil e habilidosa lutadora, o que faz sentido contrastando com os demais que não aparecem de forma tão dinâmica, mas não há como negar o apelo sexual. Essa relação com seu estilo mais dinâmico, cheio de saltos, faz sentido com o histórico da personagem, que tem seus movimentos baseados nas pernas – quando surge na segunda edição da franquia, sendo a única mulher do jogo.

Os movimentos da Chun-Li possuem enquadramento oblíquo, geralmente mostrando o corpo em uma distância maior, planos mais abertos, diferente de Riu, em que se prioriza o contato visual direto, planos fechados, contato de demanda, num ângulo alto.

Nesta edição, o número de mulheres é alto, estando "comportadas" na animação, o que poderia indicar um alinhamento mais respeitoso a elas, e, provavelmente, a personagem Chun-Li estaria atrelada a outro momento da franquia, quando a presença feminina se justificava utilizando um enquadramento que explorava a sexualidade das personagens mulheres, não dando o mesmo tratamento que é dado aos personagens masculinos. Essa dinâmica criada para personagem em seu surgimento, e que a acompanha até as versões atuais, foca nas pernas, giros, e saltos que tiravam e ainda tiram o foco do rosto da personagem. Podemos perceber nos jogos de luta, em que as personagens femininas são numerosas, que o olhar e o corpo não estão voltados para o jogador, ao contrário dos personagens masculinos.

Kress e van Leeuwen (2006) postulam que imagens em que os participantes representados – personagens dos jogos, nesse caso – voltam o olhar diretamente para o observador e imagens onde não acontece esse contato possuem uma diferença fundamental: quando os participantes representados olham diretamente para o observador (jogador, interlocutor), cria-se uma conexão entre ambos que, além do contato visual constituído, demonstra um "ato de imagem", o olhar ou gesto do participante representado demanda uma interação do observador, exige que ele constitua um tipo de relação imaginária com essa representação.

Nesta animação, além de Chun-Li, outras três personagens femininas estão presentes. As demais personagens estão em ângulo alto, plano próximo denotando intimidade. O olhar delas se dirige ao observador-jogador. Como as três são retratadas de forma respeitosa, poderíamos pensar ser a Chun-Li uma exceção, mas não é o que se percebe quando analisamos a página dedicada aos personagens (Figura 7).

Figura 7 – Página "Personagens" do site oficial do jogo Street Fighter
Fonte: https://streetfighter.com/?lang=pt-br

Nenhum dos personagens masculinos está retratado da cintura para baixo, em ângulo baixo, com exceção de "Vega", em que vemos uma pequena parte da área útil destinada à ilustração sendo ocupada por suas pernas. Os demais personagens masculinos estão retratados da cintura para cima, em ângulo na altura dos olhos do observador, em outros casos, estão em ângulo mais alto, mas enquadrados sempre em plano médio, da cintura para cima. Todavia, as personagens femininas estão, em sua maioria, retratadas em poses sensuais ou o enquadramento é sugestivamente sensualizado. As exceções são: "Karin", uma personagem com estilo vitoriano europeu, e "Kolin", uma mulher russa com vestimenta adequada ao tema da personagem: mulher russa com habilidades ligadas ao gelo. Há ainda a "Laura", que não está em pose provocante ou retratada de forma sensualizada, mas, apesar de vestir calças, usa uma blusinha curta, com parte dos seios, a barriga e umbigo à mostra. Muitas fazem poses provocantes, incoerente com o contexto de lutadoras, tal como "Juri", cujos seios estão no centro da ilustração, ou "Menat", que está com uma perna flexionada, realçando o contorno das nádegas, enquanto as demais estão em poses de luta ou agressividade, mas com um enquadramento sugestivo, como "Ibuki", que está sendo retratada de baixo para cima (enquadramento *contra-plongée*), criando tensão especulativa, já que usa uma saia. Outra personagem, "R. Mika", está com rosto oculto, mas de costas, com as nádegas expostas, e "Cammy" está sendo retratada também em *contra-plongée*, com as pernas juntas como se escorregasse, estando sua virilha no centro ótico da ilustração. A própria Chun-Li, tal como Menat, está com a perna

em primeiro plano, flexionada e, embora eça esteja em pose mais ofensiva, sua parte de baixo da roupa está à mostra. A ilustração é a mesma usada nas divulgações oficiais, como na arte a seguir (Figura 8).

Figura 8 – Arte conceitual da Chun-Li para o jogo Street Fighter V
Fonte: https://streetfighter.com/?lang=pt-br

O vestuário de Chun-Li quase não mudou ao longo da história da personagem, tendo adotado uma calça em alguns poucos jogos, também azul, seguindo o design do restante do seu vestuário. Na sequência, as calças foram descartadas e, na maioria dos jogos, ela utiliza o mesmo traje da ilustração (Figura 8), com poucas variações. É possível perceber a diferença da coloração das pernas em relação ao rosto e braços, levando a crer que ela usa meia-calça – não muito adequado para lutas, como a narrativa do jogo propõe.

Os vetores criados pelos movimentos e posição dos braços e pernas da personagem deixam as nádegas da personagem exatamente no centro da ação do seu corpo. As duas ondas azuis mais próximas à personagem, que remetem ao movimento de suas pernas, criam dois círculos cuja intersecção deixa exatamente o encontro das nádegas ao centro. A saliência dá-se pelo movimento simulado, colocando em evidencia as pernas da personagem, percorrendo o trajeto sugerido. Seu rosto não faz parte da ordem de leitura proposta pela imagem, estando desarticulado da composição.

Para Hodge e Kress (1988, p. 05), "a mensagem tem direcionalidade – ela tem uma origem e uma meta, um contexto social e um objetivo". Na Figura 8, podemos inferir que seu estilo de luta e movimentos são pretexto para explorar imageticamente sua sensualidade, expondo de forma vulgar o corpo feminino, em um contexto de luta – o que não ocorre com os personagens masculinos.

Jogos de luta, em geral, não possuem um desenvolvimento muito profundo dos personagens, pois, apesar de possuírem modo de jogo que possui uma narrativa, o modo padrão é de disputas um contra um, em que personagens são caracterizados por pequenas falas, suas vestimentas e movimentos. Por isso, a criação de seu design recorre à estereótipos que facilitem o entendimento do jogador a respeito da personagem – o personagem bêbado, o campeão, o mestre, o ninja, o feiticeiro, colegial,

militar, entre tantos outros. Mas, para as personagens femininas, a utilização da sexualidade de forma aparente é muito recorrente. Muitos títulos nos jogos de luta possuem algumas *femme fatale*, mas mesmo as que não se enquadram neste estereótipo podem ser sensualizadas de forma vulgar e apelativa, explorando a sexualidade da participante representada (PR).

John Berger (1974) diz que a mulher é representada de uma maneira bastante diferente do homem, pois se privilegia um espectador "ideal", entendido como um sujeito masculino heterossexual, sendo essa representação feminina, portanto, construída para agradá-lo.

GAROTA (IN)COMUM: UMA ABORDAGEM MAIS VEROSSÍMIL

O jogo de ação "Last of Us", lançado em 2013, traz a personagem "Ellie", uma jovem adolescente, e "Joel", seu pai adotivo, formando uma dupla de protagonista que buscam sobreviver num mundo pós-apocalíptico após um fungo ter sofrido mutação e transformar pessoas em monstros canibais.

Na primeira edição do jogo, o protagonista jogável foi Joel, mas, na sequência, Ellie torna-se a personagem principal, contando com uma personalidade desenvolvida de forma mais aprofundada. "Ellie é uma jovem corajosa muito sábia para sua pouca idade", conforme a descrição na página oficial do jogo (Figura 9). A página traz no início um vídeo promocional do jogo.

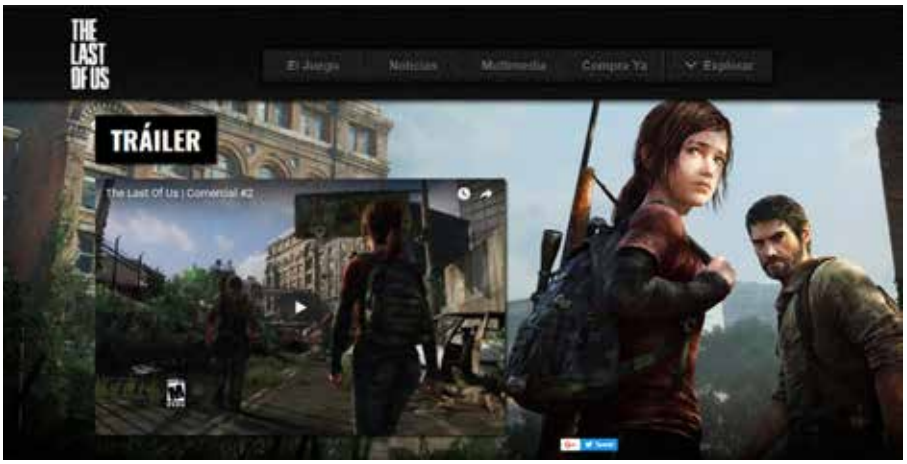


Figura 9 – Página inicial do site oficial do jogo The Last Of Us
http://www.thelastofus.playstation.com/

Tanto na imagem de fundo em que os dois estão olhando para trás – em relação à direção do próprio corpo –, quanto na imagem inicial do vídeo em que estão de costas, Ellie está em evidência. Está de mochila e vestida na mesma proporção que o personagem masculino, tal como nas demais imagens promocionais que seguem esse padrão. Suas roupas e representação estão em conformidade com a estética visual do jogo.

O olhar de ambos os personagens não se volta para o interlocutor, causando efeito de objetividade e oferta. Nesta primeira imagem da capa do site (Figura 9), podemos perceber o destaque que o rosto

da personagem Ellie ganha com o jogo de luzes, que valoriza suas expressões, além da proximidade conforme o enquadramento. Mesmo no vídeo, à esquerda da imagem principal, no primeiro quadro, Ellie continua em primeiro plano.

A caracterização da personagem Ellie é adequada a seu contexto, tal como no caso do jogo "*Life is strange*", que tem uma história aparentemente mais leve, mas possivelmente mais sensível e contemporânea que *Last of Us*. Podemos perceber, na página inicial do site oficial sobre o jogo, alguns indícios da abordagem.

Figura 10 – Página inicial do site do Jogo Life is Strange
https://www.lifeisstrange.com/en-us/games/before-the-storm

Na imagem de capa do site (Figura 10), à esquerda, temos o rosto da personagem protagonista, a jovem "Max Coulfield". Essa parte da imagem traz elementos gráficos relacionados ao período de estudo de jovens, como caderno ou diário, invocando o clima de questões de adolescentes, por ser, de fato, do que se trata o jogo. É uma representação que cria uma relação de significação por proximidade com as questões típicas de um jovem estudante. Ao lado direito, o ambiente de um quarto de adolescente típico.

Do lado esquerdo, o rosto da personagem está em enquadramento que causa aproximação, plano próximo, criando a mesma aproximação social que observamos em *Last of Us*, mas, neste caso, o olhar da personagem representada (PR) está em simetria com o personagem interactante (PI), com contato em função de demanda e com maior apelo à interação. Do lado esquerdo, portanto, está o dado, os signos ligados a escola, elementos conhecidos do público-alvo, informação conhecida. Já o lado direito traz o novo, um ambiente rico em elementos que trazem uma série de significantes e significados que poderão ser explorados durante o desenrolar do jogo, formando uma composição menos genérica e mais voltada ao universo específico da personagem. Os dois lados formam duas molduras principais que agrupam os dois conjuntos de informações diferentes.

Lançado em 2015, boa parte do jogo se passa na Blackwell Academy, escola em que Max, ao completar dezoito anos, começa a estudar fotografia. A escola está localizada em uma cidade fictícia de Arcadia Bay, nos Estados Unidos. Recém-chegada na cidade, a personagem percebe a tensão pelo desaparecimento de uma garota, "Rachel Amber", que era namorada de "Chloe", a melhor amiga que Max não via há cinco anos, antes de se mudar para essa escola. A maior parte da interação se dá

pelos diálogos, mas a protagonista pode voltar no tempo com uma habilidade sobrenatural inexplicável podendo alterar os rumos de alguns acontecimentos. Boa parte da dinâmica de relacionamento ocorre com Chloe, sua melhor amiga e interesse romântico.

Figura 11 – Capa do jogo Life is Strange
Fonte: https://games.mercadolivre.com.br/games/life-is-strange-xbox-360

A Figura 11 é a principal imagem de divulgação do jogo *Life is Strange*, podendo ser encontrada nas capas da distribuição física do jogo. Em alguns casos, a figura 10 – a parte da esquerda, em preto e branco – também é utilizada como opção de capa. Podemos perceber que, em ambas, temos elementos que remetem a caderno, rabiscos, colagem e elementos do tipo. No entanto, na figura 11, há o destaque para uma foto colorida da protagonista, que remete ao interesse da personagem por fotografia. Nas duas figuras, é possível perceber o olhar da personagem representada (PR) em simetria com o personagem interactante (PI), com contato em função de demanda e com maior apelo à interação.

SÍNTESE DAS ANÁLISES

Podemos perceber alteração nas formas de representação das mulheres nos jogos, que parecem ganhar camadas de complexidade conforme progride a qualidade visual e a complexidade das narrativas dos jogos. A partir do observado nas imagens dos três paradigmas de representação que propostos, as metafunções parecem sofrer alterações entre um paradigma e outro.

Na metafunção textual, as características como saliência (contraste, uso de cores, tamanho), moldura e valor da informação (posição dentro da imagem) não colocam a personagem feminina no mesmo patamar do personagem masculino no primeiro caso – "donzela em perigo", evoluindo para uma equalização em relação a quantidade de personagens e espaço ocupado no caso das "*femme fatales*",

e tendo o foco e destaque no caso da "garota (in)comum" – o foco é dado à personagem feminina que ganha destaque sobre o personagem masculino.

A metafunção interpessoal, no primeiro caso, não indica interação entre personagem feminina – participante representada (PR) – em relação ao participante interactante (PI) – o jogador ou espectador –, sendo que, na segunda abordagem, há o olhar de demanda, mas de forma diferente do que acontece com o personagem masculino, pois existe menos formalidade e a interação feminina é mais provocativa e insinuante, com as personagens femininas em posição oblíqua e ângulos que alteram a direção do olhar do interactante, enquanto que, no terceiro caso, o olhar da participante representada (PR) é de demanda em interação com o participante interactante (PI), mas, aqui, colocando-a numa posição de simetria só observada com os personagens masculinos nos paradigmas anteriores de representação.

A metafunção ideacional traz mudança nas representações narrativas e conceituais. Conforme as análises da representação narrativa, a personagem feminina direciona o vetor para o nome do jogo ou para o personagem masculino, no primeiro caso (donzela em perigo), ganhando participação na ação no segundo caso (*femme fatale*), mas tendo como meta, principalmente, sua sensualidade. No terceiro caso, as personagens femininas são, ao mesmo tempo, ator e meta, não direcionando ao personagem masculino título ou outro elemento, sendo elas mesmas o destaque, mas sem algum elemento do corpo em destaque como no caso anterior. Já as representações conceituais estabelecem uma relação de superioridade marcante do personagem masculino sobre o feminino no primeiro paradigma, uma relação de aparente equivalência no segundo paradigma e, finalmente, a personagem feminina em posição superior no terceiro paradigma.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou estabelecer três paradigmas de representações femininas ao longo da história das produções de jogos, a partir da análise das imagens de divulgação dessas personagens, contextualizando sua criação, narrativa e relações estabelecidas nos jogos dos quais fazem parte.

O primeiro paradigma é o das donzelas em perigo, de pouca relevância real para os jogadores num primeiro momento. Essa representação parece se inspirar nos contos e fada e na cultura nórdica, com princesas que usam a cor rosa, vestidos e possuem cabelos claros. Traz uma imagem da mulher que se liga à valores conservadores, colocando-a na posição submissa, pano de fundo para narrativas de personagens masculinos e, ocasionalmente, explora-se a tensão romântica entre o protagonista e a "donzela em perigo", mas de forma ingênua e sutil. No entanto, a personagem feminina jamais obtém algum protagonismo ou tem sua imagem valorizada de forma marcante. Mesmo no jogo Zelda, em que a princesa é personagem-título do jogo e representando um terço da importância na história, conforme a própria mitologia criada, em todas as representações observadas, sua importância resume-se a enaltecer o protagonista ou o próprio título do jogo. Parece que, se eliminarmos a personagem do jogo e colocarmos simplesmente um objeto, a diferença seria mínima para a narrativa e os propósitos

do game. Há a sensação de apagamento da personagem feminina, que é quase um adereço. O público desses jogos situa-se a partir do infantil, classificação geralmente livre.

O segundo paradigma parece ser voltado para um público já mais maduro que o anterior, a partir do juvenil. Temos outra abordagem da mulher, sendo explorada aqui a sensualidade, passando pela hiperssexualização, que se liga a uma atitude mais agressiva da personagem. Nesta perspectiva, a mulher, ao contrário da anterior, que era ingênua e pacífica, assume, ao mesmo tempo, uma postura agressiva e sexualizada. Parece haver algum conceito norteador que relaciona o caráter agressivo à utilização dos atributos físicos como parte da construção visual da personagem. Tanto as expressões quanto o vestuário e movimentos são provocativos, insinuantes e/ou agressivos.

O terceiro paradigma nos traz uma representação mais verossímil, relativamente ponderada, já sem a passividade e apagamento do primeiro caso ou a postura provocativa e hiperssexualizada como no segundo caso. As personagens estão mais vestidas e de forma melhor contextualizada com a realidade diegética em que estão inseridas. Também possuem mais complexidade: mais camadas de conteúdo psicológico, melhor construção das narrativas e visual mais elaborados. Entretanto, apesar de fugir da caricaturização dos paradigmas anteriores, trazendo uma representação mais contemporânea, não temos muita representatividade da diversidade de mulheres, pois este paradigma não se afasta do biótipo que possui presença massiva na publicidade, TV, cinema, quadrinhos, etc., sendo difícil encontrar caracteres de diferentes etnias ou grupos sociais. E, apesar de o vestuário "cobrir" melhor o corpo, as roupas ainda são justas e revelam as medidas consideradas ideais.

A forma de representação feminina pode ser considerada, ao mesmo tempo, o resultado de uma cultura de significação da mulher num contexto cultural específico, um aspecto apreendido pelos produtores dessas representações, uma forma de manutenção dessas representações pela apreensão que fazem os jogadores na sua formação dos significados acerca dessas representações, entre outras possibilidades na dinâmica social.

Através da categorização das representações femininas nos jogos de videogame, a partir dos paradigmas propostos, busca-se contribuir com o avanço em estudos de linguagem, estudos sociais e estudos interessados nas representações sociais femininas, neste caso, em intersecção com os estudos sobre o mercado e a arte dos videogames.

Apesar de ser possível perceber progresso das representações femininas de um paradigma para outro, ainda é preciso haver amadurecimento do mercado e dos produtores de jogos para que as imagens produzidas sejam, de fato, representativas, considerando o imenso e diversificado contingente de mulheres e promovendo um equilíbrio entre os gêneros nos diferentes aspectos da interação das imagens com os interlocutores.

REFERÊNCIAS

BERGER, John. **Modos de ver**. Barcelona: Gustavo Gili, 1974.

CAPCOM. **Street fitghter V arcade edition**. Disponível em: <https://streetfighter.com/?lang=pt-br>. Acesso em: 18 abr. 2017.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse:** textual analysis for social research. London; New York: Routledge, 2003.

GAMES INDUSTRY. **Gender pay gaps revealed across leading uk games firms**. 2018. Disponível em: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-04-04-gender-pay-gaps-revealed-across-leading-uk-games-firms>. Acesso em: 23 abr. 2018.

HODGE, R.; KRESS, G. **Social Semiotics**. London: Polity Press, 1988.

KRESS, G. **Multimodality:** a social semiotic approach to communication. London & New York: Routledge, 2010.

KRESS, G; VAN LEEUWEN, T. **Reading images:** the grammar of visual design. London/New York: Routledge, 1996.

_____. **Multimodal Discourse:** The modes and media of contemporary communication. London: Arnold, 2001.

_____. **Reading images:** the gramar of visual design. 2ª ed. London: Routledge, 2006.

NAUGHTHY DOG. **The last of us**. 2017. Disponível em: <http://www.thelastofus.playstation.com/>. Acesso em: 13 mai. 2017.

NINTENDO. **Portal Super Mario**. 2017. Disponível em: <https://www.nintendo.pt/Jogos/Portal-Nintendo/Portal-Super-Mario/Portal-Super-Mario-627604.html>. Acesso em 13 de mai. de 2017.

_____. **The Legend of Zelda**. 2017. Disponível em: <http://www.zelda.com/>. Acesso em 13 de mai. de 2017.

PESQUISA GAME BRASIL. **Perfil gamer brasileiro – Sioux**. 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2108318/mod_folder/content/0/Perfil%20do%20Gamer%20Brasileiro%20-%20Sioux.pdf?forcedownload=1>. Acesso em: 20 set. 2017.

SQUARE ENIX. **Life is strange – before the storm**. Disponível em: <https://www.lifeisstrange.com/en-us/games/before-the-storm>. Acesso em: 13 mai. 2013.

A MULHER E A HQ:
Uma reflexão teórica sobre a representação feminina nos quadrinhos

Nara Bretas
(Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET/MG); narabretaslage@hotmail.com)

RESUMO
Com a emergência de discursos feministas e da luta pelo empoderamento da mulher, quadrinistas mulheres têm usado as Histórias em Quadrinhos (HQs) e o ambiente digital como espaços de enunciação, onde elas constroem uma imagem de si, como mulheres e artistas, a fim de se representarem e se fazerem representadas. Neste contexto, surgiu a série Mulheres, da ilustradora Carol Rossetti. Na obra, divulgada inicialmente em sua página do Facebook, Carol começou a desenhar mulheres, reais e fictícias, com a proposta de uma abordagem inclusiva. Ou seja, retratar mulheres a partir de uma perspectiva feminista, de forma a representá-las em seus mais variados corpos, identidades, etc. Pensando nisto, este artigo faz uma reflexão teórica, de caráter inicial, sobre a representação da mulher nos quadrinhos a partir da série de Rossetti.

PALAVRAS-CHAVE
História em Quadrinhos; Feminismo; Gênero; Representação; Mulheres.

ABSTRACT
With the emergence of feminist discourses and the struggle for the empowerment of women, female comics authors have used Comics (HQs) and digital environment spaces of enunciation, where they construct an image of themselves as women and artists, in order to represent themselves and to be represented. In these circumstances, the Mulheres series, by illustrator Carol Rossetti appeared. In the work, initially disclosed on her Facebook, Carol began to draw women, real and fictional, with the proposing of an inclusive approach. Which means, portraying, from a feminist perspective, women and represent the diversity of their bodies and identities. With this in mind, this article makes a theoretical reflection on the representation of women in comics based on Rosetti's works.

KEYWORDS
Comic; Feminism; Genre; Representation; Women.

INTRODUÇÃO

A importância desta pesquisa está na relevância dos assuntos abordados, visto que discutir a representação do eu-mulher nos quadrinhos, sob uma ótica feminista, é uma tentativa de promover reflexões por vezes deixadas de lado em estudos de Histórias em Quadrinhos[1] (HQs) e de gênero. Para isto, traçamos um breve, e também inicial, panorama histórico das mulheres nas HQs do Brasil, a fim de entender o cenário em que as artistas vêm se estabelecendo no país. Outro ponto abordado é a contextualização sobre a obra *Mulheres* e sua criadora, para que, assim, seja possível entender um pouco do universo por trás da obra e, então, refletir sobre a questão da representação da mulher nos quadrinhos. É importante ressaltar, no entanto, que este artigo é um esforço inicial da autora para o desenvolvimento da pesquisa de doutorado ainda em andamento, e que, por isso, trata-se de um trabalho primário que precisa ser aprofundado.

A MULHER E A HQ

Desde o surgimento do mercado dos quadrinhos até os dias atuais, as mulheres são, muitas vezes, representadas por e para os homens (ROBBINS, 2008). Em relação à evolução das personagens feministas na indústria do quadrinho mundial, há consenso de que, à medida que os movimentos feministas e de liberação da mulher eclodiram ao redor do mundo, as personagens mulheres dos quadrinhos passaram a ter maior destaque e visibilidade (LUYTEN, 2002; KALLOL, 2015; OLIVEIRA, 2007), o que fez com que algumas conquistassem, pela primeira vez, revistas próprias, como é o caso da Mulher Maravilha.

Os autores também ressaltam que, nos quadrinhos contemporâneos, este cenário vem passando por mudanças, já que muitos HQs reposicionam as mulheres, colocando-as em um papel de emancipação. Contudo, com base nas ideias de Branco e Brandão (1989), entendemos que as personagens femininas concebidas por homens não representam as mulheres, visto que também foram baseadas em concepções machistas do momento em que surgiram. Essa perspectiva é compartilhada por Siqueira e Vieira (2009), que ponderam que as personagens mulheres criadas por homens ao longo da história são, muitas vezes, representações das visões machistas de seu tempo e, por isto, aparecem retratadas de forma estereotipada, sexualizada e com a uma personalidade ingênua e romântica. Assim, apesar de entender a importância das pesquisas que abordam a retratação feminina por artistas homens, o que nos interessa neste trabalho é a representação da mulher feita por quadrinistas mulheres. É importante destacar que, quando falamos em "quadrinistas mulheres", nos referimos a ilustradoras, cartunistas, chargistas, roteiristas, editoras, etc.

Vale ressaltar ainda que, aqui, consideramos que as representações "apontam para um desejo social, produzem normas e revelam sistemas de valores" (CHARAUDEAU, 2013, p. 47). Além disso, a partir das ideias de Arfuch (2003), entendemos as narrativas de si, chamadas pela autora de "narrativas

1 - Consideramos as Histórias em Quadrinhos a partir da perspectiva de Ramos (2011). Para o autor, as HQs se configuram em um hipergênero que apresenta características comuns compartilhadas por variados gêneros autônomos, que são estabelecidos e nomeados de diversas maneiras. Tais gêneros, portanto, fazem uso da linguagem dos quadrinhos para conceber um texto de tendências narrativas em um contexto sociocognitivamente concebido em uma situação de interação.

autobiográficas", como o lugar em que se desenham as narrativas singulares, vivenciadas e auto-vivenciadas a partir dos relatos de uma vida que revelam os atos coletivos. Ou seja, são relatos individuais, mas, ao mesmo tempo, coletivos, uma vez que vários sujeitos podem se identificar com os mesmos, já que eles oferecem uma imediata possibilidade de auto-reconhecimento. Assim, no caso específico deste trabalho, partimos do princípio de que, ao construírem personagens mulheres, as quadrinistas estão o fazendo a partir de realidades e vivências[2] conhecidas por elas e da ideia do eu-mulher. Neste sentido, entendemos o espaço biográfico, como uma

> (...) confluência de múltiplas formas, gêneros e horizontes de expectativas – supõe um interessante campo de indagações. Permite uma consideração de especificidades respectivas sem perder de sua dimensão relacional, sua interatividade temática e pragmática, seus usos nas diferentes esferas da comunicação e da ação (ARFUCH, 2003, p. 58-59).

Essa construção do eu-mulher nas várias formas de mídia – aqui, especificamente nos quadrinhos –, é feita a partir do que Charaudeau e Maingueneau (2014) entendem como *ethos* discursivo, ou seja, uma referência às modalidades verbais da representação de si na interação verbal. Para eles, o *ethos* "designa a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutório" (CHARAUDEAU, MAINGUENEAU, 2014, p. 220). Neste sentido, eles entendem que o enunciador deve legitimar seu dizer, atribuindo-se uma posição institucional e marcando sua relação a um saber. Segundo os autores, o *ethos* pode, também, ser traduzido no tom, que tem relação tanto com o escrito como com o falado, e pode ser associado à "dupla figura do enunciador", que possui um caráter e uma corporeidade.

O CENÁRIO BRASILEIRO DA MULHER E A HQ

No Brasil, não existem livros ou artigos acadêmicos que façam o levantamento histórico e bibliográfico das HQs produzidas por mulheres. Mesmo assim, alguns trabalhos que transitam pela temática das mulheres e a HQ foram publicados, como, por exemplo, Bernardi (2016); Fonseca, Coan e Horta (2015); Luyten (2002), e, nestes, há a concordância de que Nair de Teffé (1886-1981), que assinava sob o pseudônimo de Rian, é a primeira quadrinista de que se tem registro no país. Filha do Barão de Teffé e esposa do então presidente Marechal Hermes da Fonseca, Teffé começou sua carreira em Paris, em 1909, fazendo *portraits*-charges predominantemente políticas. Entretanto, dar como certo o pioneirismo de Nair é ignorar o fato de que, nos primórdios dos quadrinhos, muitas mulheres assinavam seus trabalhos com pseudônimos e que outras, pelo preconceito e o machismo de suas épocas, tinham seus trabalhos publicados em cenas independentes, fatos estes que podem dificultar

2 - Arfuch (2003) cita Gadamer (1977) para falar que a vivência é a vida voltada para algo "além de si mesma". O vivido é, segundo a autora, vivido a todo o momento por "nós mesmos" e tem relação com a vida como um todo. Ou seja, a vivência é "pinçada" do segmento da vida no mesmo momento que faz referência ao seu todo. "Esse *além* de si mesma de cada vida em particular é talvez o que ressoa como inquietude existencial, nas narrativas autobiográficas" (ARFUCH, 2003, p. 39).

o levantamento e registro destas obras.

A título de definição, neste trabalho, assim como as artistas da revista *Risca!* (2015), trataremos de precursoras das HQs no País e não pioneiras, uma vez que não há material bibliográfico suficiente para assegurar essa afirmação. Poucos são, também, os registros das obras de quadrinistas nos anos iniciais da nona arte no Brasil. Um dos únicos levantamentos deste gênero foi feito em uma linha do tempo[3] por Fonseca, Coan e Horta (2015), que apresenta as mulheres quadrinistas brasileiras de 1909 a 1990 (Figura 1). Entretanto, como o objetivo deste trabalho não é o levantamento histórico destas artistas, falaremos, aqui, brevemente sobre algumas daquelas que são destaque, para, então, partirmos para uma abordagem mais contemporânea sobre as quadrinistas mulheres no Brasil e as mulheres desenhadas por elas, mais especificamente da cena das artistas de HQ em Belo Horizonte, cidade onde reside Carol Rossetti.

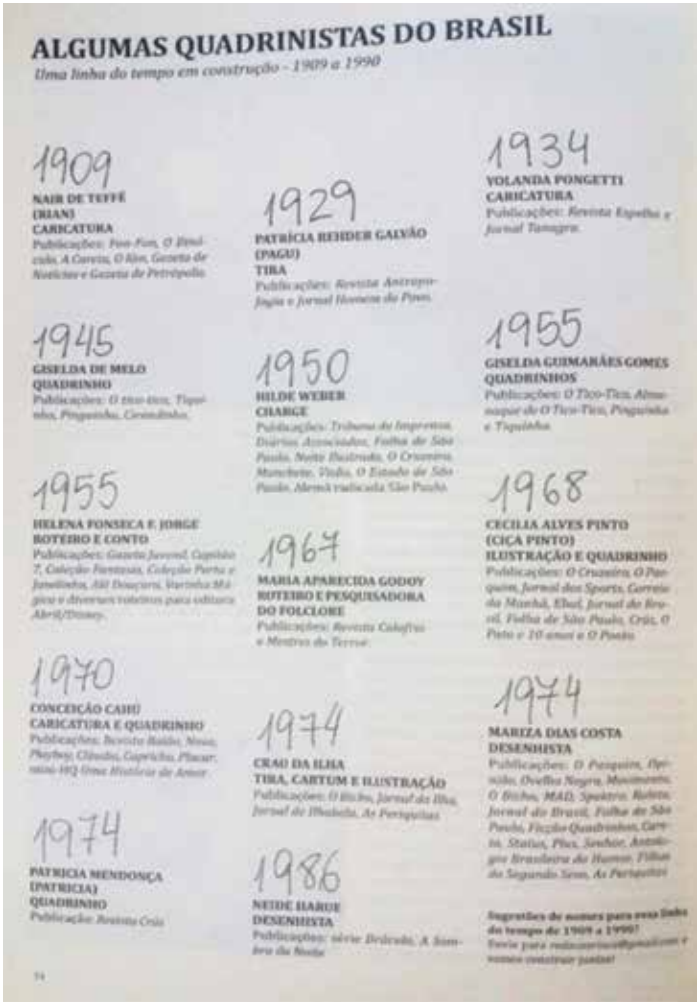


Figura 1 - Linha do Tempo Quadrinistas Brasileiras
Fonte: Revista Risca! (2015)

3 - Vale ressaltar aqui que, apesar de fazer apenas uma breve introdução de nomes de mulheres quadrinistas da *Revista Risca!,* as autoras trazem mais informações sobre tais artistas no *site* do *Lady's Comics*, bastando apenas efetuar uma busca pelos nomes destas artistas de HQs. Ainda assim, percebe-se a necessidade de um aprofundamento em relação a estas mulheres e seus trabalhos, já que se trata apenas de um levantamento inicial destas informações.

Outra artista apontada como precursora da HQ no país é Patrícia Galvão (1910-1962), a Pagu, conhecida escritora, poeta, desenhista, cartunista, jornalista e militante política brasileira. Pagu lançou, junto ao seu marido, o escritor Oswald de Andrade, o semanário *O Homem do Povo*, em 1931, em que publicou as oito tiras de sua série *Malakabeça, Fanika e Kabelluda*. A personagem *Kabelluda* é considerada por muitos um alter ego da artista, que era vista como uma mulher além de seu tempo por não obedecer aos estereótipos esperados para as mulheres de sua época. Militante comunista, Pagu foi a primeira mulher presa por motivações políticas no Brasil, razões estas que também levaram *Kabelluda* à prisão em uma das tiras (Figura 2).

De acordo com Arfuch (2003), a vida não existe antes da narração. Para a autora, a narração de uma vida não representa algo que já existe, ela impõe forma e sentido à vida a partir da narração. Vemos no trabalho de Pagu, portanto, um exemplo de uma quadrinista mulher apresentando uma personagem feminina a partir de suas vivências, construindo um eu-mulher na representação de *Kabelluda*, que rompe com o padrão de sua época a partir de sua narrativa de vida.

Figura 2 - Tira da série *Malakabeça, Fanika e Kabelluda.* PAGU, 1931
Fonte: *Lady's Comics*

Outra artista destaque nos quadrinhos no Brasil é Hilde Weber (1913-1994). De origem alemã, ela fez um trabalho inédito no país, a reportagem desenhada. Em 1950, integrou a recém-fundada *Tribuna da Imprensa*, no Rio de Janeiro, trabalhando como chargista a convite de Carlos Lacerda. As caricaturas de Getúlio Vargas e a crítica política são símbolos da obra da artista. Uma das brasileiras mais conhecidas entre as mulheres produtoras de quadrinhos é Cecília Alves Pinto[4], a Ciça. Com sua tira *O Pato*, publicada no jornal *Folha de S. Paulo* de meados dos anos 1970 até 1985, ela também foi colaboradora do *Pasquim* em sua primeira e segunda fase e, por 20 anos, publicou seus trabalhos em grandes jornais brasileiros. Em 2009, ganhou o 21º Troféu HQ Mix na categoria "Grande Mestre".

Segundo Fonseca, Coan e Horta (2015), em sua série *Bel*, do suplemento feminino da *Folha*, Ciça usava sua vivência com a filha para produzir as tiras (Figura 3). Vemos, neste caso, um registro do que Arfuch (2003) considera "fábula da (própria) vida". Ou seja, a vida narrada uma e outra vez, constituindo em verdade o objeto de toda narrativa autobiográfica. Ao usar o quadrinho como espaço biográfico, portanto, Ciça encena o *ethos* discursivo para legitimar seu dizer como eu-mulher e mãe,

4 - Disponível em: <http://ladyscomics.com.br/elc/portfolio/cica-pinto/>. Acesso: 27 de outubro de 2017.

levando, assim, leitoras a se identificarem com a narrativa de vida apresentada, reconhecendo a si mesmas nas mulheres da tira em suas relações entre mãe e filha.

Figura 3 - *Bel*, Ciça Pinto
Fonte: Lady's Comics

Maria Cláudia França Nogueira, mais conhecida como Crau da Ilha, começou seu trabalho nos anos 1970, com o quadrinho *underground*, e publicou suas obras inicialmente na revista *O Bicho*. Em 1997, idealizou a revista *Piriquita*, obra de humor gráfico que reunia apenar artistas mulheres[5], mas o periódico não chegou a ser editado na época, sendo lançada apenas em 2014 como revista-livro *As Piriquitas*, que teve como destaque a entrevista com a cartunista Laerte (Figura 4). A concepção de *Piriquita*, em 1994, é considerada, neste trabalho, um exemplo de que as mulheres quadrinistas, já neste período, buscavam formas de inserção no mercado de HQ e reconhecimento do trabalho das artistas mulheres.

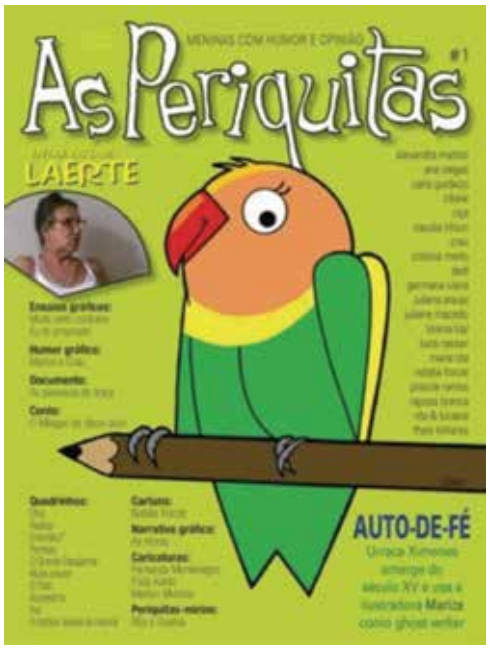


Figura 4 - As Piriquitas
Fonte: *Lady's Comics*

5 - Disponível em: <http://ladyscomics.com.br/elc/portfolio/crau-da-ilha/>. Acesso: 27 de outubro de 2017.

Outro nome de peso no quadrinho nacional é Laerte Coutinho (1951), cartunista e chargista transgênero brasileira. Com trabalhos publicados desde os anos 1970 em veículos como a *Balão*, *O Pasquim*, *Chiclete com Banana, Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, Laerte criou diversos personagens, como os *Piratas do Tietê* e *Overman*. De acordo com Ramos (2014), Laerte passou a se vestir e a referir a si com adjetivos femininos por volta de 2009, no mesmo período em que o personagem principal de sua série *Hugo* também aderiu ao travestimento, em uma tira divulgada no ambiente digital (Figura 5). Em 2010, Laerte se assumiu publicamente como mulher transgênero e passou a retratar em suas obras vivências de pessoas *trans* e a debater questões de gênero. Em relação ao vivido e sua imediaticidade, Arfuch (2003) diz se traduzir em uma voz que testemunha algo somente conhecido por ela. Ao relatar a experiência de uma mulher transgênero, portanto, Laerte se coloca como esta voz, acionando o *ethos* para falar de algo que ela conhece, o que pode gerar o reconhecimento de leitoras com esta narrativa.

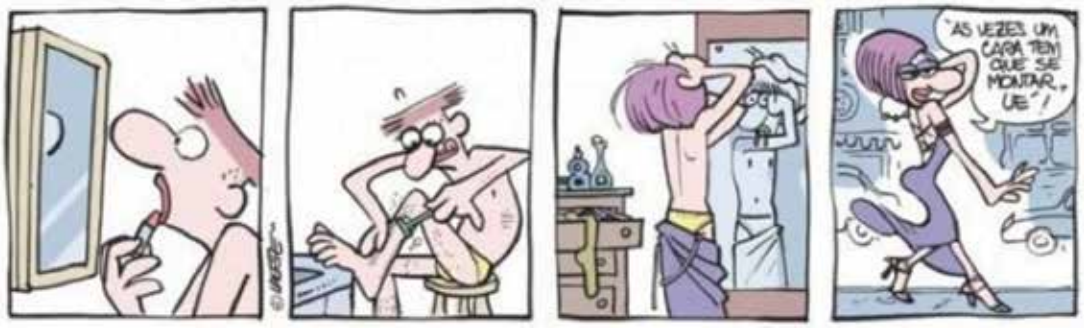


Figura 5 - Hugo
Fonte: <http://judao.com.br/o-misterioso-labirinto-da-obra-de-laerte/>

Luyten (2002) acredita que, durante praticamente todo o período exposto até aqui, mulheres quadrinistas também divulgavam suas obras no universo independente dos quadrinhos, como, por exemplo, em *Fanzines*. Além disso, de acordo com a autora,

> (...) na década de 1990 e 2000, porém, ocorre uma mudança com a participação das mulheres no cenário dos quadrinhos brasileiros. Começam a surgir muitas jovens desenhistas através de publicações independentes e franzinas na linha do Mangá, os quadrinhos japoneses. De início, tímidas, mais na linha imitativa do que criativa, pouco a pouco vão conquistando seu lugar também com novas propostas de roteiro retratando os problemas do cotidiano, das cidades quer de forma realista ou de ficção científica. Esta nova geração de desenhistas brasileiras do novo milênio se utiliza de outros meios, como a internet para difundir sua voz e sua estética. E são elas que estão preenchendo o espaço do mercado nacional de quadrinhos com novas propostas editoriais desenhando uma nova figura da mulher e colocando nos balões a fala que representa a juventude do país tentando sair dos estereótipos saídos da pena masculina (LUYTEN, 2002, p. 5).

Entende-se, portanto, as narrativas sequenciais "como outras formas de comunicação, transmitem valores que variam de sociedade para sociedade, em um processo de socialização que

ultrapassa fronteiras físicas e alcança o mundo digital, por meio da internet" (SIQUEIRA; VIEIRA, 2008, p. 181-182). Desta maneira, Trina Robbins (2008) afirma que a internet é o novo local para encontrar quadrinhos feitos por mulheres, pois, atualmente, apenas com um computador e uma fotocopiadora, qualquer pessoa com uma mensagem pode produzir seu próprio quadrinho. Segundo a autora, elas estão disponibilizando suas HQs neste ambiente, pois ali podem ser lidos por qualquer pessoa com acesso a um computador.

A partir destas premissas, podemos afirmar que as mulheres sempre fizeram e consumiram quadrinhos. Nos anos iniciais, entretanto, a publicação de HQs feitos por mulheres era, muitas vezes, assinada por pseudônimos. Além disso, consideramos, neste trabalho, que as mulheres sempre se representaram nas HQs de forma a narrar suas vivências e experiências a partir de uma perspectiva, mesmo que inconscientemente, feminista e mais real. Certamente, esta afirmação deve levar em conta a época em que cada trabalho foi publicado e o que era revolucionário para as mulheres destes períodos. Como todas as formas de mídia e arte, "as Histórias em Quadrinhos, tem como característica a materialização representativa da sociedade da qual está inserida" (GEREZ, 2005, p. 15). Consideramos, também, a hipótese reforçada por Arfuch (2003) de que, nestas narrativas ficcionais de auto-reapresentação, o que importa

> (...) não é tanto a "verdade" do ocorrido, mas sua construção narrativa, os modos de (se) nomear no relato, o vaivém da vivência ou da lembrança, o ponto do olhar, o que deixa a sombra; em última instância, que história (qual delas) alguém conta de si mesmo ou de *outro eu*. E é essa qualidade auto-reflexiva, esse caminho da narração, que será, afinal de contas, *significante*. No caso de formas testemunhais, tratar-se-á, além disso, da verdade, da capacidade narrativa do "fazer crer", das *provas* que o discurso consiga oferecer, nunca fora de suas estratégias de veridição, de suas marcas enunciativas e retóricas (ARFUCH, 2003, p. 73, grifos da autora).

Entendendo a importância da historicidade, Ecker e Steiner (2016) afirmam que a internet se tornou crucial para as organizações feministas atuais. Para elas, os principais grupos feministas do mundo se fazem presentes no ambiente digital, espaço este também fundamental para a emergência das mulheres quadrinistas. Por isso, consideramos que os discursos feministas e o cotidiano feminino que emergem delas são reflexos do momento e do contexto cultural e social em que foram construídas. A diferença entre os anos iniciais e o período atual é que, anteriormente, o mercado independente e as *fanzines* tinham menos visibilidade e alcance e, hoje, com o ambiente digital e as redes sociais digitais, as HQs produzidas por mulheres conseguem um alcance maior e com mais destaque. Mesmo que grandes editoras não demonstrem interesse em divulgar estes trabalhos, elas conseguem publicar livros contendo suas obras a partir de plataformas de financiamento coletivo, como *Catarse*[6]. Partindo destas perspectivas, apresentaremos o contexto atual das mulheres nas Histórias em Quadrinhos de Minas Gerais, mais especificamente de Belo Horizonte (BH), cidade em que reside a autora da série *Mulheres*, objeto deste trabalho.

6 - <http://ladyscomics.com.br/representacao-das-mulheres-nas-hqs>. Acesso em: 05 de outubro 2017.

O CENÁRIO BELO-HORIZONTINO DE MULHERES E HQS

Com obras inseridas no ambiente digital, as artistas mineiras, assim como muitas quadrinistas contemporâneas, buscam apresentar, a partir de suas obras, mulheres mais próximas de como gostariam de ser representadas, a partir de vivências de si e de outras mulheres, muitas vezes, usando no discurso de suas HQs o feminismo e a busca pelo empoderamento das mulheres. Assim, elas abordam temáticas caras ao universo feminino, que, geralmente, não aparecem nas grandes editoras.

Na cidade de Belo Horizonte - MG, o cenário dos quadrinhos é forte. Um exemplo é a realização bienal do Festival Internacional de Quadrinhos (FIQ), principal evento voltado aos HQ na América Latina. De acordo com Bernardi (2016), na edição mais recente, que ocorreu em 2015, entre as 36 mesas, palestras, conversas e atividades envolvendo quadrinistas, as mulheres foram atração em 29 e em 14 foram mediadoras, fazendo, portanto, parte de 80% das atrações do festival. Segundo a autora, 36 mulheres quadrinistas foram parte da programação fixa do FIQ 2015, sendo a maioria de brasileiras. Neste contexto, as quadrinistas têm buscado formas de se organizar e dar visibilidade as HQs produzidas por mulheres também na capital mineira. Uma das formas encontradas por elas é a criação de grupos e/ou coletivos de artistas com o intuito de informar sobre mulheres que produzem narrativas sequenciais em todo o mundo. Inseridos neste contexto de Minas Gerais, estão os coletivos *Lady's Comics: HQ não é só para o seu namorado*[7], e o *ZiNas*[8].

Criado em 2010, o *Lady's Comics* nasceu da iniciativa de três quadrinistas residentes em Belo Horizonte, Mariamma Fonseca, Luciana Cafaggi e Samanta Coan. O *blog* surgiu da necessidade percebida pelas artistas acerca do mercado de quadrinhos de encontrar, no ambiente virtual, um espaço para discussão e exposição das ilustradoras e quadrinistas. Além disso, com o intuito de reunir e dar visibilidade aos trabalhos de autoras brasileiras, o *Lady's* organizou o *Banco de Mulheres Quadrinistas* (BAMQ!), um sistema de auto-cadastro em que as artistas se registram (de acordo com nome, assinatura, cidade, estado e função), conhecem o trabalho de outras quadrinistas e também auxiliam na preservação da memória das HQs. Além disso, LCs produziu o primeiro evento sobre mulheres e quadrinhos no Brasil, o *Encontro Lady's*[9], e também um minidocumentário, *A representação das mulheres nas HQs*[10].

Com uma proposta parecida, o *ZiNas* surgiu em 2014, e é um coletivo formado por seis artistas mineiras: Aline Lemos, Ana Schirmer, Carol Rossetti, Day Lima, Carolita Cunha e Prisca Paes. Buscando relacionar seus trabalhos com movimentos feministas e de cultura *underground*, as *Zineiras*, como chamam a si mesmas, procuram se inserir em eventos de quadrinhos e cultura independente. Através da participação em feiras e exposições, portanto, elas buscam debater experimentalismos gráficos e temáticas feministas. Além disso, o grupo lança *zines* feministas de tempos em tempos, com trabalhos produzidos por elas e outras quadrinistas colaboradoras (Figura 6).

Inserida neste contexto está Carol Rossetti, que, além de publicações no *ZiNas,* também

7 - Disponível em: http://ladyscomics.com.br/ Acesso: 27 de outubro de 2017.
8 - Disponível em: http://zinaszineiras.wixsite.com/zinas Acesso: 27 de outubro de 2017.
9 - Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Primeiro-Encontro-Ladys-Comics/277705429095949?fref=ts>. Acesso em: 05 de outubro 2017.
10 - Disponível em: <http://ladyscomics.com.br/representacao-das-mulheres-nas-hqs>. Acesso em: 05 de outubro 2017.

disponibiliza seus trabalhos e séries de tiras em sua página do *Facebook*[11]. Neste sentido, a fim de entendermos um pouco mais sobre a autora e as motivações que a levaram a produzir quadrinhos com discursos feministas, apresentamos, no tópico a seguir, um breve perfil de Rossetti e uma explicitação da série *Mulheres* a partir da perspectiva da representação social do eu-mulher e do Feminismo Interseccional, vertente do movimento com a qual Carol se identifica.

Figura 6 - *Zine das Zinas,* Edição Aborto
Fonte: *ZiNas*[12]

CAROL ROSSETTI E SUAS *MULHERES*

Designer Gráfica por formação, Carol Rossetti é uma ilustradora feminista de Belo Horizonte, cujos principais trabalhos autorais são as séries *Mulheres* e *Cores*, ambas com grande repercussão no ambiente digital. Com obras marcadas pelo uso da aquarela, Rossetti também trabalha com artes comissionadas, ilustrações de livros e participação em eventos, bem como postais e prints vendidos em sua loja virtual[13]. Além disso, Carol é sócia do estúdio de Café com Chocolate Design, onde, em conjunto com seus dois sócios, divulga a maior parte de seu acervo de forma gratuita em seu *site* e em suas redes sociais digitais. Além disso, a ilustradora teve trabalhos expostos no *TED Women* 2015, em Monterey, e palestra ministrada no *TEDx Vinhedo 2015*, e foi destacada pelo *Facebook Stories* como exemplo de mulher atuante.

A série *Mulheres* nasceu em 2014, em uma tentativa da autora de se "obrigar" a fazer um desenho por dia. A proposta era retratar mulheres, reais e fictícias, a partir de uma perspectiva feminista e inclusiva. Inserida no hipergênero das HQs, entendemos que a série faz parte do gênero quadrinhos

11 - Disponível em: <https://www.facebook.com/carolrossettidesign/>. Acesso em 27 de outubro de 2017.
12 - Criado em 2011, o Catarse é a primeira e maior plataforma de *crowdfunding* brasileira. De acordo com Bernardi (2016, p. 18) "O financiamento coletivo é um caminho para que pessoas desenvolvam um projeto e coloquem um valor como meta – o público, por sua vez, escolhe apoiar financeiramente os projetos e, caso estes atinjam o valor desejado, eles podem então se tornar realidade". Desde sua criação até novembro de 2016, 18, 232 projetos na categoria de quadrinhos tiveram o financiamento feito a partir do *Catarse*. Destes, 35 eram projetos de autoria feminina. Disponível em: <https://www.catarse.me/?ref=ctrse_header>. Acesso em: 27 de outubro de 2017.
13 - Disponível em: <http://cafecomchocolate.tanlup.com/>. Acesso em: 27 de outubro de 2017.

digitais (LAGE, 2017), uma vez que foi produzida com a ajuda de aparatos tecnológicos digitais, em alguma parte do processo de criação, para ser inicialmente distribuída e divulgada no ambiente digital. No *Facebook*, o trabalho de Rossetti ganhou o mundo e foi traduzido para o inglês e espanhol. Com tanta visibilidade, Carol concebeu entrevistas para veículos midiáticos nacionais e internacionais, como a CNN, a *Cosmopolitan* e a *Huffington Post*. O sucesso da série chamou atenção de editoras, o que levou, em 2015, à publicação do livro (Figura 7) no Brasil pela editora *Sextante* e à venda dos direitos da obra para países como Estados Unidos, Espanha e México.

Figura 7 - Capa Livro Mulheres
Fonte: Café com Chocolate Design

A versão impressa traz todos os seus "retratos" e inclui, também, textos sobre as temáticas centrais tratadas em suas ilustrações, como corpo, estilo, identidade, relacionamento e ilustração. Na introdução da obra, Rossetti diz se identificar com o Feminismo Interseccional que, para ela,

> Significa que não acho suficiente lutar contra o machismo propriamente dito. Acredito que a luta só é eficiente se for inclusiva e construir um ambiente seguro para todas as mulheres, e para isso acontecer é preciso levar outras questões em consideração e considera-las parte inseparável do feminismo. Pessoas de várias etnias devem ser incluídas e o racismo deve ser combatido. Pessoas com necessidades especiais devem ser incluídas e os desafios devem ser levados em consideração. Pessoas trans devem ser incluídas e a transfobia deve ser repudiada. Pessoas homossexuais, bissexuais, pansexuais, assexuais devem ser incluídas e a diversidade sexual deve ser combatida. Pessoas com doenças mentais devem ser incluídas e o estigma que elas carregam também deve ser colocado em questão (ROSSETTI, 2015, s/p).

Rossetti (2015) afirma que, apesar de ter uma abordagem sempre inclusiva, ela tem a consciência de que muitas pessoas não foram representadas em seu trabalho. Mas que, mesmo fazendo o possível

para representar pessoas da forma mais diversa possível e buscar inspirar outros a ampliarem estas representações em seus trabalhos, ela certamente não tem a pretensão de, sozinha, trazer a visibilidade necessária a todos.

> A representação é uma questão muito debatida dentro do feminismo. Quão ampla ela precisa ser? Quem o feminismo deve incluir e excluir? Quem pode, de fato, dizer como essa luta deve ser conduzida? Os homens devem ser ouvidos também? As pessoas devem ser mais ou menos ouvidas dependendo do quão oprimidas sejam? Não tenho resposta pronta para essas questões. Não sou a pessoa que vai determinar o que é ou não feminismo: eu tenho uma voz, mas não sou a voz do movimento (ROSSETTI, 2015, s/p).

Neste sentido, uma discussão sobre gênero e feminismo é necessária. Para Connell (2015, p. 47), "o gênero é uma questão de relações sociais dentro das quais indivíduos e grupos atuam". Connell (2016, p. 36) ressalta que "os movimentos feministas lutam por mudanças nas identidades, para que mulheres acessem esferas de ação tomadas por homens", realidade esta vivida atualmente pelas mulheres no mercado editorial dos quadrinhos. Arruda (2000) afirma que as teorias feministas repercutem as transformações pelas quais o mundo passa. Segundo a autora, as teóricas feministas destacam a relevância do contexto cultural histórico e emocional dos comportamentos sociais para estas pesquisas.

Ainda sobre o movimento feminista, Arruda (2000, p. 113) entende que ele foi "um dos responsáveis pela politização da vida privada, ao desvendar as relações de poder embutidas no convívio entre homens e mulheres, na família, na cama, além da esfera pública em geral". É o que também diz Connell (2016), ao considerar que grande parte das questões de gênero são de ordem patriarcal, ou seja, construídas a partir dos privilégios para os homens, ao passo que a mulher, enquanto grupo, é colocada em posição de subordinação e determinada por sua capacidade de "procriar". Por isso, a autora acrescenta que é importante observar a formação de identidades coletivas em diferentes movimentos de mulheres, que, no caso específico deste trabalho, seria a organização de mulheres quadrinistas em coletivos feministas e a busca pela representação no universo dos quadrinhos.

Citando Simone de Beauvoir e sua ideia de que a mulher não nasce mulher, torna-se mulher, Mackinnon (2016) reflete sobre o que define, então, uma mulher como tal.

> O que define a mulher como tal é o que excita os homens. Meninas boas são "atraentes", meninas más são "provocativas". A socialização de gênero é o processo por meio do qual mulheres passam a identificar a si próprias como seres sexuais, como seres que existem para homens. É o processo por meio do qual as mulheres internalizam (tornam delas mesmas) uma imagem masculina da sua sexualidade como sua identidade como mulheres (MACKINNON, 2016, p. 821).

Também discutindo a questão da identidade coletiva, Charaudeau e Maingueneau (2014) falam em representações sociais, que, para eles, são configuradas em discursos sociais testemunhados, seja em relação ao saber de conhecimento do mundo, ou ainda sobre o saber de crenças que fecham

sistemas de valores, a partir dos quais os indivíduos se beneficiam para pensar/julgar a realidade. Para eles, os discursos sociais são configurados de maneira explícita e objetiva, por imagens palavras ou expressões, ou de maneira implícita e por alusão, como em discursos publicitários. "Esses discursos de conhecimento e de crença desempenham um papel identitário, isto é, constituem a mediação social que permite aos membros de um grupo constituírem uma consciência de si e que parte de uma identidade coletiva" (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 433).

Pensando no caso específico da mulher,

> Se alguém "é" uma mulher, isso certamente não é tudo o que esse alguém é; o termo não logra ser exaustivo, não porque os traços predefinidos de gênero da "pessoa" transcendam a parafernália específica de seu gênero, mas porque o gênero nem sempre se constituiu de maneira coerente ou consistente nos diferentes contextos históricos, e porque o gênero estabelece interseções com modalidades raciais, classistas, étnicas, sexuais e regionais de identidades discursivamente construídas. Resulta que se tornou impossível separar a noção de "gênero" das interseções políticas e culturais em que invariavelmente ela é produzida e mantida (BUTLER, 2003. p. 20).

Foi refletindo sobre estas questões que o feminismo interseccional surgiu. Hirata (2014) afirma que a teoria interseccional foi desenvolvida em países anglo-saxônicos, na herança do feminismo negro, no início dos anos 1990, fruto das ideias de Kimberlé Crenshaw e pesquisadoras inglesas, norte-americanas, canadenses e alemãs, a partir de uma ideia interdisciplinar.

> A interseccionalidade remete a uma teoria transdisciplinar que visa apreender a complexidade das identidades e das desigualdades sociais por intermédio de um enfoque integrado. Ela refuta o enclausuramento e a hierarquização dos grandes eixos da diferenciação social que são as categorias de sexo/gênero, classe, raça, etnicidade, idade, deficiência e orientação sexual. O enfoque interseccional vai além do simples reconhecimento da multiplicidade dos sistemas de opressão que opera a partir dessas categorias e postula sua interação na produção e na reprodução das desigualdades sociais (BILGE, 2009, p. 70).

Ou seja, uma mulher nunca é apenas uma mulher. Ela faz parte de esferas sociais que podem desfrutar de privilégios e/ou opressões dos mais variados tipos, como gênero, raça, cultura, sexualidade, etc. Por isto, para o feminismo interseccional, é fundamental debater e apontar todos estes privilégios e entender que a opressão não é igual para todas as mulheres. Nesse contexto, Bernardi (2016, p. 41) considera importante discutir outras formas de falar sobre o preconceito "almejando desenvolver, em grupos privilegiados, a consciência de sua opressão para, então, lutarem contra ela (...) quadrinhos podem ser poderosos meios de fala para grupos oprimidos que almejam ter suas vozes ouvidas".

Consideramos, assim, que, ao se propor a representar em suas HQs mulheres sob uma perspectiva interseccional do movimento feminista, Carol Rossetti apresenta grande parte destes vários discursos sociais que permitem às mulheres constituírem uma consciência de si e uma consciência coletiva a partir do conhecimento de mundo, dos saberes, valores e crenças com os quais tiveram contato e/

ou testemunharam. Além disso, entende-se que, em sua obra *Mulheres: Retratos de Respeito, Amor Próprio, Direitos e Dignidade,* a ilustradora considera a necessidade de representatividade para todas as identidades individuais e coletivas de mulheres, bem como os variados tipos de opressão e privilégios vivenciados por ela e outras mulheres, dos quais ela, de alguma forma, foi testemunha. Assim, a artista usa em seus trabalhos as narrativas autobiográficas, a partir de uma encenação do *ethos* discursivo, bem como faz uso em suas narrativas de marcas enunciativas e retóricas para "fazer crer".

No livro, Rossetti reúne os cerca de 130 retratos da série Mulheres, sendo que alguns apresentam mais de uma mulher, enquanto outros mostram retratos individuais. Na obra impressa, eles são divididos em seções como: corpo, moda, identidade, escolhas, amores e valentes. Cada um destes tópicos traz uma breve introdução feita pela autora onde ela explica a proposta das ilustrações inseridas na seção. Estes pequenos textos, assim como os retratos, trazem discursos de empoderamento e auto-aceitação para as mulheres, em um reforço à beleza da diversidade e das diferenças sobre a ótica das narrativas vivenciais.

Considerando que se trata de um quadrinho digital que foi posteriormente publicado em livro, optou-se pela coleta do corpus de pesquisa utilizado no ambiente digital, mais especificamente na página do *Facebook* da autora da obra. Assim, a análise foi construída a partir do que Fragoso, Recuero e Amaral (2013, p. 78) chamam de "amostra intencional", "amostras qualitativas cujos elementos são selecionados conforme critérios que derivam do problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e método de observação e análise". Para isto, serão trabalhados os subtipos por critério, em que, para Fragoso, Recuero e Amaral (2013, p. 80), "são selecionados os elementos que apresentam uma determinada característica ou critério pré-definido" e o teórico ou conceitual no qual "a seleção é dirigida por construções teóricas relativas ao problema de pesquisa". Tal análise foi feita em conjunto com o estudo da divisão dos retratos em capítulos do livro, o que foi delineado pela artista a partir das temáticas abordadas em cada quadrinho.

Entendendo que um artigo acadêmico é um espaço limitado para a análise de todas as ilustrações da série, optamos por uma apresentação mais geral de todas as partes do livro, bem como o estudo de uma ilustração de cada seção, seja por apresentar um destaque feito pela própria autora, explicando o desenho, por contextualizar mais de uma mulher, por retratar personagens reais e, também, de acordo com o acervo digital disponível em sua página do *Facebook*. Na seção em que apresenta ilustrações sobre o *Corpo* feminino, Rossetti escreve que a mulher é levada a acreditar, ao longo da vida, que seu sucesso é ligado a beleza.

> **O que proponho nas ilustrações do projeto Mulheres é desconstruir essa ideia. Não há forma única de ser bonita nem a beleza deveria ser o foco da autoestima feminina**. Ninguém deveria ser constantemente avaliado pela aparência a partir de um padrão excludente e essa pressão tem que acabar. Depilação, elegância, dietas, maquiagem: tudo isso é escolha, e não obrigação. No nosso corpo, quem manda somos nós (ROSSETTI, 2015, s/p, grifos da autora).

É aqui que ela apresenta uma das poucas personagens reais da série, Whitney Thore (Figura 8), uma norte americana que ficou conhecida internacionalmente por seus vídeos de dança no *Youtube*, e

também por seu reality show, *My Big Fat Fabulous Life*. No discurso do retrato tanto de Whitney como nos demais deste "capítulo", vemos um reforço à aceitação de corpos femininos que rompem com os padrões impostos pela sociedade, bem como um discurso de empoderamento da mulher e de suas escolhas. Trata-se, portanto, da construção a partir do relato da vivência de outro eu, mas que, ainda assim, traz em seu discurso marcas enunciativas que revelam atos coletivos, que permitem às leitoras a identificação com o que é narrado.

Figura 8 - Whitney
Fonte: <https://www.facebook.com/carolrossettidesign/>

No tópico *Moda*, Carol afirma que optou por abordar o tema a partir de uma perspectiva de empoderamento e liberdade. Nesse sentido, ela busca retratar mulheres dos mais variados estilos e apresenta situações em que elas são reprimidas por suas escolhas relativas à aparência.

> É natural querermos nos sentir bem em nossas vestimentas, mas muitas vezes isso nos parece difícil, considerando a infinidade de regras do que podemos ou não podemos fazer e a modelagem disponível. Minha proposta procura incentivar uma moda mais inclusiva, que valorize os diversos corpos e identidades femininas, criando possibilidades e alternativas para todas as mulheres (ROSSETTI, 2015, s/p).

Assim, conhecemos Laura (Figura 9), uma mulher fictícia que não se sente confortável com a

"moda feminina". Este retrato foi escolhido por apresentar uma temática que vem sendo amplamente discutida em estudos de gênero. Afinal, roupa tem gênero? Neste caso, entendemos que a artista aciona o *ethos* discursivo a partir da narração do eu-mulher que questiona a ideia de gênero na moda. Laura pode representar tanto uma vivência de Rossetti, como de outra mulher. É, mais uma vez, a narrativa de um indivíduo para dizer sobre atos de um coletivo, com os quais pode haver identificação.

Figura 9 - Laura
Fonte: <https://www.facebook.com/carolrossettidesign/>

Sobre as *Identidades*, Carol discute questões como sexualidade, gênero, valores e crenças. Segundo a ilustradora, um dos pontos principais sobre estas questões é entender que sexualidade e orientação sexual não são uma escolha.

> Aproveito ainda para questionar algumas expectativas relativas às questões de gênero, idade e comportamento que podem ser extremamente limitadoras para algumas pessoas. **O objetivo aqui é incentivar todos a aceitarem sua própria identidade e não se sentirem inseguros ao expressá-las. Ninguém deveria ser julgado por ser apenas quem é** (ROSSETTI, 2015, s/p, grifos da autora).

Nesta seção, ela apresenta Rashida, Cris e Cléo (Figura 10), três mulheres fictícias de diferentes etnias e religiões, que têm de lidar com o preconceito e a opressão de suas famílias por se identificarem como feministas. Em conjunto a esta imagem, Carol adiciona um comentário no livro dizendo que esta foi a primeira em que ela utilizou a palavra "Feminismo" e fala sobre o caráter negativo atribuído a ela, bem como o medo que ela desperta nas pessoas. Talvez por isto, diz, o projeto não teria alcançado

tanta popularidade se ela se reconhecesse como feminista desde as primeiras ilustrações. Aqui, Rossetti encena, então, o *ethos* discursivo para dizer sobre uma vivência pessoal para legitimar os dizeres do "retrato" em questão. Trata-se, desta forma, de uma narrativa vivencial, mas apresentada a partir do relato da história do outro.

Figura 10 - Rashida, Cris e Cleo
Fonte: <https://www.facebook.com/carolrossettidesign/>

No tópico *Escolhas,* Rossetti fala sobre o ainda existente controle na autonomia das mulheres em relação às escolhas no âmbito da vida pessoal, como profissão, casamento, família e atividades diversas. Controle este que nem sempre está explícito, podendo aparecer travestido de opinião. Para ela, não é papel do feminismo criticar estas escolhas pessoais das mulheres, desde que elas aconteçam de forma deliberada e não atinjam a liberdade de outros.

> Reduzir mulheres a "vítimas do sistema" quando tomam decisões ou expõem ideias que não concordamos é ignorar a consciência e a responsabilidade de cada uma. E talvez isso seja apenas mais uma forma de julgar as mulheres em suas decisões individuais. **Todos deveriam se sentir livres para fazer as próprias escolhas, e estas não são válidas apenas quando concordamos com elas** (ROSSETTI, 2015, s/p. grifos da autora).

Neste contexto, Carol nos apresenta Rachel (Figura 11), uma mulher fictícia que representa tantas outras ao se sentirem pressionadas para fazer sexo sem vontade. Tanto na apresentação do tema quanto na obra, Rossetti narra a vivencia de Raquel de forma a construir sua identidade a partir da

narração. Trata-se, portanto, de um relato individual, mas com atos de coletivo, uma vez que provoca a identificação de muitas leitoras.

Figura 11 - Rachel
Fonte: <https://www.facebook.com/carolrossettidesign/>

Em *Amores*, Carol fala da repressão sofrida quando se quebra expectativas tradicionais. E cita a importância da representação diversa na mídia das relações amorosas. Neste contexto, conhecemos Camila e Patícia (Figura 12), um casal de meninas. No "retrato", vemos os tipos de comentários e "opiniões" que casais gays escutam diariamente. Especificamente neste caso, as personagens aparecem de costas e/ou sem "rostos", o que entendemos como uma tentativa da autora de dar o foco para a narrativa, e não para os indivíduos. Trata-se da narrativa de uma vivência, seja ela testemunhal ou de si, que mostra uma cena, uma parte ou unidade das experiências de um casal gay, para se referir a esta vivência como um todo.

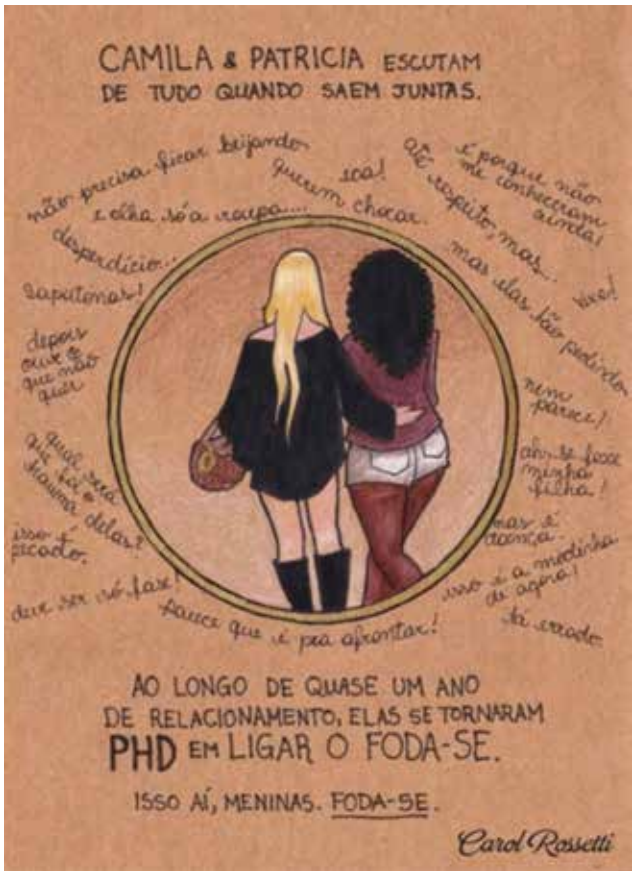


Figura 12 - Camila e Patrícia
Fonte: <https://www.facebook.com/carolrossettidesign/>

No último capítulo do livro, Rossetti nos introduz mulheres *Valentes* e fala de temas mais polêmicos, como a violência e os desafios de viver com traumas e doenças. Além disso, a ilustradora aponta problemas de conscientização da sociedade e discorre sobre a cultura de culpabilização da vítima.

> Por fim, acho que a mensagem por trás de todas as ilustrações é que devemos estar atentos para não julgarmos as pessoas sem conhecê-las. **Todos travamos batalhas internas e enfrentamos desafios diariamente, e é importante respeitarmos o fato deque há muito mais no outro do que o que enxergamos em um primeiro momento** (ROSSETTI, 2015, s/p, grifos da autora)

Nesta seção, vemos histórias de mulheres como Elisa (Figura 13) e Giselle (Figura 14), mulheres que sofreram diferentes tipos de abuso, mas que, com tempo e apoio, superaram seus traumas. Tratam-se, aqui, do que Arfuch (2003) entende como narrativa de vida como expressão da interioridade, ou seja, um reforço de que cada vivência é uma unidade da vida infinita e que, apesar dos relatos de vivências sofridas, a vida e a história destas mulheres não acabam nestas experiências. Trata-se de fragmentos de pensamentos e vivências que divergem e se complementam, mas não têm fim nestes relatos. Eles continuam, assim como suas vidas.

Figura 13 - Elisa
Fonte: <https://www.facebook.com/carolrossettidesign/>

Figura 14 - Giselle
Fonte: <https://www.facebook.com/carolrossettidesign/>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das poucas pesquisas referentes às Mulheres e as HQs no Brasil, percebemos que há e sempre houve quadrinistas que retrataram personagens femininas desde os primórdios dos quadrinhos

no país. Entretanto, devido ao uso de pseudônimos e a falta de um levantamento histórico e documental destes trabalhos, consideramos necessária uma pesquisa mais detalhada que discuta, especificamente, a representação das personagens femininas por artistas mulheres ao longo dos anos. Tal trabalho demanda um esforço de pesquisa maior, de estado a estado, com maior financiamento, tempo e espaço para o levantamento e análise destes dados, o que não foi possível neste artigo.

Ainda assim, podemos dizer que as mulheres quadrinistas do país estiveram sempre inseridas no cenário independentes das HQs, seja através dos *Fanzines*, que eram usados desde os primórdios até os dias atuais, ou do ambiente digital, cenário onde elas conseguem visibilidade e buscam formas alternativas de publicação, como o financiamento coletivo. Percebemos, também, que as quadrinistas contemporâneas, assim como algumas das precursoras das quais tivemos registros das obras, abordam em seus trabalhos questões caras ao universo feminino. Com discursos feministas, as artistas brasileiras de HQ mostram a encenação do *ethos* discursivo para legitimar seus dizeres como eu-mulher, a fim de apresentar, em narrativas autobiográficas ou vivenciais, atos do coletivo para despertar identificação nas leitoras.

É neste contexto que conhecemos artistas como Carol Rossetti e sua obra *Mulheres*, objeto deste trabalho. Com uma proposta de abordagem de feminismo interseccional, Carol busca retratar de forma inclusiva e diversa mulheres em seus mais variados corpos, estilos, identidades, escolhas, relacionamentos e superações de problemas, partindo de uma perspectiva da busca pelo empoderamento e auto-aceitação. Entendemos, assim, que Rossetti cumpre com sua proposta de trabalho ao trazer as características apontadas por Arfuch (2003) como inerentes às narrativas autobiográficas: variedade de vozes, identidades, sujeitos e subjetividades, tudo isto com foco em indivíduos, neste caso, mulheres, em narrativas vivenciais ou de si, nas quais há, ao mesmo tempo, evidenciamentos de atos coletivos para que haja a identificação. Certamente, Carol não dá conta de atender a todas as representações de mulheres do mundo, mas seu trabalho pode ser visto como inspiração para outras artistas a fim de buscar um cenário representativo mais diverso e inclusivo nos quadrinhos.

É importante deixar claro que este trabalho é fruto de um esforço de pesquisa inicial de doutorado, que ainda tem muito a ser explorado e desenvolvido. Certamente, um artigo científico não dá conta de apontar e abordar todos os pontos possíveis em relação à mulher e a HQ. O que apresentamos aqui é uma visão geral do problema como contextualização para análise do objeto e, por isso, algumas lacunas podem não ter sido preenchidas. Desta maneira, o presente estudo pode ser visto como motivação para trabalhos posteriores, que deverão levar em conta a análise prévia aqui realizada.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Angela. Feminismo, gênero e representações sociais. In: **Textos de História**. vol 8, n° 1. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2000. p. 113-137.

ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**: Dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro:

Editora UERJ, 2003.

BILGE, Sirma. Théorisationsféministes de l'intersectionnalité. **Diogène**, 1(225): 70-88, 2009.

BERNARDI, Jéssica. **Aline Lemos, representação feminina e quadrinhos brasileiros**. Monografia (Bacharelado em História da Arte). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRS. Porto Alegre, 2016.

BRANCO, Lúcia Castelo; BRANDÃO, Ruth Silviano. **A mulher escrita**. Rio de Janeiro: Millman Edições& Casa Maria Editorial. 1989.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** 2ed. São Paulo: Contexto, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2014.

CONNELL, Raewyn. **Gênero:** uma perspectiva global. Tradução e revisão técnica MOSCHKOVICH, Marília. São Paulo: nVersos, 2015.

CONNELL, Raewyn. **Gênero em Termos Reais.** Tradução MOSCHKOVICH, Marília. São Paulo: nVersos, 2016.

ECKER, Stine; STEINER, Linda. Feminist Uses of Social Media: Facebook, Twitter, Tumblr, Printrest and Instagram. In: NOVAK, Alison; EL-BURKI, Immani Jamillah. **Defining Identity and Changing Scope of Culture in the Digital Age**. 2016, p. 210-227.

FONSECA, Mariamma; COAN, Samanta; HORTA, Samara**. Revista Risca!** Memórias e Políticas das mulheres nos quadrinhos. Realização Lady'sComics. 2015.

HIRATA, Helena. Interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais. In: **Gênero Classe e Raça**. Periódicos USP: São Paulo. 2014, p. 61-73.

KALLOL, Gangopadhyay. Women in comics: finding female voice and the tradition of comics. In: **International Journal of Multidisciplinary Research and Development**. 2015, v. 2, issue.1, p. 271-273. Disponível em: <encurtador.com.br/eiz35>. Acesso em: 10 de Agosto de 2017.

LUYTEN, Sônia. M. B. A mulher e a História em Quadrinhos: Sua produção e Retratação no Ocidente e no Oriente. In: **Anais do VI Colóquio Internacional da Escola Latino Americana de Comunicação**,

São Paulo, 2002. Disponível em: <encurtador.com.br/fgjOV>. Acesso em: Outubro, 2016.

RAMOS, Paulo. **Faces do Humor:** Uma aproximação entre piadas e tiras. Campinas: Zarabatana Books, 2011.

ROBBINS, Trina. Women in Comics: An introductory Guide. In: **National Association of Comics Art Educators**. 2008. Disponível em: <encurtador.com.br/eIT23>. Acesso em: Outubro, 2016.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira; VIEIRA, Marcos Fábio. De comportadas a sedutoras: Representações das mulheres nos quadrinhos. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, Julho 2009. vol. 5, n°13, p. 179-197.

AERO REPORTAGEM:
O dia a dia do repórter aéreo

Rogerio Botelho Parra
(Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos - Universidade Fumec; rbparra@fumec.br)

RESUMO
O setor de serviços de informações e reportagem é altamente relevante para o mundo e tem crescido constantemente nos últimos anos. Serviços diferenciados e de alta tecnologia, como a reportagem proveniente de um helicóptero, são valorizados pelos ouvintes no trânsito. Nesse contexto, a inovação com alta tecnologia de comunicação embarcada, câmeras giro assistidas e transmissão por micro-ondas em *High Definition* tornam-se prioritárias. O presente trabalho tem como objetivo apresentar detalhes do processo funcional chamado de aero reportagem ou reportagem aérea e a importância do mesmo para o mercado de marketing. Para tanto, analisa-se a estrutura técnica e a operacionalização de uma empresa de Serviços Aéreos Especializados, certificada pela autoridade aeronáutica, assim como casos de operação, evidenciando-se os benefícios do serviço para o cliente.

PALAVRAS-CHAVE
Repórter aéreo; Rádio; Helicóptero; Tecnologia de comunicação.

ABSTRACT
The information and reportage services sector is highly relevant to the world and has grown steadily in recent years. Differentiated and high-tech services such as aerial reportage from a helicopter are well valued by transit users. In this context, innovation with high-tech communications equipment, gyroscopic cameras and high-definition microwave transmission become a priority. This work aims to present details of the functional process called aerial reporter and its importance to the marketing market. Therefore, Specialized Air Services company operational and technical structure, certified by the aeronautical authority, as well as the operational cases, will be analyzed, evidencing the benefits of customer service.

KEYWORDS
Air reporter; Radio; Helicopter; Communication technology.

INTRODUÇÃO

Este trabalho propõe-se a analisar o modo de funcionamento operacional de um modelo de comunicação não convencional, a bordo de um helicóptero, conhecido como aero reportagem, que oferece serviços de transmissão de notícias em tempo real sobre os deslocamentos do trânsito, acidentes, passeatas, dentre outros eventos, no contexto da mídia radiofônica de grandes centros urbanos.

Os meios de comunicação apoiados pelo helicóptero são cada vez mais necessários para que os habitantes das grandes cidades continuem mantendo vínculo com todo seu território em expansão. Conforme afirma o antropólogo argentino contemporâneo Néstor Canclini (2002, p. 41): "Passamos, em cinquenta anos, ao helicóptero que sobrevoa a cidade e oferece a cada manhã, através da tela do televisor e das vozes do rádio, o panorama de uma megalópole vista em conjunto, sua unidade recomposta por quem vigia e nos informa". O autor considera, também, que as câmeras apresentam maior realidade dos fatos, recompondo o sentido global da vida cidadã.

Na configuração desse serviço, um piloto e um jornalista, a bordo de um helicóptero, sobrevoam a cidade verificando as condições do tráfego rodoviário e transmitem, em "*flashes",* reportagens curtas, que podem ter caráter de urgência, exibidas durante a programação normal nos horários de pico de trânsito de pessoas e de automóveis. Ainda, ressaltam-se os pontos de congestionamento de tráfego nas artérias viárias, fornecendo aos motoristas as opções de outros percursos que possibilitam minimizar o tempo de trajeto. Segundo Sousa (2013, p. 14), o

> [...] serviço de repórter, especialmente o repórter aéreo, mostra ainda uma amplitude jornalística que excede a transmissão de informações sobre trânsito e outros eventos, expandindo a discussão acerca do estilo para um âmbito macro contextual da vida cotidiana moderna nos grandes centros urbanos.

Considerando que a reportagem aérea está com boa aceitação e importância para o mercado de comunicação mineiro, justifica-se o desenvolvimento dessa pesquisa em uma análise qualitativa, recorrendo a fontes bibliográficas com a finalidade de conhecer a contribuição de alguns autores sobre o assunto (OLIVEIRA, 1999). Esse trabalho é de natureza exploratória (GIL, 2002), com foco em conversas informais feitas com ouvintes, repórteres aéreos e pilotos com experiência em voos de rádio em Belo Horizonte. Baseou-se, ainda, na experiência empírica do autor como piloto da primeira emissora de rádio a implantar este tipo de serviço na cidade de Belo Horizonte, em 2008, além de conversas informais com pessoal diretamente envolvido de outras empresas do setor. Também é documental, uma vez que utiliza da regulamentação da Agência Nacional de Aviação (ANAC, 2016) para dar embasamento teórico. O trabalho foi realizado na região de Belo Horizonte, em 2017, com o acompanhamento das transmissões em tempo real sobre o trânsito, condições meteorológicas, ocorrências e outros eventos sobre a cidade.

Esta pesquisa foi organizada em três etapas, sendo que, na primeira, descreve-se um breve histórico do início da aero reportagem até os dias de hoje. Na segunda parte, os principais elementos constituintes de uma empresa especializada em reportagens aéreas, incluindo equipamentos, pessoal técnico e seu

modo de funcionamento, e, na terceira, apresenta-se uma contextualização do serviço do repórter aéreo, como é feita a informação da condição momentânea do trânsito na cidade, e uma explanação acerca das reportagens, sua abrangência e penetração no mercado da comunicação rádio. Por fim, nas considerações, realiza-se a exposição dos resultados da pesquisa, assim como reforço do diferencial e da importância da aero reportagem para o público mineiro, principalmente nos horários de pico.

REPORTAGENS AÉREAS NO BRASIL: BREVE HISTÓRICO

As primeiras reportagens aéreas para emissoras de rádio e TV começaram a surgir em meados dos anos de 1970, nos Estados Unidos da América (EUA), devido à farta disponibilidade de mão de obra de repórteres e pilotos provenientes do fim da Guerra do Vietnã (CAIAFA, 2009).

Paola Carvalho (2014) escreve que, no Brasil, no início dos anos de 1990, o comandante Hamilton[1] Alves da Rocha, piloto de helicópteros recém checado[2], baseando-se na referência americana, conseguiu convencer uma emissora de TV de São Paulo a investir no novo processo de comunicação, inclusive com câmeras de vídeo.

Ainda segundo a autora, com a visibilidade e sucesso do comandante Hamilton, algumas rádios do Rio de Janeiro e São Paulo começaram os voos com helicópteros menores, do tipo Robinson 22[3]. No Rio de Janeiro, o serviço de repórter aéreo foi implantado em 1988, na Rádio Jornal do Brasil, voando, inicialmente, somente sob acionamento no caso de ocorrências do tipo acidentes de trânsito, assaltos ou incêndios, com o mesmo modelo de aeronave (CAIAFA, 2009).

Para um apresentador[4] do programa Brasil Urgente, da Band, a reportagem aérea brasileira tem a mesma importância que o serviço nos EUA, onde tudo começou. O apresentador afirma que o repórter aéreo é um serviço especializado com reflexos no bem-estar da população, pois, além de informar as condições de trânsito, soma forças ao trabalho das Polícias, do Corpo de Bombeiros, da Defesa Civil e muitos outros envolvidos. Em alguns casos, por já estar sobre a ocorrência, o repórter ajuda a orientar outros profissionais, minimizando o tempo de chegada de um resgaste.

O início da operação no Brasil não é simples. As empresas de reportagem aérea devem funcionar conforme as normas da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), em que o interessado em explorar a atividade de aero reportagem, mesmo já sendo uma emissora de rádio ou televisão, deverá constituir uma empresa de Serviços Aéreos Especializados (SAE), na modalidade de reportagem aérea, conforme regulamentação técnica aeronáutica da própria ANAC (2016). A empresa de aero reportagem deverá operar no mínimo uma aeronave, que deverá estar registrada na categoria SAE, autorizada somente para serviços de reportagem, não podendo levar passageiros, e deverá ser devidamente homologada pela autoridade aeronáutica competente da ANAC, com certificação específica para o helicóptero, pilotos e funcionários.

1 - Piloto e repórter da emissora Band de TV. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Hamilton_Alves_da_Rocha>.
2 - Termo que designa o piloto recém saído de uma escola de pilotagem e certificado pela ANAC para operar aquele tipo de equipamento.
3 - Refere-se ao tipo do helicóptero de 2 lugares do fabricante *Robinson Helicopter Company*. <https://robinsonheli.com/r22-specifications/>.
4 - http://noticias.band.uol.com.br/brasilurgente/apresentador/

Todo equipamento eletrônico, como câmeras, monitores, rádios e antenas que vierem a ser utilizados na aeronave deverão ter suas instalações devidamente certificadas (ANAC, 2016) e aprovadas pela ANAC. Todo o pessoal deve ser empregado da empresa, incluindo o repórter que, para participar do voo, deve ter, no mínimo, um contrato de trabalho específico (ANAC, 2016).

Os repórteres aéreos normalmente são jornalistas que sobrevoam junto com o piloto, em helicópteros de dois ou quatro lugares, adaptados para enviar informações para a emissora de rádio. Segundo Sousa (2013, p. 19), "os repórteres aéreos utilizam uma linguagem muito própria buscando atingir um público específico de determinados horários". Os textos devem ter frases curtas e claras, com certo grau de improviso e informalidade.

Como exposto por Jung (2005, p. 120), "a comunicação radiofônica abandonou a narração dramática dos fatos pelo tom coloquial, como se estivéssemos em uma conversa a dois. [...] mas jamais reproduziremos a naturalidade da fala espontânea". O repórter deve estar sempre atento, com o olhar fixo no chão e microfone e fones presos à cabeça, informando ao vivo tudo o que vê de interesse para os ouvintes.

A formação de um piloto de helicópteros acontece com um mínimo de 100 horas de voo e, conforme Azaïs (2010), geralmente, no início de carreira, pode tornar-se parceiro do repórter aéreo e também trabalhar como instrutor em escolas, o que lhe permite acumular mais horas de voo. O piloto que trabalha como repórter aéreo, caso do Comandante Hamilton, normalmente é assessorado por um jornalista e cobre acontecimentos como os acidentes, incêndios, inundações, além da circulação em uma metrópole com tráfego particularmente denso. O piloto, além de vivência na cidade e experiência em voos noturnos, deve ter bom conhecimento dos mapas de ruas e de cidades próximas, deve saber localizar os pontos de referência e regiões de maior tráfego de veículos.

Conforme ressalta Sousa (2013), o modelo de aeronave utilizado para a realização dos voos nas capitais é um helicóptero leve de pequeno porte, o que possibilita seu baixo custo para as emissoras e patrocinadores. A preferência é pelo modelo Robinson R22, um helicóptero capaz de levar duas pessoas a bordo, piloto e repórter. Este modelo ainda é o mais popular para o trabalho, pois alia economia operacional, baixa manutenção e porte ideal para transportar um repórter e pouco equipamento devido ao pequeno espaço interno. Usualmente, o rádio de transmissão é um VHF[5], portátil, equipado com fones de ouvido e microfones, além de um segundo equipamento para fazer a escuta da transmissão. O piloto e o repórter dispõem de ampla área envidraçada, com total visibilidade para frente e para baixo. Recomenda-se um segundo rádio que também serve de reserva em caso de pane do equipamento principal.

Segundo os pilotos que voam o modelo, o Robinson 22 é muito versátil, e, considerando uma pequena área do rotor e um baixo índice de massa da aeronave, permitem voos tranquilos, sem alarmar ou perturbar os moradores com muito barulho ou fluxo de ar turbulento. Já a pilotagem requer atenção total, pois seus comandos são mecânicos, sendo uma aeronave muito ágil. Leve e impulsionada por um motor confiável e fácil de manter, a aeronave tem uma legião de fãs mundo afora, tornando-se o mais vendido helicóptero a pistão, para diversas funções que vão da versão policial, inspeção de cabos de transmissão de energia elétrica, treinamento e lazer, até a reportagem aérea.

5 - Very High Frequency, rádio de frequência muito alta utilizado nas aeronaves.

Atualmente, o mais potente e espaçoso é o modelo Robinson R-44[6], com capacidade para quatro pessoas. O posto do operador das câmeras mais parece um grande vídeo game devido à alta tecnologia digital empregada. Seus controles especiais permitem ao cinegrafista abrir ou fechar as imagens, executar *zoom* e manter o foco durante uma perseguição policial, por exemplo. A câmera opera em elevação e giro sobre o próprio eixo e possui conjunto óptico de alta qualidade montado no nariz do helicóptero. Além disso, a aeronave possui monitores digitais especiais protegidos contra reflexos externos e permitem ao piloto e ao operador da câmara visualizarem o que está sendo filmado e manter o *link* com a emissora. Os fones de ouvidos são preparados para dividir a conversa interna entre tripulantes do áudio de rádio com os órgãos aéreos, o que requer concentração e treinamento.

O rádio, considerado o primeiro veículo eletrônico de comunicação de massa, sempre disputou mercado com a televisão e, mais recentemente, com a internet, no entanto, a vantagem da informação instantânea é inatingível, bastando sintonizar uma frequência enquanto se descansa, trabalha ou realiza as tarefas domésticas, para ouvi-lo. "O rádio, devido à sua mobilidade, facilita que a recepção da mensagem seja compatível com outras atividades, em especial as que têm caráter manual" (PRADO, 1989, p. 32), possibilitando a atualização das notícias para o ouvinte enquanto o mesmo realiza outros trabalhos, como dirigir, por exemplo.

A abrangência do rádio é bastante ampla e, com o advento da internet, um novo perfil de público está aparecendo. O ouvinte passa a buscar informações através dos *sites* das emissoras e não simplesmente as músicas. Bianco (2010, p. 05) afirma também que:

> [...] o crescimento do acesso às plataformas digitais está provocando impacto nas formas de consumo de mídia. [...] Em média um brasileiro gasta de uma a cinco horas na Internet diariamente. [...] E entre elas está se consolidando o hábito de ouvir rádio em tempo real (43%), ocupando o quarto lugar entre as preferidas [...].

Ao contrário da crença comum de que as pessoas no Brasil ouvem menos rádio, o interesse ainda é muito grande, com razoável aceitabilidade e importância para a mídia de comunicação em massa.

CONTEXTUALIZAÇÃO DO SERVIÇO

Aero reportagem é a atividade aérea que tem por objetivo registrar ou acompanhar acontecimentos, ou seja, tudo que, dentre uma multiplicidade aleatória de fatos, irrompe e ganha notoriedade e é veiculado nos meios de comunicação, constituindo-se de fotos, filmagens ou transmissões radiofônicas. Segundo a mestre em Estudos de Linguagens Profa. Lizainny Queiroz[7], "o jornalismo praticado nas grandes cidades recorre, em muitas ocasiões ao uso do helicóptero para relatar os acontecimentos da metrópole por um ângulo diferente, já que os ambientes urbanos nas cidades estão cada vez mais complexos".

6 - Refere-se ao tipo do helicóptero de 4 lugares do fabricante *Robinson Helicopter Company*.
7 - QUEIROZ, L. **Aero reportagem**. Belo Horizonte: Cefet MG, 2017. 2 f. Relato de texto.

Em Belo Horizonte, uma das precursoras da aero reportagem foi a repórter Simone Crisóstomo, que começou a carreira há mais de quinze anos, no Rio de Janeiro, quando, ao final de 2007, decidiu se mudar para a capital mineira e implantar esta nova modalidade de transmissão. Paola Carvalho (2014), da revista Veja de Belo Horizonte, escreveu que os ouvintes do Sistema Band de rádio reportavam que, nos horários de tráfego intenso, tinham o costume de ouvir Simone Crisóstomo (CAIAFA, 2009). A decolagem era feita em horários predefinidos, pela manhã e no final da tarde, quando o trânsito era mais intenso e, caso houvesse alguma ocorrência significativa, o helicóptero era acionado para decolagem imediata. Ela decolava duas vezes por dia, por volta das 7 h da manhã e às 18h, no fim da tarde. Inicialmente, o voo tinha um circuito usual predefinido. Com a experiência de quem conhece a cidade de cima, a repórter rapidamente identificava os principais pontos críticos que apresentavam congestionamentos e acidentes, solicitava ao piloto para aproar[8] o local e relatava as ocorrências sempre com bom humor, tentando relaxar quem estava no trânsito.

O dia do repórter aéreo, em Belo Horizonte, começa cedo. Normalmente, já durante o trajeto em direção ao aeroporto, por telefone celular, o repórter busca notícias, fazendo um levantamento das ocorrências noturnas através de contatos com órgãos de trânsito, policiais e bombeiros, além de contatar as principais emissoras de rádio parceiras. Congestionamentos e acidentes rodoviários regionais, além das operações policiais, incêndios e enchentes, todas ocorrências devem e podem ser observadas detalhadamente do ar, até pairando[9], quando necessário, para que as informações sejam transmitidas ao vivo e com confiabilidade para o ouvinte, relevando, assim, a grande vantagem das máquinas voadoras para o sucesso das reportagens.

Durante o voo, o repórter aéreo tem a função de transmitir em tempo real o fluxo de trânsito, congestionamentos e ocorrências nas principais vias de acesso nas grandes cidades e, também, devido à visualização de cima, mais abrangente, o repórter descreve alternativas e novos caminhos de melhor fluxo aos ouvintes do volante.

O entrosamento entre piloto e repórter é de suma importância para realização de um trabalho com segurança e eficiência. O repórter deve conhecer parte dos procedimentos operacionais do helicóptero e um pouco das normas da aviação, o que permitirá ao mesmo saber dos limites operacionais e regulamentares da máquina para suas necessidades. O piloto, por sua vez, deve seguir as orientações do repórter quanto aos locais de sobrevoo, e sempre informar quando não é possível o sobrevoo ou a permanência em determinados pontos, participando, também, na identificação da localização de congestionamentos e ocorrências.

Desde 2014, como afirma Paola Carvalho (2014), a capital mineira conta com três helicópteros à disposição para fazer a cobertura jornalística diária. As rádios CBN, Rádio Globo, BH FM, TV Globo e TV Record são as emissoras que transmitem o que está acontecendo no trânsito. Os repórteres das emissoras de rádio, que às vezes voam juntos no mesmo helicóptero, tentam não só transmitir o que está acontecendo na cidade, no trânsito, mas dar alternativas e novos caminhos a quem está embaixo, sempre competindo entre eles, para uma informação de melhor qualidade.

8 - Direcionar o helicóptero para o ponto desejado.
9 - Procedimento que a aeronave realiza no ar aparentando imobilidade sobre um local.

A 500 pés ou 150 metros do chão e a uma velocidade perto de 120 quilômetros por hora, o repórter monitora as principais ruas, avenidas e estradas das metrópoles. São, então, emitidos ao vivo vários boletins em horários previamente definidos com as rádios, cada uma com sua própria linguagem, considerando que cada uma delas visa atingir um público diferente. Nas rádios, o principal objetivo é alertar sobre os congestionamentos e sugerir caminhos alternativos aos motoristas.

A Profa. Lizainny Queiroz[10] considera "[...] a cidade como visual onde o consumo de imagens é de ordem simbólica, por isso a paisagem urbana, via imagens é tão importante para a veracidade da informação". Na televisão, o cinegrafista direciona suas câmeras exclusivas para os pontos de referência normalmente mais congestionados ou com acidentes. "A TV Record, a emissora comercial com o maior tempo de programação local, usa as imagens aéreas durante os telejornais e os programas Balanço Geral e Cidade Alerta" (CARVALHO, 2014).

Atualmente com helicópteros modelo Robinson 44, as emissoras já estão se adaptando à tecnologia de alta definição. Destaca-se, ainda, que a cobertura aérea tem a vantagem de atingir grandes distâncias rapidamente e chega a lugares onde a equipe de terra teria dificuldades. Se, antes, havia a limitação de espaços para que o repórter pudesse apurar determinado acontecimento, agora, o serviço aéreo favorece a rapidez na transmissão do relato.

A REPORTAGEM AÉREA INSTANTÂNEA

O repórter aéreo envia informações do trânsito no momento em que ocorrências estão acontecendo, promovendo, assim, uma prestação de serviços de relevância para os motoristas e usuários de transportes coletivos na cidade, gerando um diferencial para os ouvintes, que o utilizam de acordo com suas necessidades de deslocamento (SOUZA, 2013). Para Jung (2005, p. 63), "[...] quem sintoniza uma rádio comprometida com a informação quer saber o que acontece de mais importante naquele exato momento".

Souza (2013) ressalta também a importância de qualidade da informação, e, sobre isso, Lopez (2009) considera que a exigência pelas informações de última hora e pela atualização constante, muitas vezes, pesa sobre os ombros do jornalista de rádio.

As informações "geralmente são inseridas durante um programa jornalístico, como "*flashes*", que são pequenos noticiários, divulgando acontecimentos relevantes" ou quase sempre "informações que são importantes naquele momento, como as condições do trânsito, e devem ser precedidas de uma vinheta para chamar a atenção do ouvinte" (SOUZA, 2013, p. 20).

O humor deve estar sempre presente na interação entre locutores, repórteres e o público ouvinte. A presença do humor é decorrente das características das rádios: populares, ecléticas, com programação voltada para o público jovem, veiculação de música de massa, entrevistas, participação dos ouvintes e quadros humorísticos em linguagem espontânea e informal.

10 - QUEIROZ, L. **Aero reportagem**. Belo Horizonte: Cefet MG, 2017. 2 f. Relato de texto.

A estrutura da reportagem aérea inicia-se com uma vinheta de abertura dos patrocinadores quando ocorrem as trocas de cumprimentos entre locutor e o repórter aéreo, que podem ser formais e breves ou mais coloquiais, dependendo da audiência e do público alvo da emissora em operação. O ponto central da informação são as descrições das cenas e da extensão da situação do trânsito nas principais referências geográficas da cidade (SOUSA, 2013).

A narrativa normalmente é modificada quando a dimensão do fato, que é a própria cidade, é observada com grande ângulo de vigilância. São feitas análises e recomendações aos motoristas, mostrando opções de vias com situações mais favoráveis para o tráfego. No fechamento, são feitas previsões da situação futura, aviso do próximo evento e feitas trocas de cumprimentos com polidez.

As interações entre repórter e locutor que apresentam características de alto envolvimento interpessoal e nas quais a descrição e as avaliações das cenas do trânsito são intercaladas com conversas cotidianas entre repórter aéreo e locutor. Em um artigo sobre produção do conhecimento, Claude Raynaut (2014, p. 03) cita que, "[...] que nenhum técnico pode se restringir a um domínio único de competência. A necessidade de juntar conhecimentos e experiência, cada vez mais especializados e mais aprofundados, cresceu com a complexidade dos projetos técnicos [...]".

Importante ressaltar que o repórter aéreo não compete diretamente com os aplicativos de auxílio para o trânsito, já que a informação aérea é mais global, instantânea, dando uma ideia mais rápida e significativa de toda a região, além das opções e alternativas de trajeto, informando também sobre outros acontecimentos que possam afetar o trânsito ou a vida das pessoas. Referindo-se à velocidade da informação, o Prof. Rodrigo Fonseca e Rodrigues[11] relata que:

> [...] instantâneo, que está o tempo todo a nos convocar, transforma nossa relação com o meio e com as informações. Por isso hoje em dia no rádio mas especialmente na internet – diferentemente do jornal impresso e do jornal regular de televisão – o jornalismo se transformou radicalmente de atividade voltada à informação, à investigação, ao desvendamento de atos ilícitos de governos e empresas para fornecedor de emoções, impactos, criando a partir do cotidiano das cidades cenas de emoção, ficção, tornando a vida cotidiana um grande filme de aventuras.

A informação verbal, ao vivo, pelo rádio é imbatível principalmente para quem tem outros afazeres momentâneos, como dirigir, por exemplo.

ENTRAVES E PROBLEMAS USUAIS

As maiores dificuldades na implantação de uma empresa de reportagem aérea devem-se, inicialmente, aos custos operacionais, na compra ou, normalmente, no aluguel do helicóptero, que deve ter exclusividade operacional, treinamento de pilotos, jornalistas e operadores de solo, além da

11 - RODRIGUES, R. F. **Mediações digitais:** o conceito de cibernética como controle da informação. Belo Horizonte: Universidade Fumec, 2017. 12 f. Texto para aula expositiva.

necessidade de constituição de uma empresa de Serviço Aéreo Especializado (SAE), na modalidade de reportagem aérea, regulamentada pela autoridade aeronáutica competente, ANAC (ANAC, 2017).

Geralmente, ao iniciar-se na prática de aero reportagem, os repórteres designados pelas rádios ficam com medo do voo nos pequenos helicópteros. Na opinião de Martín-Barbero (2001), todo tipo de novidade, principalmente as relacionadas aos profissionais de jornalismo, acarreta uma nova especialidade que, além de ter que desenvolver uma visão mais global da cidade por inteiro, é a determinação para superar o medo de voar. Embora as estatísticas comprovem que voar é muito mais seguro do que dirigir, cerca de uma em cada quatro pessoas têm medo de voar. O ser humano não foi concebido para voar, daí, viver este fenômeno como algo alheio ou estranho afetará diretamente a necessária performance do trabalho, principalmente se a transmissão for ao vivo, instantânea. É comum, por fatores diversos, o repórter não conseguir falar ou se calar no meio da reportagem. O homem é um ser que tem medo. O importante é o controle.

Problemas eletromecânicos são relativamente comuns quando se envolve muitos equipamentos distintos. Os rádios de transmissão/recepção dos repórteres aéreos, como os VHF´s, são portáteis com baterias e antenas próprias, e devem operar em uma gama de frequências diferentes das do helicóptero, podendo falhar ou provocar interferência entre eles. Se a aeronave for equipada com câmeras e equipamentos de micro-ondas para envio de sinais, a complexidade aumenta muito.

Os horários de entrada no ar devem ser rigorosamente seguidos, o que pode trazer certas dificuldades operacionais, quando problemas podem ocorrer, desde a decolagem que pode atrasar devido ao movimento do aeroporto, ao sobrevoo de alguns locais que nem sempre serão autorizados pela torre de controle devido à interferência com outros tráfegos aéreos. A utilização do espaço aéreo não depende somente da vontade dos pilotos. A meteorologia também influencia muito na operacionalização do serviço, pois os helicópteros devem voar somente em condições visuais, ou seja, chuvas mais fortes, ventos de maior intensidade, nevoeiros ou neblina certamente restringem e limitam a operação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da importância do setor de serviços de comunicação para a população em geral e da necessidade de inovação nesse setor para garantir competitividade, os estudos sobre inovação em serviços demandam mais pesquisas sobre o assunto. A partir disso, o presente estudo teve como objetivo mostrar um processo pouco conhecido e em desenvolvimento. Para isso, foram pesquisadas na literatura do setor aéreo, de comunicação e trabalhos relacionados à aero reportagem, as práticas realizadas pelas empresas aéreas e radiofônicas que operam a aero reportagem.

Os resultados indicam que a inovação com o helicóptero é parte da estratégia de marketing das empresas de rádio e televisão, incrementando sempre o número de ouvintes e, consequentemente, de anunciantes. O serviço é prestado principalmente em horários considerados “nobres”. O estudo indica que o repórter aéreo está muito presente no cotidiano dos automóveis em movimento, nas horas de

pico de tráfego intenso.

Os principais meios de comunicação na busca pela audiência procuram manter o cidadão com atualização constante e instantânea do espaço urbano, buscando processos atuais e inovadores como a reportagem aérea, no caso aplicado ao rádio. A inovação no processo de comunicação é um grande desafio. A notícia de utilização instantânea para o ouvinte pode ser, talvez, uma grande inovação, capaz de horizontalizar a comunicação, substituindo, assim, a verticalidade da informação passada que recebemos hoje na imprensa brasileira. As possibilidades trazidas pelos novos meios de comunicação como o helicóptero apresentam uma nova maneira de mostrar a realidade ao vivo do trânsito, bem como criar novos anseios e expectativas.

A grande vantagem da aero reportagem é informar, além do tráfego congestionado ou livre, também em primeira mão, uma notícia, o "furo de reportagem", pois o valor jornalístico da mesma é exatamente o instante em que o fato está acontecendo ou acabou de acontecer, caso dos acidentes, por exemplo.

As características das reportagens aéreas analisadas neste trabalho configuram o propósito fundamental do serviço de repórter aéreo, que é a transmissão de informações com as cenas do trânsito, beneficiando os ouvintes e minimizando a perda de tempo no trânsito, especialmente no deslocamento entre suas casas e locais de trabalho e vice-versa.

Finalizando, podemos notar características multidisciplinares na procura e elaboração da informação para o ouvinte. A interação do repórter com o piloto, personagens de áreas muito diferentes, é fundamental e significativa para o resultado final, conforme afirma Claude Raynaut (2014, p. 17):

> Se tal colaboração nunca deixou de existir entre disciplinas trabalhando sobre as dimensões materiais da realidade – especialmente no domínio das tecnociências, onde as convergências e hibridações foram frequentes – a comunicação evidencia-se particularmente difícil e precária entre ciências da materialidade e ciências humanas e sociais.

Os jornalistas e pilotos devem estar atentos para esta recente modalidade de comunicação que, além de requerer a superação do medo de voar, horários rígidos, disponibilidade e desenvolvimento de um olhar mais apurado para ver a cidade por inteiro, solicita grande interação interpessoal dentro do helicóptero.

REFERÊNCIAS

ANAC - AGENCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. **Resolução nº 377**, de 15 de março de 2016. Regulamenta a outorga de serviços aéreos públicos para empresas brasileiras e dá outras providências. Disponível em: <http://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resoluco es/resolucoes-2016/resolucao-no-377-15-03-2016/>. Acessado em: 01 ago. 2017.

AZAÏS, Christian. Pilotos de helicóptero em São Paulo: o assalariamento entre "céu aberto" e nevoeiro. In: **Sociologias**, Porto Alegre, ano 12, n. 25, p. 102-124, set./dez. 2010.

BIANCO, Nelia R. Del. O futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital. **Revista de Economia Política de Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. XII, n.1, p.1-19, 2010. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12282/1/ARTIGO_FuturoRadioCenario.pdf>. Acessado em: 10 set. 2017.

CAIAFA, Roberto. Para o alto e avante**. Revista PQN**. Belo Horizonte, n.11, 2009. Disponível em: <https://issuu.com/robertovaladarescaiafa/docs/revista_pqn_n__11_2009>. Acessado em: 10 out 2017.

CANCLINI, Néstor García. Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação. **Opinião Pública**, Campinas, Vol. VIII, nº1, 2002.

CARVALHO, Paola. De helicópteros, repórteres de rádio e TV flagram cenas do cotidiano de BH. **Revista Veja BH**. Belo Horizonte, maio 2014. Disponível em: <http://vejabh.abril.com.br/materia/cidade/helicopteros-reporteres-radio-tv-flagram-cenas-cotidiano-bh/>. Acessado em: 01 set. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2002.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

LOPEZ, Débora Cristina. As fontes no jornalismo radiofônico em ambiente de convergência. **Contemporânea**, v. 7, n. 1. p. 1-19, jun. 2009. Disponível em: <https://portalseer.ufba. br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3602/2670>. Acessado em: 03 set. 2017.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Gérman. **Os exercícios do ver – hegemonia audiovisual e ficção televisiva.** Trad. Jacob Gorender. São Paulo: Editora Senac, 2001.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia cientifica**. 2. ed. São Paulo: Pioneira 1999.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

RAYNAUT, Claude. Os desafios contemporâneos da produção do conhecimento: o apelo para interdisciplinaridade**. Revista INTERthesis**, Florianópolis, v.11, n.1, p. 1-22, Jan./Jun.2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/view/1807-1384.2014v11n1p1/26883https://periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article /view/1807-1384.2014v11n1p1/26883>. Acessado em: 04 jul. 2017.

SOUZA, Marco Aurélio Silva. **Os estilos conversacionais do repórter aéreo no contexto de rádios**

na cidade do Rio de Janeiro. 2013. Dissertação de mestrado - Letras. PUCRJ, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/1112732_20 13_pretextual. pdf>. Acessado em: 03 jul. 2017.

GT COMUNICAÇÃO DIGITAL E INTERAÇÕES COMUNICATIVAS

ENTRE IMAGENS, LINKS E HASHTAGS:
A publicidade mediada pelo jornalismo de moda no Instagram

Fabrícia dos Santos Figueiró
(Mestre em Estudos de Linguagens, pelo Centro Federal Tecnológico de Minas Gerias (CEFET/MG) – Programa de Estudos de Linguagens (POSLING). E-mail:fabricia.figueiro@gmail.com)

RESUMO
Com o avanço da internet e a popularização das tecnologias digitais, ocorreu uma reconfiguração dos fluxos comunicacionais e uma consequente mudança na relação entre veículos de comunicação, usuários (leitores, telespectadores, ouvintes, entre outros) e anunciantes. Aproveitando-se da popularidade e abrangência das redes sociais, os grandes veículos de comunicação também criaram seus perfis nestes canais, estreitando a relação com seus leitores e com seus anunciantes. Dentre essas redes, o Instagram, mídia social de publicação de fotos, vem se destacando, sendo acessado diariamente por milhares de usuários que acompanham os mais diversos assuntos, dentre eles, a moda. Pretende-se discutir neste artigo, como as publicações do jornalismo de moda nas redes sociais, especificamente no Instagram da revista "Vogue Brasil", são permeadas pela publicidade sem identificação.

PALAVRAS-CHAVE
Redes Sociais; *Instagram*; Jornalismo de Moda; Publicidade; Revista Vogue.

ABSTRACT
With the advance of internet and the ubiquity of digital tecnologies it occurred a reconfiguration of communicational flows and a consequent change in the relationship between media vehicles, its users (readers, viewers and others) and advertisers. Taking advantage of social media's popularity and comprehensiveness, major communication vehicles also created profiles at those channels, narrowing the relationship between its readers as well as with their advertisers. Among these social media networks, Instagram, a photo publishing network, stands out, being accessed daily by thousands of users that follow diverse subjects - among them, fashion. Intend to discuss, in this article, how the fashion journalism's posts in social media, specially at "Vogue Brazil" magazine's Instagram, are permeated by its own unidentified advertising.

KEYWORDS
Social Media; Instagram; Fashion Journalism; Advertising; Vogue Brazil Magazine's

INTRODUÇÃO

Como um dispositivo importante do sistema de moda, as revistas especializadas funcionam como intermediárias entre marcas e consumidores e por meio da divulgação de tendências e de produtos, influenciam comportamentos de consumo de seus leitores. Assim, pode-se considerar que a abordagem dada pelas revistas é um dos mecanismos que conferem legitimidade à moda, do ponto de vista econômico-cultural – já que é uma das responsáveis por estimular o desejo de compra e propagação de estilos. As marcas mais influentes desfilam e lançam seus produtos e a revista filtra tudo o que é lançado, realizando um processo de curadoria na seleção daquilo que considera mais relevante. Segundo Castilho e Martins (2008):

> Aliadas ao desenvolvimento das áreas do marketing, publicidade e propaganda – cada qual com suas propostas específicas -, as mídias especializaram-se cada vez mais em construir mundos perfeitos, possíveis, desejáveis, prováveis, e tantos outros nos quais se espelham seus sujeitos destinatários. Todas essas criações estão pautadas em estratégias narrativas, discursivas e mesmo nas de textualização que geram tais efeitos de sentido de construções de mundo, aos quais subjaz, sempre, a de ilusão de que determinado produto, publicizado pelas mídias, é absolutamente necessário, desejável, querido, fundamental, imprescindível para seus possíveis consumidores. (ibid., p. 22)

Com a chegada da internet comercial, houve uma reconfiguração dos processos e fluxos no mercado da moda, tanto no âmbito econômico quanto nos sistemas de comunicação, transformando o modo de produção e distribuição do conteúdo de moda (HINERASKY, 2010). Articulando as premissas de Lipovetsky (1989); Amaral, et&al (2007) e Ferreira; Vieira (2007) e Hinerasky (2010) pode-se dizer da relação moda/internet o seguinte:

> A moda e a internet se aproximam pelas particularidades e semelhanças de suas dinâmicas: efemeridade, atualização, multiplicidade. Tais características, aliadas à velocidade e abrangência da web para criar, distribuir, discutir (e até mesmo vender) e, somado ao desenvolvimento da indústria da moda, nos últimos anos, resultam num número imenso de veículos online e horas de transmissão, programação e milhares de páginas nas mídias tradicionais, na tentativa de acompanhar o processo de cobertura das mídias digitais e (re) organizar a produção jornalística do setor. (HINERASKY, 2010, p.3)

De acordo com Caldwell e Zappaterra (2014), passadas as discussões sobre o fim das publicações impressas e possíveis substituições pelas digitais, estamos em um novo momento em que as publicações jornalísticas fazem parte de um ecossistema híbrido de mídias, integrado com as redes sociais, campanhas promocionais, eventos presenciais e dispositivos móveis. Neste novo contexto, mídias impressas e digitais devem ser trabalhadas de forma integrada e desenvolvidas a partir dos novos princípios e fundamentos do *design* editorial.

A revista "Vogue" – considerada uma das mais importantes publicações sobre moda e *lifestyle* do mundo – reconhecida internacionalmente como uma revista de alto poder referencial e de influência no universo da moda, atualizou-se diante do novo cenário digital por meio da criação de um site e da abertura de contas nas principais redes sociais, como *Instagram*, *Facebook*, *Google+*, *Twitter*, *Pinterest*, *Snapchat* e *Deezer*. Para o presente trabalho, interessa-nos apenas o *Instagram*. A editora da revista afirma que "numa época de muitos questionamentos sobre o futuro do impresso, a Vogue chega aos 42 anos mais viva do que nunca, nas páginas, nas diversas plataformas digitais, em eventos ao vivo, com sua equipe enérgica e talentosa, sem medo de mudanças." (ROGAR, 2017, p. 47). A versão brasileira da revista completou em maio de 2017, 42 anos de existência, o que comprova sua consolidação no mercado editorial.

JORNALISMO DE MODA *ONLINE* E HIPERTEXTUALIDADE

Com a evolução da internet e a popularização dos dispositivos *mobile* houve uma necessidade de adaptação e evolução dos veículos de comunicação que, no ambiente de rede, passaram a ter acesso a vários recursos tecnológicos (texto, vídeo, áudio, infográficos interativos, *links*, entre outros) em uma mesma plataforma. Para conquistar e manter a nova audiência tornou-se necessário explorar com afinco as características principais do *web* jornalismo: a efemeridade da notícia, a interatividade, a multimodalidade, a possibilidade de personalização, além da hipertextualidade.

O termo hipertexto tem seu surgimento em meados dos anos 1960 criado por Theodore Nelson para exprimir a ideia de escrita/leitura não-linear em um ambiente virtual. No termo hipertexto, a adoção do "hiper" se deve a noção de extensão e generalidade, tal qual o hiperespaço matemático (NELSON, 1992 apud CAVALCANTE, 2004). Levy (1999, p.33), citado por Cavalcante (2004, p. 166) define o hipertexto a partir de duas perspectivas: a técnica e a funcional: "(...) tecnicamente, é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos serem os hipertextos". Do ponto de vista funcional, o hipertexto é um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, visando a aquisição de informações e a comunicação.

De acordo com Cavalcante (2004, p.166), Smith (1994) também compartilha da definição acima e outros teóricos como Bolter (1991) e Douglas (1998) vão conceber o hipertexto enquanto "um novo espaço de escrita: a escrita eletrônica, possibilitando que a ordenação textual seja estruturada de maneira variada." O hipertexto será constituído a partir da presença e utilização de nós e *links* que promovem ligações entre blocos informacionais e possibilitam que o leitor faça uma leitura não-linear.

> (...) o hipertexto acabaria atribuindo ao leitor um papel similar ao do autor, na

> medida em que caberia grande parte ao leitor em organizar a sequência do que vai ler (clicando ou não em palavras-chave, por exemplo, ou seja, indo ou não a um outro espaço, e tendo ido, decidir se volta ou não ao texto como o autor o teria disposto ou imaginado). (POSSENTI, 2002, p.219 *apud* Cavalcante, 2004, p. 168)

O hipertexto nas revistas de moda potencializa as relações citadas no trecho abaixo, pois nos veículos do jornalismo de moda o hipertexto permite que desfiles sejam transmitidos nos sites e redes sociais em tempo real; que links dispostos no texto direcionem para informações ou páginas sobre a marca ou personalidade divulgada; que usuários interajam com a informação através de curtidas e comentários e que a publicidade seja dinâmica – já que através de *links*, o usuário é direcionado imediatamente para o site ou perfil do anunciante. Segundo Moeran (2013):

> As revistas estabelecem relações significativas entre coisas que aparentam ser independentes na sua essência; dão-lhes vida social, criando um mundo imaginário sobre elas; sensibilizam os participantes para a área da moda em que se inserem; e impõem ordem, quer histórica quer esteticamente, num mundo cujos produtos provavelmente passam despercebidos, devido à sua natureza sazonal e quantidade potencialmente caótica. (ibid., p.95)

No *Instagram*, essa realidade não é diferente já que o usuário pode escolher qual caminho percorrer dentro da rede, selecionando ou clicando em *hashtags*, *links* e imagens, sendo redirecionado para outros perfis de usuários ou outras publicações.

A PUBLICIDADE *ONLINE*

Para Pinho (2000) há quatro grandes vantagens da publicidade *online* para os anunciantes em relação às mídias tradicionais: a) dirigibilidade – possibilidade de direcionar a publicidade para um público/mercado específico; b) acessibilidade – a publicidade on-line fica disponível 24 horas por dia; c) flexibilidade – em função da possibilidade do anunciante acompanhar o progresso de uma campanha, atualizá-la ou cancelá-la imediatamente; e d) interatividade – vantagem que se destaca e faz com que os anunciantes valorizem ainda mais a mídia *online*.

A tendência do marketing digital é direcionar a publicidade com o propósito de transmitir a mensagem certa, ao consumidor certo, na hora certa. Na estratégia do marketing de relacionamento e conteúdo, as marcas buscam criar e manter relacionamentos duradouros com seus clientes, através da interação constante e da produção de conteúdo personalizado, ao invés de dirigir mensagens a uma massa homogênea de indivíduos (TORRES, 2009). Nesse contexto, as redes sociais podem ser vistas como excelentes mídias, principalmente quando se trata de um perfil de uma revista renomada como a "Vogue Brasil", com seus milhões de seguidores ligados por um interesse em comum: a moda.

Segundo Lipovestsky (2009) "Nada é igual à publicidade: ao invés da coerção minuciosa, a comunicação; no lugar da rigidez regulamentar, a sedução; no lugar do adestramento mecânico, o divertimento lúdico". (ibid., p.23). Para o autor, a publicidade deve promover os produtos e informar os consumidores, mas deve utilizar como estratégia o lazer, o entretenimento, a originalidade, o espetáculo, a fantasia, a suspensão das leis do real e do racional, da retirada da seriedade da vida. Podemos, mais uma vez, encarar as redes sociais como veículos importantes de divulgação publicitária, já que se enquadram no perfil das estratégias descritas pelo autor.

Sobre a publicidade no ambiente *mobile*, Hinerasky (2014) afirma que:

> É possível elencar os seguintes formatos e abordagens de campanha publicitária ou de marketing no ambiente *mobile*, que tendem a construir ou fortalecer uma imagem de marca: a) anúncios patrocinados; b) publicação de conteúdo de imagens ou vídeos através da conta oficial ou dos designer/diretores criativos; c) uso do serviço de mensagens diretas (*direct messaging*) do *Instagram*; d) produção e publicação de vídeos e/ou web séries; e) parcerias e contratação de influenciadores (blogueiros, modelos, músicos, atores, personalidades etc.) para divulgação dos lançamentos e produtos; f) promoção de hashtags (#) em todas as suas contas. (ibid., p. 6)

De acordo com Corrêa (2010), no universo da moda, a construção das mensagens pode ir além dos formatos tradicionais de outras áreas, pois a escolha de produtos e serviços ligados a moda estão relacionados à interatividade, integração e aos estímulos sensoriais a que os consumidores são submetidos. (ibid. p.4)

PUBLIEDITORIAL OU *PUBLIPOST*

Segundo Torres (2009), o publieditorial, também conhecido como *publipost*, implica na publicação de um artigo pago pelo anunciante sobre determinado produto ou serviço. Prática já exercida por veículos impressos, o publieditorial constitui-se em uma mensagem publicitária, portanto paga, que tem a cara de reportagem, matéria jornalística (BUENO, 2014). Ele tem como objetivo integrar-se perfeitamente ao veículo em que está inserido, de modo a não ser percebido como publicidade e, portanto, agregar a credibilidade que os textos jornalísticos costumam ter. Implicitamente, o publieditorial visa "passar a perna" no leitor que, desavisado, pode "comer gato por lebre", ou seja, ver uma matéria onde, na verdade, existe publicidade. (BUENO, 2014).

Através dos publieditoriais, as empresas têm a oportunidade de direcionar a sua mensagem para um público específico e selecionado. Desta forma, o veículo se torna um mediador, estabelecendo assim uma relação mais próxima entre a marca e o consumidor. O grande problema deste tipo de publicidade é que nem sempre ela é sinalizada, assim, o veículo pode acabar transmitindo uma publicidade paga como se fizesse parte do seu conteúdo editorial.

Em relação à legislação, segundo o artigo 28, seção 6, Capítulo II "Princípios Gerais" do código do CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), órgão regulamentador da publicidade no Brasil, "o anúncio deve ser claramente distinguido como tal, seja qual for a sua forma ou meio de veiculação", isto é, toda publicidade deve ser devidamente identificada, independente do meio. Não identificar uma publicação paga, além de antiético, fere os direitos do consumidor.

REDES SOCIAIS: *INSTAGRAM*

A formação de redes sociais é uma prática humana antiga que foi intensificada pela internet e pela popularização das tecnologias digitais que propiciaram novas formas de interação e socialização. Surge, neste contexto, um novo conceito de comunidade, a comunidade virtual, "comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um senso de integração e identidade social". (WELLMAN, 2001 *apud* RECUERO, 2009, p. 1). Mediadas pelos ambientes digitais, as redes sociais virtuais podem ser consideradas comunidades virtuais porque conectam pessoas, instituições e empresas através de *sites*, portais e aplicativos.

Das redes sociais *online* vieram as redes *mobiles*, como o *Instagram*, em formatos de aplicativo para dispositivos móveis.

> O Instagram, criado em outubro de 2010, é a rede social online mais utilizada no mundo para compartilhar imagens e vídeos e, por este traço, ideal para o mercado da moda. Em função da portabilidade e ubiquidade, a plataforma ressignificou o uso das câmeras no celular e a tendência mobile no consumo. É estratégica para trabalhar com os desejos e aspirações das pessoas e tem se mostrado eficiente na criação da(s) identidade(s) visual(is) dos profissionais e empresas. Possui mais de 150 milhões de usuários, e quase dois terços destes, interagindo e se engajando ativamente todos os dias com a plataforma. (HINERASKI, 2014, p. 3)

Através de seus *smartphones* e *tablets*, milhares de pessoas acessam, diariamente, conteúdos sobre os mais diversos assuntos no *Instagram*, dentre eles, a moda. Assim, aproveitando-se da popularidade e abrangência das redes sociais, os grandes veículos também criaram seus perfis nestes canais, estreitando a relação com seus leitores e anunciantes. Houve, então, uma necessidade de adaptação e mudança da publicidade, pois nesses ambientes os consumidores só estão interessados nas publicidades mais relevantes. As possibilidades de publicidade no *Instagram* podem ser compreendidas a partir do que aponta Hineraski (2014):

> Os designers e marcas têm empregado o Instagram para fazer circular de modo ainda mais instantâneo as novidades porque já entenderam que é uma ferramenta exitosa para se aproximar dos consumidores por lidar com imagens, as quais operam com o imaginário e o desejo das pessoas. (ibid., p. 7)

Segundo Gonzalez, criador da comunidade "Instagramers.com" (2011), com o *Instagram* é possível separar-se dos atributos físicos do produto e se aproximar mais do marketing de 'engajamento' (participação), onde temos a possibilidade de posicionar uma marca vinculando-a sentimentos e ideias de forma eficiente.

Porém, assim como nas demais mídias sociais, no *Instagram* nem sempre é possível diferenciar a publicidade dos conteúdos editoriais do veículo. Trataremos disso no próximo tópico deste artigo, por meio da análise do *Instagram* da revista "Vogue Brasil".

INSTAGRAM DA REVISTA "VOGUE BRASIL"

A revista "Vogue Brasil" foi escolhida como objeto de análise do presente trabalho por ser considerada a mais importante revista de moda do país e uma das mais influentes do mundo. A revista tornou-se a principal curadora do São Paulo *Fashion Week* – evento de moda mais importante do país – sendo também a principal referência na divulgação de grandes marcas internacionais de luxo como *Dolce&Gabbana*, *Christian Louboutin*, *Burberry* e *British Fashion Council*. Entre seus colaboradores, a revista possui nomes relevantes da moda internacional, como os fotógrafos Mario Testino, Ellen von Unwerth e Patrick Demarchelier, além das *tops* Gisele Bündchen, Naomi Campbell, Alessandra Ambrosio e Kate Moss. De acordo com dados publicados pela "Vogue Brasil" em 2007, de toda a imprensa nacional, a revista "Vogue Brasil" era o título com maior presença no *Instagram*, somando o maior número de seguidores e sendo considerada o veículo que possui a maior audiência brasileira no mercado de luxo. Segundo Silvia Rogar, diretora de redação da Revista "Vogue Brasil";

> Sempre enxergando longe e mostrando em primeira mão o que está por vir, a Vogue Brasil é a maior autoridade em moda do País, além de ter estabelecido sua relevância no cenário internacional. Influente, criativa e sofisticada, a publicação reúne entre seus colaboradores a tropa de elite da indústria global, entre modelos, fotógrafos, *stylists* e *beautyartists*. Ao longo dos últimos cinco anos, a marca se consolidou como uma plataforma completa, indo muito além do papel: é hoje referência nas redes sociais aqui e lá fora, está à frente de iniciativas digitais inovadoras e lançou eventos que revolucionaram o mercado brasileiro, como o Vogue *Fashion's Night Out* e o Veste Rio – tudo isso com a mesma excelência que permeia suas páginas. (VOGUE BRASIL, 2017, p. 3)

No mês de outubro de 2017, o *Instagram* da revista indicava mais de 33 mil publicações e somavam um total de mais de 1,9 milhões de usuários. Como o perfil da revista publica diariamente várias imagens, tornou-se necessária a delimitação do *corpus* a ser analisado, em função da impossibilidade de trabalhar com todo o volume disponível. Para definir o recorte, foram escolhidas as dez primeiras

publicações do mês de setembro de 2017 (a escolha do mês de setembro justifica-se no fato de ser o mês mais importante para as revistas de moda, já que se trata do período mais movimentado para essa indústria por conta dos lançamentos das principais tendências da próxima estação).

A análise do *corpus* foi feita por meio da "Análise de conteúdo". Podemos classificar a pesquisa como descritiva, uma vez que, de acordo com Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa descritiva "observa, registra, analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador". (ibid., p.52). Segundo os autores, através da pesquisa descritiva, procura-se descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, suas características, causas e relações com outros fatos, características presentes no delineamento desta pesquisa. Quanto à natureza, trata-se de uma pesquisa básica, de cunho teórico que "objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais." (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 51). Por fim, podemos classificar esta pesquisa como qualitativa, uma vez que não há a preocupação em quantificar os fenômenos, mas sim interpretá-los sem a utilização de métodos ou técnicas estatísticas.

É importante ressaltar que não se pretende, neste artigo, analisar a interação do perfil do *Instagram* da revista com o público.

As postagens serão analisadas, em ordem cronológica de publicação, conforme identificado nas legendas, a partir de um *print* das telas que contemplam a primeira imagem visível e legenda.

Figura 1: 1ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYfKp_Fj2sF/?taken-by=voguebrasil

A primeira publicação da revista no mês de setembro foi um vídeo (*print* estático acima e versão

completa disponível no link) que divulga o aplicativo *mobile Prêt-à-Template*, utilizado para a criação de croquis de moda. No vídeo, um croqui de um l*ook* da marca "Apartamento 03", desfilado no São Paulo *Fashion Week*, é desenvolvido a partir do aplicativo. O *layout* é composto pelo croqui pronto, pela peça real e por uma tela que simula o aplicativo sendo utilizado. Na legenda do vídeo, aparecem as *hashtags* #croquidodia, que vincula a publicação a outras já disponibilizadas no mesmo estilo, #voguenospfw e #spfwn44, ambas se referindo São Paulo *Fashion Week*, evento no qual a revista faz a cobertura de todos os desfiles e lançamentos. Os links do evento @spfw, da marca @apartamento03, do app @pretatemplate, da jornalista que produziu a matéria @nitafd e do *designer* responsável pelo *layout* @gcamerotti, também fazem parte da legenda, permitindo que o seguidor seja direcionado para qualquer um destes perfis.

Figura 2: 2ª publicação do mês de setembro da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYfrThkDozx/?taken-by=voguebrasil

Na segunda publicação do mês, aparece uma imagem com três modelos em primeiro plano, com um corte um pouco acima do quadril, não identificando os seus rostos, nem o look completo, mas possibilitando ver três vestidos estampados. Trata-se da divulgação de um evento promovido pela revista "Vogue Brasil", em parceria com a revista "GQ Brasil", no shopping JK Iguatemi. Tanto a revista parceira quanto o shopping foram mencionados por meio dos *links* dos seus perfis. Na legenda também aparece o *link* do fotógrafo que produziu a imagem e os *links* dos perfis das marcas que participarão do evento, permitindo também o redirecionamento do usuário. Não aparece nenhuma *hashtag* na publicação.

Figura 3: 3ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYf2q9FDE6g/?taken-by=voguebrasil

A terceira publicação do mês divulga o lançamento do livro duplo do estilista belga Dries Van Noten – em comemoração ao centenário da sua marca, de mesmo nome. A publicação é ilustrada por uma modelo de costas vestindo a marca, contra um painel de flores rosa, contrastando com o vestido preto que ela veste. A marca é citada através do *link* do seu perfil @driesvannoten e da *hashtag* #driesvannoten, permitindo o redirecionamento do leitor. A legenda também sugere que o seguidor acesse o site da "Vogue" para visualizar uma retrospectiva da marca por meio da apresentação de mais de duas mil imagens.

Figura 4: 4ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYf5i94jacV/?taken-by=voguebrasil

A quarta publicação do mês de setembro divulga o lançamento do livro "Gio_Graphy: Fun in the Wild World of Fashion" da *stylist* italiana Giovanna Battaglia. A primeira imagem é a capa do livro, seguida por três fotos da *stylist*. Como o seu perfil não é homônimo e poderia não ficar claro de quem se trata, o nome dela aparece seguido do *link* @bat_gio. O texto também contém os *links* da editora do livro @rizzolibookse e do diretor criativo Giovanni Bianco@gb65, permitindo o redirecionamento do leitor para qualquer um destes perfis. A legenda também divulga a parceria da *stylist* com a loja de departamentos Bergdorf Goodman, cujo perfil do *Instagram* também é mencionado, para a criação de uma coleção-cápsula de camisetas. A única *hashtag* presente na legenda é #moda.

Figura 5: 5ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYgHvx6jU70/?taken-by=voguebrasil

A quinta publicação do mês é a única, entre as dez selecionadas, que não apresenta nenhum produto ou marca. Através de um vídeo que apresenta uma série com nove fotos de rostos de modelos, aparentemente, com pouca maquiagem, a publicação divulga uma tendência de beleza que foi apresentada no São Paulo *Fashion Week*: deixar as sobrancelhas mais naturais. Além da *hashtag* do evento, o site da revista é indicado como o lugar em a matéria completa está disponível. Os *links* dos perfis das jornalistas que produziram a matéria do *site* e os *links* dos perfis dos fotógrafos que produziram as fotos, acompanhadas das *hashtags* #beleza e #voguenospfw compõem a publicação. Ainda que as marcas não sejam mencionadas, o seguidor pode ser direcionado para os perfis dos profissionais citados ou para o perfil do evento.

Figura 6: 6ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYgOMPNj0N8/?taken-by=voguebrasil

A sexta postagem do mês de setembro divulga a exposição fotográfica "Here We Are", inaugurada pela marca *Burberry*, mencionada no texto através do link do seu perfil @burberry. Na legenda também aparecem os nomes dos curadores da exposição e dos fotógrafos selecionados, porém, sem *links* ou *hashtags*. No campo da imagem, aparecem quatro fotos que, provavelmente, fazem parte da exposição. Neste caso, o leitor pode ser direcionado apenas para o perfil da marca divulgada.

Figura 7: 7ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYgWA5WDo-s/?taken-by=voguebrasil

A sétima postagem divulga um *workshop* realizado pela artista russa Maria Kazakova. O link do perfil da artista não é divulgado, mas na legenda aparecem os *links* dos perfis da sua marca @jahnk0y e da marca @puma – parceira da artista no São Paulo *Fashion Week*. Na primeira foto, aparece Kazakova ao lado da repórter de moda citada na legenda @oliviaanicoletti. Na foto seguinte aparece um *top* exemplificando o trabalho da artista. Não consta nenhuma *hashtag* na legenda, ainda assim, o usuário pode ser redirecionado para os perfis das marcas e da jornalista.

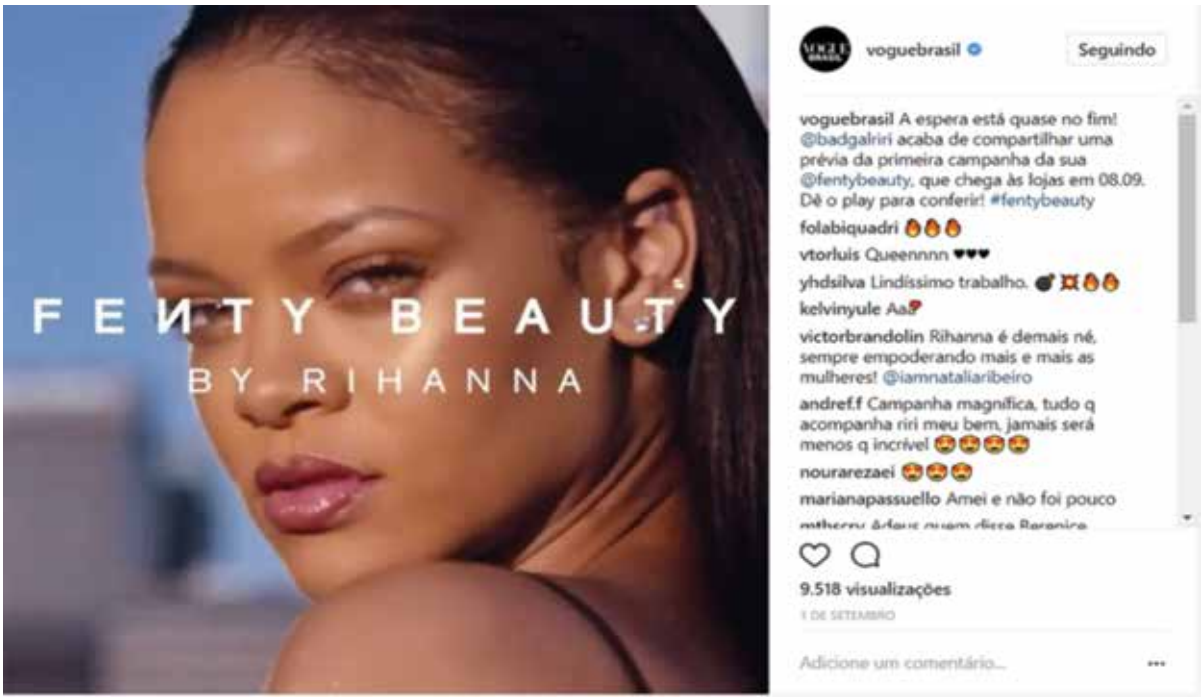


Figura 8: 8ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYgaJEIjPgn/?taken-by=voguebrasil

A oitava postagem divulga um vídeo (*print* estático acima) da primeira campanha publicitária da marca de produtos de beleza "FentyBeauty", citada na legenda através do link do perfil @fentybeauty e da *hashtag* #fentybeauty, que seria lançada na semana seguinte à postagem. A marca pertence a cantora Rihanna, cujo link do perfil também é divulgado: @badgalriri. Apesar de não ser homônimo, o perfil da cantora é mundialmente conhecido, especialmente pelo público da revista, tornando-se desnecessária a menção do seu nome. Além disso, o nome da marca e da cantora aparecem na primeira cena do vídeo sobrepostos a imagem da cantora. Os leitores podem ser redirecionados para os perfis da marca, para as publicações referentes à marca ou para o perfil da cantora.

Figura 9: 9ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYgb1eYDqli/?taken-by=voguebrasil

A nona postagem do mês divulga a primeira edição do "Franca Sozzani Award" que aconteceu durante o Festival de Cinema de Veneza, mesmo dia da publicação. O prêmio foi criado em homenagem a diretora de redação da revista "Vogue Itália", Franca Sozzani que morreu em dezembro de 2016. Os nomes do prêmio e da diretora aparecem apenas através da *hashtag* #FrancaSozzaniAward. Na imagem, aparece a modelo Isabeli Fontana mencionada na legenda através do *link* do seu perfil @isabelifontana. As marcas do vestido e da sandália usados pela modelo são citadas através dos *links* dos perfis das empresas @albertaferretti e @manoloblahnikhq. A *hashtag* #regram seguida do *link* @isabelifontana aparecem no final da legenda, indicando que se trata da republicação de uma postagem da modelo. O seguidor pode ser redirecionado para publicações sobre o prêmio, para o perfil da modelo ou para os perfis das marcas usadas por ela.

Figura 9: 9ª publicação do mês de setembro de 2017 da revista "Vogue Brasil" no *Instagram*
Fonte: https://www.instagram.com/p/BYgevgHDnzK/?taken-by=voguebrasil

A décima postagem do mês trata-se de uma sequência da nona postagem. Refere-se à divulgação, por meio de imagem e texto, das celebridades presentes na primeira edição do "Franca Sozzani Award". Vários nomes são mencionados, mas apenas alguns são citados através do *link* do seu perfil na rede, dentre eles @karolinakurkova, *supermodel* internacionalmente conhecida e @donatella_versace, diretora artística da marca "Versace" – criada por seu irmão, Gianni Versace. No final da postagem, é sugerido ao leitor que acesse o site da revista "Vogue" para saber mais sobre o evento. A única *hashtag* que aparece é a que se refere ao evento #FrancaSozzaniAward, possibilitando o redirecionamento do leitor para as publicações sobre a premiação ou para os perfis das celebridades citadas.

A partir da análise das imagens, legendas, *links* e *hashtags* publicados no perfil do *Instagram* da "Vogue Brasil", foi possível perceber que nenhuma publicação é identificada como publicidade. A quinta publicação que divulga uma tendência de beleza, identificada na "Figura 5" é a única que não divulga nenhuma marca ou personalidade, incluindo em sua legenda apenas as *hashtags* do evento São Paulo *Fashion Week* e os *links* dos perfis das jornalistas e fotógrafos responsáveis pelo *post*. Nas demais publicações, aparecem *hashtags* e *links* que direcionam o seguidor para os perfis de marcas, profissionais, empresas e personalidades, possibilitando maior interação e engajamento por parte dos usuários. Assim, apesar de ser considerado um veículo de jornalismo de moda, algumas postagens possuem todas as características de um anúncio publicitário, mesmo sem identificação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda reflete estilos de vida, influencia na autoestima, na imagem profissional das pessoas e movimenta uma indústria que possui um importante papel nas economias mundial e nacional. As redes sociais, em especial o *Instagram*, possuem um importante papel neste mercado e são uma excelente ferramenta de interação entre veículos de comunicação, marcas e sociedade.

Em relação ao *Instagram* da Revista "Vogue Brasil", não é possível afirmar se parte do conteúdo publicado pode ser considerado como publicitário, seja caracterizado como publieditoriais – divulgando produtos, estimulando o desejo ao consumo e direcionando o usuário para o perfil da marca – seja caracterizado apenas como informação jornalística especializada – tendo marcas e personalidades do mundo da moda como temática central. É possível perceber, porém, o caráter híbrido das publicações que, além da informação editorial de moda, possui características de perfil publicitário.

Apesar de divulgar o produto e estimular o consumo, a publicidade de moda pode passar por uma indicação editorial já que, geralmente, seu conteúdo está ligado a marcas, personalidades e produtos. Cabe ao veículo ser coerente com o seu público e sua linha editorial para não comprometer sua credibilidade e audiência e, sempre que receber alguma remuneração para divulgar um produto ou uma marca, identificar o caráter publicitário da publicação.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Publieditorial, a estratégia que afronta a ética.** Disponívelem: <http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/opiniao/opiniao1.htm>. Acesso em: 16 dez. 2014.

CALDWELL, C.; ZAPPATERRA, Y. **Design Editorial:** Jornais e revistas / Mídia impressa e digital. Tradução: Edson Furmankiewicz. 1 ed. São Paulo: Gustavo Gilli, 2014.

CASTILHO, K. MARTINS, M. M. **Discursos da Moda:** semiótica, design e corpo. 2. Ed. ver. e atual. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

CAVALCANTE, M. C. B. **Mapeamento e produção de sentido:** os links no hipertexto. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (Orgs.). Hipertexto e gêneros digitais. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004. p. 163-169.

CONAR. **Códigos e anexos.** Disponível em: <http://conar.org.br/>. Acesso em: 20 dez. 2015

CORRÊA, M. J. **Comunicação Digital: Gêneros e Multimodalidade Aplicados a Moda.** INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Campina Grande, PB, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1244-1.pdf> Acesso em: 24 jan. 2015.

HINERASKY, D. A. **Jornalismo de Moda no Brasil:** da especialização à moda dos blogs. Anais. 6º Colóquio de Moda, 2010. Disponível em: < http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/6-Coloquio-de-Moda_2010/71881_Jornalismo_de_moda_no_Brasil_-_da_especializacao_a_mod.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2014.

HINERASKY, D. A. **O Instagram Como Plataforma De Negócio de Moda:** dos "itbloggers" às "it-marcas". 4º Congresso Internacional de Comunicação e Consumo. São Paulo: 2014. Disponível em: <http://docplayer.com.br/14450008-O-instagram-como-plataforma-de-negocio-de-moda-dos-itbloggers.html>. Acesso em: 17 jan. 2016.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MOERAN, B. **Lançando a moda:** o discurso das revistas. In: Comunicação e Sociedade, vol. 24, 2013, p. 95 – 119. Disponível em: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1778/1708>. Acesso em: 20 jan. 2016.

PINHO, J. B. **Publicidade e vendas na internet:** técnicas e estratégias. São Paulo:

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009. Summus, 2000.

TORRES, C. **A Bíblia do marketing digital:** tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

VOGUE BRASIL. **Mídia Kit Vogue 2017**. Disponível em: <http://editora.globo.com/midiakit/vg/midiakit_vg.pdf> .Acesso em: 01 mai. 2017.

OBJETO TÉCNICO, OBJETO COMUNICACIONAL, OBJETO DIGITAL:

Uma discussão sobre o telejornalismo on demand

Iana Coimbra
(Aluna do curso de Mestrado em Comunicação da PUC Minas; ianacoimbra@hotmail.com)

RESUMO
Essa é uma discussão sobre o telejornalismo on demand, numa tentativa de compreender as mudanças que implicam a transmissão de notícias televisivas via aplicativos. Neste caso pelo GloboPlay, da Rede Globo, considerando o Jornal Nacional - principal telejornal da emissora. Neste artigo são articulados os conceitos de mediação, midiatização, objeto digital, convergência, crossmídia, transmídia, com base nos pensamentos de autores que são referências no assunto, como Yvana Fechine e Henry Jenkins.

PALAVRAS-CHAVE
Telejornalismo on demand; Transmídia; Convergência; Dispositivo; Mediação.

ABSTRACT
This is a discussion about telejournalism on demand, in an attempt to understand the changes that imply the transmission of television news through mobile apps. In this case about GloboPlay, from Rede Globo, focusing the Jornal Nacional - the mainly news network. In this article are articulated the concepts of mediation, mediatization, digital object, convergence, transmedia, based on the thoughts of authors who are references in the area, such as Yvana Fechine and Henry Jenkins.

KEYWORDS
On demand telejournalism; Transmedia; Convergence; Device; Mediation

INTRODUÇÃO

Neste artigo, tem-se um objeto técnico: a TV; um objeto comunicacional: o telejornalismo; e um objeto digital: as reportagens e os telejornais disponibilizados virtualmente via aplicativo, permeando conceitos de mediação, midiatização e dispositivo. Tudo isso se relaciona no território movediço da comunicação, em um ambiente onde mídia, informação e tecnologia andam de mãos dadas, contribuindo

para o desenvolvimento mútuo. A discussão aqui é sobre o telejornalismo *on demand*, numa tentativa de compreender as mudanças que implicam a transmissão de notícias televisivas virtualmente. Neste caso, analiso o GloboPlay, especificamente o Jornal Nacional - principal noticiário da Rede Globo que, desde 2015, também é transmitido pelo aplicativo.

Para abordar esses assuntos, começo por Roger Silverstone (2002), para quem a mídia deve ser pensada como um processo de mediação que se estende para além do contato entre os textos midiáticos e seus receptores.

> A mediação implica o movimento de significado de um texto para o outro, de um evento para o outro. Implica a constante transformação de significados em grande e pequena escala, importante e desimportante, à medida que textos da mídia e sobre a mídia circulam em forma escrita, oral e audiovisual, e à medida que nós, individual e coletivamente, direta e indiretamente, colaboramos para a sua produção (SILVERSTONE, 2002, p. 33).

Silverstone (2002) acrescentou que a mediação é tecnológica, social e que todos atuam nesse processo. Martín-Barbero (2008) escreveu que o campo das mediações é constituído pelos dispositivos através dos quais a hegemonia transforma de dentro para fora o sentido do trabalho e da vida. Para ele, a televisão está no centro dessa dinâmica social, no papel de grande interlocutora. Todavia, Barbero (2008) pontua que a oferta diferenciada dos produtos de vídeo está ligada ao poder aquisitivo dos indivíduos na América Latina e na Europa. E critica:

> A única coisa que parece importar decisivamente para os produtores e programadores das tecnologias de vídeo é a inovação tecnológica, enquanto o uso social daquelas potencialidades técnicas parece estar fora de seu interesse (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 294).

Dentre as inovações tecnológicas testemunhadas nos últimos tempos, está a popularização da internet, dos computadores pessoais, dos *smartphones*, além do surgimento das redes sociais e dos aplicativos, artefatos e plataformas que reconfiguram a relação do ser humano com a produção e com o consumo de conteúdos midiáticos.

Carvalho e Lage (2012) se ancoram em Muniz Sodré (2002) para propor a ideia de midiatização como nova forma de vida, por ser uma espécie de quarto âmbito existencial. Uma nova relação do homem com o mundo, reconfigurada pelo tecnodeterminismo e pelo mercado. Para eles, a midiatização se apresenta então como dinâmica interacional ainda incompleta, mas geradora de novas possibilidades sociais. Destacam ainda o papel da tecnologia, não só na dimensão material, como também social,

> segundo a qual mediações tecnológicas e demandas sociais se relacionam de forma complexa, abrindo e fechando modalidades comunicativas e modificando as bases da sociabilidade contemporânea. A tecnologia tanto se

> apoia nos avanços tecnológicos quanto os desencadeia (CARVALHO; LAGE, 2012, p. 246).

Eles citam que, diante da tecnologização dos processos sociais e das formas de interação, pôde-se assumir que a mídia também se vê afetada pela nova ordem comunicacional, porque os processos tecnológicos de interação abrem possibilidades, permitem novas formas de produção, difusão, circulação, bem como de criação de vínculos e de constituição de si. "Todas essas marcas sensíveis das novas mediações e de rearranjos sociais, o que culmina com a transformação da própria lógica dos dispositivos midiáticos" (CARVALHO; LAGE, 2012, p. 248). Segundo Thompson (1998), o desenvolvimento de novos meios de comunicação consiste na criação de outras formas de ação e de interação dissociados do ambiente físico. De maneira que as pessoas nem precisam mais compartilhar o mesmo tempo e espaço para se relacionar.

Por isso, é possível dizer que a TV como conhecemos está em transformação. Agora, temos televisão, telefone, cinema e rádio na palma da mão, unificados em um mesmo aparelho, com possibilidades infinitas de transmissão de conteúdo. Não dependemos mais de um eletrodoméstico, um objeto técnico em um lugar fixo – usando aqui o conceito de Gilbert Simondon (1958) – para acompanhar a grade televisiva. É claro que essa possibilidade ainda existe e é provável que continue por muito tempo, mas é inegável que avanços tecnológicos estão mudando os hábitos.

É o que vemos acontecer. Enquanto a televisão, como objeto técnico e como eletrodoméstico, tem a capacidade de reunir um grupo no mesmo lugar para consumir informação, com a transmissão via dispositivos móveis por meio de aplicativos essa lógica não precisa mais existir, porque o aplicativo desterritorializa o que a televisão, como eletrodoméstico, territorializou – usando, aqui, o conceito do filósofo francês Gilles Deleuze. "O valor do território é existencial: ele circunscreve, para cada um, o campo do familiar, do vinculante, marca as distâncias em relação a outrem e protege do caos" (ZOURABICHVILI, 2004, p. 23). Sim, durante décadas, a televisão, como objeto técnico, criou hábitos de se consumir a informação no mesmo ambiente, em horários determinados, seguindo a lógica de grade de programação estabelecida pelas emissoras. A TV delimitou esse tempo e espaço, que agora não precisam mais ser seguidos, porque, por meio das plataformas digitais, objetos técnicos como *smartphones*, *tablets*, e *smart Tvs* ganham outras funcionalidades e se tornam plataformas interacionais.

John Thompson (1998) abordou esse assunto ao escrever que só poderemos entender o impacto social do desenvolvimento das novas redes e do fluxo de informação se compreendermos a importância de se abandonar a ideia de que os meios servem para transmitir conteúdos a indivíduos cujas relações permanecem fundamentalmente e essencialmente inalteradas. Porque, segundo o autor, "o uso dos meios de comunicação transforma a organização espacial e temporal da vida, criando novas formas de ação e interação, e novas maneiras de exercer o poder, que não está mais ligado ao compartilhamento do local comum" (THOMPSON, 1998, p. 14).

Todavia, mesmo diante desse cenário, o medo que se tinha da televisão perder público para a internet foi rapidamente ultrapassado, conforme pontuam Paulino, Empinotti e Porto (2013). Para

eles, hoje, acredita-se no crescimento do público de ambas as mídias.

> A televisão não eliminou o rádio; a internet não enterrou o impresso. As novas mídias não sucateiam as anteriores, apenas as reconfiguram. Os televisores do futuro seguirão a tendência das plataformas recentes, como os smartphones, tendem a funcionar como uma central de convergência, reunindo diversas funções e integrando diversos aparatos da comunicação (PAULINO; EMPINOTTI; PORTO, 2013, p. 63).

CONVERGÊNCIA, TRANSMÍDIA, CROSSMÍDIA E INTERAÇÃO

Henry Jenkins (2008) acredita que, se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o paradigma da convergência presume que ambas vão interagir de formas cada vez mais complexas. Silva e Alves (2016) recordam que, com a ascensão da internet como veículo de comunicação, no início dos anos 2000, as redações sofreram transformações nos modos de produção e veiculação da notícia, caracterizando a interação entre os meios. Eles se apoiam em Ramón Salaverría (2008) para defender a ideia de convergência jornalística como um

> processo multidimencional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregadas, de forma que os jornalistas elaborem conteúdos que se distribuam através de múltiplas plataformas mediante linguagens próprias de cada uma (SALAVERRIA, 2008, p. 404).

Assim, vemos a notícia, que é fluida, em seu devir chegar a novas plataformas, abrindo mão de um território hegemônico, de uma relação exclusiva com um objeto técnico – a televisão, para se arriscar em relações crossmidiáticas, transmidiáticas, influenciada pela interação e pela convergência.

Segundo Jenkins (2008), convergência é uma palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. A convergência inclui o fluxo de conteúdos através de várias plataformas e a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas. Ela é entendida pelo autor como um processo contínuo, ou uma série de interstícios entre diferentes sistemas de mídia. Além disso, para ele, não se trata de uma relação fixa, mas que é caracterizada pelo comportamento migratório do público que circula pelas plataformas em busca de experiências, cuja circulação depende da participação ativa dos indivíduos. Assim, Jenkins (2008) refuta a ideia de que a convergência seja encarada como um processo puramente tecnológico, reduzida à ideia da reunião de várias funções num mesmo aparelho, mas representa uma transformação cultural, à medida em que os indivíduos são incentivados a buscar informações e conexões em conteúdos dispersos. Neste sentido, a convergência acontece nos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações, e a digitalização

abre caminho para ela, sendo este um processo que não depende de estarmos prontos ou não, com ou sem banda larga suficientes (JENKINS, 2008).

Já a transmidiação, segundo Geane Alzamora (2017), se dá quando pensamos num modelo de produção orientado para a distribuição em mídias distintas e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si, cuja articulação depende da participação do telespectador. Yvana Fechine e Sophia Rêgo (2017) concordam com esse conceito e defendem que a transmidiação no jornalismo pode ser compreendida como um conjunto de ações adotadas pelas corporações de acordo com um planejamento estratégico de produção e disponibilização de conteúdos de forma diversificada, tendo como condição a participação do espectador.

Paola Marcon e Cristiane Finger (2016) acrescentam que a narrativa transmídia se complementa em diferentes meios e parece ser a que mais atende às demandas de participação do público por abrir um espaço a ser preenchido pela audiência. Para as autoras, enquanto, na narrativa crossmídia, há a transmissão de conteúdos para um maior número de pessoas a partir da disponibilização em diversos canais, independente da interação, na transmídia, os meios se fortalecem, porque, ao complementarem a informação (seja por meio de vídeos amadores, comentários em redes sociais que são incorporados na dinâmica jornalística), o usuário passa a colaborar ativamente. Então, argumentam que jornalismo transmídia é um novo gênero, que exige das emissoras uma adaptação das estruturas de produção para gerar engajamento e atrair a audiência.

Porém, segundo Yvana Fechine e Karla Bronsztein (2016), os limites conceituais entre os temos crossmídia e transmídia ainda não estão bem definidos. Para as autoras, a chave da experiência transmídia passa a ser a ressonância e a retroalimentação dos conteúdos, que repercutem e reverberam, mantendo o consumidor de mídias envolvido, seja convidando a colaborar ou promovendo os conteúdos propostos. Por isso, a transmidiação nos desafia a pensar sobre as estratégias adotadas e sobre a melhor forma de caracterizá-la como fenômeno.

Para Muniz Sodré (2002), a popularização da Internet e dos computadores não se trata de uma revolução tecnológica, mas de uma mutação, que parte de uma maturação que resulta na hibridização e rotinização de processos e recursos já existentes sob outras formas. Para ele, a revolução da informação está no fenômeno da estocagem de grandes volumes de dados e a velocidade da transmissão e das conexões, que transforma a vida do homem contemporâneo e, é claro, do telespectador. Assim, é possível assistir a transmissões ao vivo em tempo real, ou escolher uma edição anterior em um acervo virtual, como é o caso do Jornal Nacional no GloboPlay. No aplicativo, ficam disponíveis versões completas e trechos selecionados dos últimos seis meses. Neles, é possível curtir, comentar e compartilhar o que se assistiu. É com base nisso que este artigo foi desenvolvido, usando como metodologia a pesquisa bibliográfica, documental e análise exploratória do JN no GloboPlay.

TELEJORNALISMO ON DEMAND

O jornalismo é uma das grandes bases sob a qual a televisão se firmou no Brasil. Um objeto comunicacional cuja essência é levar a informação e transmitir o que acontece ao redor e no mundo. Silva e Alves (2016) propõem três estágios que demarcam as mudanças mais recentes na área. A primeira é a transpositiva, a partir dos anos 2000, marcada pelo lançamento dos portais de notícias e início da articulação dos conteúdos jornalísticos. Nesta etapa, também constam as primeiras tentativas de interação com o público por meio de *chats*. A segunda é a fase hipermediática, caracterizada pelo fenômeno da segunda tela e pela transmissão simultânea de telejornais pela TV e internet. A terceira é a fase expandida, quando os conteúdos passam a ser produzidos em outros formatos para novas plataformas, como redes sociais e aplicativos, privilegiando a interação com os telespectadores convertidos em seguidores.

Paola Marcon e Cristiane Finger (2016) afirmam que, à medida em que a internet se consolida como meio de comunicação que possibilita a interação entre pessoas e mídias, os formatos televisivos se modificam, conforme citado por Silva e Alves (2016). Elas recorrem ao conceito de hipertelevisão, cunhado por Scolari (2014), para definir a fase atual da TV, quando os programas se adaptam a um ecossistema midiático no qual as redes de interação ocupam um lugar privilegiado e adotam características relevantes das novas mídias. Assim, os produtores de conteúdo passam a buscar novos públicos, à medida em que se aventuram em espaços midiáticos até então não explorados. Marcon e Finger (2016) completam que cada rede social possui características específicas, linguagens próprias, com diferentes níveis de interação, podendo se modificar com o tempo. O mesmo acontece com os aplicativos.

Porém, na busca por ganhar novos públicos, há o risco de se perder os já conquistados. A TV brasileira se encontra nesse dilema. Ainda é a mídia hegemônica no país, mas, ao mesmo tempo, perde audiência junto ao público mais jovem. Por isso Finger (2017, p. 13) propõe:

> Pensar no telejornalismo como informação audiovisual que pode ser usada para explorar o que de melhor a televisão oferece e como ela pode conquistar não apenas mais audiência, mas o engajamento do público em interações como 'curtir, participar e compartilhar'. O telejornal ao vivo na rede social ganha em participação simultânea, os produtores podem acompanhar como o conteúdo está sendo recebido e aproveitar comentários, perguntas e sugestões ainda no momento da emissão. Este é o empoderamento do receptor que passa a ser usuário.

Para Belém e Cirne (2017), a reconfiguração do telejornalismo reflete mudanças tecnológicas.

> Nesse processo de confluência entre os mass medias analógicos e os sistemas digitais, há, portanto, um interesse dos telejornais em construírem estratégias que transformem a web em aliada dos seus conteúdos, convertendo o hábito de ver televisão em uma experiência de envolvimento prolongado e maior interação (BELÉM; CIRNE, 2017, p. 06).

Os autores chamam atenção para o visível investimento das empresas de comunicação na circulação de conteúdos para além da TV, seja os que já foram exibidos, os complementares, ou suplementares – produzidos exclusivamente para *web* ou para aplicativos. Diante disso, acrescento o pensamento do argentino Mário Carlón (2014, p. 29), que afirma: "Aceitar que esse processo está acontecendo todos os dias é fundamental para começar a desenvolver estratégias que nos permitam analisar de forma mais profunda a era que vivemos de convergência e transmidiação".

Se a TV é um objeto técnico e o telejornalismo um objeto comunicacional, essa discussão se amplia diante da inclusão das novas formas de veiculação e da inserção do telespectador nessa dinâmica. Aqui entra o telejornalismo *on demand*, com o conteúdo transmitido via aplicativo, como é o caso do Jornal Nacional disponibilizado no GloboPlay. Ancorada no pensamento de Braga (2011), para quem a comunicação é sempre uma ação, uma tentativa, considero o telejornalismo *on demand* um dispositivo interacional. Nesse processo, as regras se modificam com o próprio uso. Braga (2011) afirma que o episódio interacional, acionador de tais dispositivos, lhes dá forma, sentido, substância e direcionamento. É o que vemos diante do telejornalismo nesta nova plataforma.

Por isso, o aplicativo não é apenas uma ferramenta. No contexto do telejornalismo *on demand*, ele é um meio potente, um mediador do conteúdo condicionado a uma interface digital, onde se estabelecem a comunicação entre a informação e o usuário. Mas não da mesma forma como acontecia no contexto da TV, porque, no universo digital, o telespectador convertido em usuário tem a liberdade e o poder de escolher o que quer assistir. Assim o faz, criando uma lógica própria, elegendo o que o interessa dentro de um cardápio de notícias e adequando o conteúdo ao tempo disponível.

O pensador italiano Giorgio Agamben (2005, p. 13) escreveu que, desde que apareceu o "*homo sapiens* havia dispositivos, mas dir-se-ia que hoje não haveria um só instante na vida dos indivíduos que não seja modelado, contaminado ou controlado por algum dispositivo". Não quero limitar a compreensão desse conceito somente ao aspecto tecnológico, no esforço de evitar o reducionismo de um termo que vai além disso. Portanto, recorro novamente a Braga (2011) ao afirmar que, por mais forte que seja o elemento tecnológico, não é ele quem deve ser tomado como dispositivo, mas sim o conjunto heterogêneo de materiais e de processos que dão sentido e direção ao uso da tecnologia. Por isso, aqui, tomo a tecnologia como meio, como uma ferramenta, uma plataforma. Mais uma vez, acolho Agamben (2005) para compreender a abrangência do termo dispositivo, para quem sempre tem uma função estratégica concreta.

> É um conjunto heterogêneo, que inclui virtualmente qualquer coisa, linguístico e não linguístico no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de segurança, proposições filosóficas, etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos (AGAMBEN, 2005, p. 09).

Agamben (2005) completa que chama de dispositivo qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar gestos, condutas e opiniões. Está inscrito em um jogo de poder, ligado a uma ou mais marcas de saber que nascem dele, mas

que também o condicionam. Ao redor disso, se forma um discurso, um sistema de relações estabelecidas entre elementos heterogêneos. O telejornalismo *on demand* cabe perfeitamente nessa definição. Uma nova forma de comunicar, de informar, de capturar a atenção do telespectador, de chegar até o local onde ele está e não mais aguardá-lo em um espaço específico. Para Deleuze (1990), os dispositivos são um conjunto multilinear, máquinas de fazer ver e de fazer falar, que implicam linhas de força.

> Os dispositivos têm, então, como componentes linhas de visibilidade, linhas de enunciação, linhas de força, linhas de subjetivação, linhas de ruptura, de fissura, de fratura que se entrecruzam e se misturam enquanto umas suscitam, através de variações ou mesmo mutações de disposição (DELEUZE, 1990, p. 157).

Para Braga (2011), o dispositivo parte de processos gerados pelo ser humano em sua prática de existência, sobrevivência e produz processos para tudo, sendo que não há geração de processos sem comunicação. "O fenômeno comunicacional se realiza em episódios de interação entre pessoas e/ou grupos, de forma interpessoal ou midiatizada - esse é o nosso viés principal" (BRAGA, 2011, p. 04). Ele afirma ainda que as interações envolvem circunstâncias, processos, participantes, objetivos e encaminhamentos, por isso, completa a palavra dispositivo com o adjetivo interacional. Para ele, cada episódio comunicacional recorre a determinadas matrizes interacionais e modos compartilhados para fazer avançar esse fenômeno. "Tais matrizes - culturalmente disponíveis no ambiente social (e em constante reelaboração e invenção) correspondem ao que chamamos aqui de dispositivos interacionais" (BRAGA, 2011, p. 05). O autor ainda diz que precisamos entender que os episódios de comunicação acontecem sempre no âmbito dos dispositivos interacionais, um lugar possível para se estudar e observar esses fenômenos. Novamente, chamo atenção para como o telejornalismo *on demand* se encaixa nessas perspectivas.

Braga (2015) também escreveu que, com a ampliação do espaço de interações midiatizadas, tudo passa a circular segundo processos midiáticos, de forma que as fronteiras se tornam vagas. Desenvolve-se, então, novas tecnologias e espaços não restritos à recepção, o que viabiliza a interação. E, assim, ocorre um atravessamento de todos os campos sociais por processos interacionais midiatizados. Para Braga (2015), nessa fase de transição entre a sociedade dos meios e a sociedade em midiatização, uma das dificuldades está na articulação entre as práticas e as experimentações interacionais.

OBJETO DIGITAL

Proponho, então, que, quando o telejornalismo deixa de ser exclusivo da TV e vira um dispositivo interacional, não é só a plataforma que se modifica, mas a notícia também se transforma: vira um objeto digital. Quando o telejornal deixa de ser exibido exclusivamente pela televisão, ele se expande. Esse conteúdo feito para a TV ganha um novo corpo. "Objetos digitais são simplesmente objetos na Web, como vídeos no Youtube, perfis no Facebook, imagens no Flickr, e assim por diante, compostos por dados e estruturados por esquemas ou ontologias que podem ser difundidos como metadados" (HUI,

2012, p. 380, tradução nossa)[1]. Portanto, nesse "assim por diante" citado por Yuk Hui (2012), incluo os telejornais oferecidos por aplicativos, sites e redes sociais, e os trechos deles, assistidos *online*. Para Hui (2012) os objetos digitais se relacionam com outros objetos, como os técnicos nos quais se enquadram *smartphones*, *tablets*, *smartTVs*, e também com os objetos naturais, neste caso compreendidos como a informação - matéria prima do telejornalismo. Para Hui é necessário refletir sobre essas relações porque "a investigação dos objetos digitais é uma tentativa de retrabalhar o objeto pólo e redefinir sua relação com o sujeito" (HUI; LOVINK, 2016, p. 08, tradução nossa)[2]. Isso faz sentido porque ao mudar de meio, ao se transformar em algo diferente, as relações entre conteúdos e as pessoas que os consomem mudam. Porque este é um agenciamento transformador.

É o que acontece nas reportagens e telejornais produzidos pela Rede Globo transmitidos pelo GloboPlay. Segundo Paulo, Empinotti e Porto (2013, p. 63-64), diante de tantas mudanças e possibilidades, "a intenção é adaptar a televisão para os novos modos de consumo que estão nascendo, e que vão transformar toda a área, inclusive a mudança do *broadcast* atual para uma transmissão feita pela internet". Emerim e Paulino (2013) recorrem a Eli Noam (2004) para defender que, nesse novo contexto, a audiência tende a se transformar em *viewsers*, combinação das palavras *viewer* (espectador) e *browser* (pesquisador) em uma televisão na internet. A inevitável revolução da informática, que modifica em profundidade a comunicação de massa, provoca uma nova configuração nas funções da mídia e no conceito de "audiência participativa" para os telejornais. Assim, voltamos ao Jornal Nacional no GloboPlay.

O GLOBOPLAY E O JORNAL NACIONAL

Para Martín-Barbero (2008), os meios estão sendo reinventados à luz da interface da TV com a internet, numa interação e contaminação que desestabilizam os discursos próprios de cada meio e criam formas mestiças de comunicação. Para Braga (2016), a comunicação é uma tentativa diante da dificuldade de exercer um controle rigoroso e de definir padrões para o seu desempenho. Tentativa, mas não aleatória, porque ela é prevista, buscada e ocorrente. Segundo ele, a comunicação se realiza em diferentes graus de efetividade ou sucesso. Por isso, enquadro o aplicativo GloboPlay como mais uma dessas tentativas que, segundo Braga (2016), geram, por aproximação sucessiva, modos e táticas na busca de uma efetividade comunicacional ampliada, desenvolvendo na prática objetivos e critérios indicadores de sucesso.

> Podemos então considerar que dispositivos de interação são espaços e modos de uso, não apenas caracterizados por regras institucionais ou pelas tecnologias acionadas; mas também pelas estratégias, pelo ensaio-e-erro, pelos agenciamentos táticos locais - em suma - pelos processos específicos da experiência vivida e das práticas sociais (BRAGA, 2016, p. 137).

1 - Do original: "What I call digital objects are simply objects on the Web, such as YouTube videos, Facebook profiles, Flicker images, and so forth, that are composed of data and formalized by schemes or ontologies that one can generalize as metadata".
2 - Do original: "The investigation of digital objects is an attempt to rework the object pole and redefine its relation to the subject".

Darde e Leme (2017) ponderam que, em mais de 60 anos, no Brasil, a televisão estabeleceu um padrão de qualidade reconhecido mundialmente. No caso do jornalismo, as rotinas de produção, valores de noticiabilidade, estética dos conteúdos são aceitos pela audiência e isso deve ser levado em conta na produção em outras plataformas.

Desde 2015, a Rede Globo trabalha com estratégias de telejornalismo *on demand* no aplicativo GloboPlay para disponibilizar todo o conteúdo produzido digitalmente, no esforço de informar, comunicar, alcançar e captar o telespectador. Além dele, a emissora também publica reportagens originalmente veiculadas pela TV no site G1 e pelas redes sociais *Twitter* e *Facebook*.

No GloboPlay, é possível assistir a programação em tempo real ou escolher em um catálogo o que se deseja ver. Há uma área para todas as produções ligadas ao entretenimento e outra destinada ao jornalismo, onde estão disponíveis os noticiários de rede e alguns locais como os de Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco e Minas Gerais. É nesse espaço que o telejornalismo *on demand* surge no contexto do aplicativo, ampliando os meios de transmissão para incluir o indivíduo com interesse em consumir informação pelas plataformas virtuais, independentemente da hora em que foi veiculada.

Na área destinada ao Jornal Nacional é apresentada a versão na íntegra do noticiário e os trechos com as principais reportagens, convertidos em objetos digitais. A prioridade de publicação são os factuais e são postados, em média, oito vídeos por dia. Os conteúdos são adicionados tão logo o telejornal sai do ar. Porém, também é possível acompanhar em tempo real enquanto a exibição acontece por *broadcast* na televisão convencional. Além disso, dá para selecionar os trechos mais vistos na semana para se assistir. Porém, se o poder de quem assiste está bem estabelecido quanto a hora e o local de se consumir o noticiário, se será visto inteiro, na ordem, ou apenas trechos selecionados de forma aleatória, o mesmo não acontece quanto à participação do usuário no conteúdo oferecido. Aqui, a interação é limitada apenas a curtir, comentar ou compartilhar o que se assistiu.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O universo da televisão mudou muito nos últimos anos. Estamos, agora, em um contexto em que ela extrapola o objeto técnico para o qual foi criada e se arrisca em outras plataformas em tentativas de se expandir (SILVA; ALVES, 2016). Para Braga (2016), a comunicação é transformadora porque aciona os elementos já compartilhados em um determinado momento como base para produção de novos compartilhamentos, produzindo mudanças de sentido. Emerin e Paulino (2013), por sua vez, acreditam que a convergência corporativa se estabelece porque o duplo fluxo estabelecido com a audiência por meio da TV e da Internet é direcionado pela própria empresa geradora do conteúdo que, para não perder audiência, passa a disponibilizar o telejornal também na internet. Essa pode ser sim uma das justificativas para a Rede Globo investir em um aplicativo próprio para transmitir o que produz e veicula tradicionalmente pelos canais aberto e fechado, pelo site G1, pelo aplicativo e pelas redes sociais. São estratégias para manter o telespectador fiel à marca, conectado, ainda que por meios

e plataformas diferentes, de forma que ele possa curtir, comentar e compartilhar as reportagens, como acontece com as reportagens selecionadas pelos editores do Jornal Nacional publicadas no aplicativo.

Aqui, retomo o conceito de objeto digital, afinal, neste novo formato disponível na rede e nos aplicativos, as reportagens digitalizadas ganham vida própria. Por meio dos compartilhamentos, elas se desconectam do contexto e passam a circular através de outras plataformas, atingindo públicos diferentes e alimentando fluxos de comunicação que não dependem mais de um objeto técnico específico para existir e cumprir a função de informar. O objeto digital se torna mais uma das estratégias da área para alimentar o jornalismo, um objeto comunicacional agregador com um importante papel social. Porém, nada disso é livre de riscos, porque fora do contexto a informação pode se tornar desinformação, ao passo que, sem os dados que a ligam ao período em que foi produzida ou veiculada, por exemplo, sem deixar claro o local onde as situações exibidas se passaram, o objetivo de informar se perde.

Além disso, se a forma de se consumir as reportagens e o noticiário como um todo se modifica no aplicativo, por outro lado, no GloboPlay, o conteúdo ainda permanece o mesmo criado inicialmente para exibição convencional, sem passar por qualquer tipo de adaptação. Por isso, creio que o modelo utilizado pela Rede Globo no telejornalismo *on demand*, até então, não se enquadra nas definições de transmídia empregadas neste artigo. A convergência é, sim, uma realidade em desenvolvimento para a emissora, uma vez que ela tem firmado presença na cibercultura, mas as estratégias de transportar os conteúdos de forma personalizada para outras plataformas ainda são tímidas diante das possibilidades existentes no campo do telejornalismo. Até então, não foram apresentados conteúdos jornalísticos, do Jornal Nacional, pensados exclusivamente para cada interface midiática, com linguagem apropriada e específica, permitindo ampla interação com a audiência. A participação do telespectador permanece limitada às imagens de cinegrafistas amadores, ao curtir, comentar ou compartilhar o conteúdo nas redes sociais e no GloboPlay.

Por fim, resgato, nesse artigo – que faz parte do meu projeto de mestrado –, o pensamento de Braga (2016) para reiterar que a comunicação é tentativa e faz parte de um sistema fluido. E é a partir daí, das experiências promovidas pelos processos de mediação, midiatização, convergência e transmidiação, pelos erros e acertos que novos modelos para informar são criados, atendendo às demandas de um público que quer mais do que assistir. Então, novas tecnologias são desenvolvidas e incorporadas ao cotidiano e, assim, a comunicação segue como campo potente, que dialoga com várias áreas do conhecimento, mas, sob o alerta de que é preciso refletir sempre sobre seu papel social, conforme citado por Martín-Barbero (2008), para fugir da tentação de se limitar apenas aos encantos e avanços da tecnologização.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? In: **Outra travessia**, Florianópolis: UFSC, 2005.

ALZAMORA, Geane Carvalho. **Televisão em Semiose**: mídia, intermídia, transmídia. São Paulo, Anais da Compós: 2017.

BELÉM, Vítor Curvelo Fontes; CIRNE, Lívia. **Do SPT ao SP1**: impressões sobre as mudanças na apresentação do telejornal local. Curitiba, Anais da Intercom: 2017.

BRAGA, José Luiz. **Dispositivos interacionais**. Porto Alegre, Anais da Compós: 2011.

CARLÓN, Mario e FECHINE, Yvana (Orgs.) **O fim da televisão**. Confraria do vento: Rio de Janeiro, 2014.

DARDE, Vicente William da Silva; LEME, Fernando Albino. **As estratégias de fidelização do (tel) espectador**: uma análise das mudanças no telejornal SPTV. Curitiba, Anais da Intercom: 2017.

DELEUZE, Gilles. Que és un dispositivo? In: **Michel Foucault, filósofo**. Tradução de wanderson flor do nasciemento. Barcelona: Gedisa, 1990, pp. 155-161.

FAUSTO NETO, Antônio. Trajetos de pensar em companhia. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Epistemologia da comunicação no Brasil**: trajetórias autorreflexivas. São Paulo, Eca USP: 2016.

FECHINE, Yvana; BRONSZTEIN, Karla Patriota. Consumo transmídia de conteúdos televisivos: exploração em torno de uma agenda de investigação. In: **Revista Famecos (Online)**. Porto Alegre, v.23, n.1, janeiro, fevereiro, março e abril, 2016.

FECHINE, Yvana; RÊGO, Sofia Costa Rego. **Estratégias transmídias e construção do éthos do telejornal**: o caso do Jornal da Record News. São Paulo, Anais da Compós: 2017.

FINGER, Cristiane. **O telejornalismo agora está no Facebook**: uma narrativa da reportagem de televisão para as redes sociais. Curitiba, Anais da Intercom: 2017.

HUI, Yuk. What is a digital objetct. In: **Metaphilosophy** 43, eds. A. Monnin and H. Halpin, p. 380-395, jul. 2012.

HUI, Yuk e LOVINK, Geert. Digital objects and metadata scheme. In: **e-flux journal**. N.78. 2016.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MARCON, Paola; FINGER, Cristiane. Os impactos da internet no telejornalismo: uma análise sobre

a participação do público. **Anais da Intercom**, São Paulo, 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jésus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

PAULINO, Rita de Cássia; EMPINOTTI, Marina Lisboa; PORTO, Natália. Possibilidades de integração entre televisão e gadgets móveis: uma experiência de segunda tela. In: EMERIM, Cárlida; PAULINO, Rita (orgs.) **Ensaios sobre televisão e telejornalismo**. Florianópolis: Insular, 2013.

SIMONDON, Gilbert. **On the mode of existence of technical objects**. Aubier, Editions Montaigne. Paris, 1958.

SILVA, Edna de Mello; ALVES, Yago Modesto. Telejornalismo expandido: a apropriação de redes sociais e aplicativos pelo jornalismo televisivo. **Anais da Intercom**, São Paulo, 2016.

_____. Bases epistemológicas do telejornalismo brasileiro: do telejornalismo falado ao telejornalismo expandido. **Anais da Intercom**, Curitiba, 2017.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 3ed. São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

ZOURABICHVILI, François. **O vocabulário de Deleuze**. Tradução André Telles. Rio de Janeiro, 2004.

JORNALISMO CULTURAL NO YOUTUBE:
A relação entre fachada e tecnologia a partir do canal "Pipocando"

Mariana Alencar Nunes
(Pós-graduanda em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM); mariana.alencar.88@gmail.com)

RESUMO
Este trabalho tem o intuito de repensar como o jornalismo cultural é feito na internet, mais especificamente por canais no *YouTube*. Para isso, lançamos o olhar para o canal "Pipocando" – um dos maiores canais brasileiros sobre cinema no *YouTube* – a fim de investigar de que maneira a divulgação de informações culturais está sendo feita. Utilizamos, portanto, o conceito de fachada, elaborado por Erving Goffman (1975), com o objetivo de compreender como os aspectos tecnológicos característicos da plataforma acabam condicionando a performance social que emerge da relação dos apresentadores do canal com o seu público.

PALAVRAS-CHAVE
Jornalismo cultural; *YouTube*; Fachada; Performance; Tecnologia.

ABSTRACT
This work aims to rethink how cultural journalism has being done on the internet, more specifically through channels on YouTube. In this regard, we have looked through the "Pipocando" channel – one of the biggest Brazilian channels about movies on YouTube –in order to investigate how the dissemination of cultural information has been made. Therefore, we have used Erving Goffman's facade concept to understand how the technological aspects characteristic of the platform end up conditioning the social performance that emerges from the relationship between the presenters of the channel and their audience.

KEYWORDS
Cultural journalism; YouTube; Facade; Performance; Technology.

INTRODUÇÃO

As primeiras publicações que cederam espaço para cobertura de obras culturais surgiram no século XVII, na Inglaterra. Como a imprensa no Brasil só foi permitida em 1808, com a chegada da

família real portuguesa ao país, o jornalismo cultural ganhou destaque por aqui apenas no final do século XIX, quando Machado de Assis começou a escrever críticas teatrais e literárias (PIZA, 2003). Nas primeiras décadas do século seguinte, conforme pontua Piza (2003), as revistas foram pioneiras na publicação de pautas culturais e somente na década de 1950, os jornais impressos passaram a incluir os cadernos de cultura em suas edições.

De acordo com Piza (2003), ao longo dos anos, o jornalismo cultural acabou se constituindo como elemento essencial para a formação sociocultural, impactando nas escolhas de consumo e entretenimento de um público curioso. Paralelamente, a partir do desenvolvimento e ascensão de novas mídias, o ecossistema midiático tornou-se mais complexo e a lógica transmissiva vigente na comunicação de massa foi alterada (SHIRKY, 2011). Neste contexto, a *web* surge para o jornalismo cultural, como uma possibilidade de ampliar a democratização da informação.

É neste cenário, portanto, que se destaca o *YouTube* – site de compartilhamento de vídeos lançado em 2005 e que conta hoje com a participação de mais de um bilhão de usuários[1]. Devido a facilidade de publicação de vídeos, é possível encontrar na plataforma uma enorme variedade de temas que norteiam a produção de cada canal: ao passearmos pelo *feed* ou ao utilizarmos a ferramenta de busca, podemos ver desde vídeos caseiros de culinária, até curtas-metragens produzidos especialmente para a plataforma. Além disso, existem duas características próprias desta rede social que, aparentemente, delimitam e condicionam a maneira com que os vídeos *on-line* são produzidos. Em primeiro lugar, existe o fato de o *YouTube* pagar para o proprietário do canal quando os vídeos atingem certo número de visualizações. Em segundo lugar, o site possibilita que os espectadores comentem e curtam os vídeos – gerando uma possibilidade de interação com o produtor de conteúdo e fazendo com que o canal ganhe mais relevância na rede.

Olhando para tal cenário, algumas inquietações surgem em relação ao jornalismo cultural que vem sendo produzido por canais de *YouTube*: Por que tais canais fazem tanto sucesso com o público? É possível fazer jornalismo cultural de qualidade na *web*, mais especificamente na plataforma em foco?

Com o intuito de abordar tais questões, escolhemos como objeto deste trabalho o canal "Pipocando[2]", enquanto representante do jornalismo cultural atualmente produzido no *YouTube*. Criado em 2013, o "Pipocando" conta hoje com mais de 2,5 milhões de inscritos[3] e tem como foco, apresentar dicas e curiosidades sobre produções cinematográficas e televisivas em vídeos publicados quatro vezes por semana. Os idealizadores e apresentadores "Bruno Bock" e "Rolandinho" descrevem o canal como "um programa para quem curte filmes, séries, animações e *ziquiziras*", ou seja, a descontração para falar de cinema e outros produtos audiovisuais é uma das principais características do canal.

Neste sentido, é importante frisar que o *YouTube* é uma plataforma rentável – desde que os vídeos produzidos gerem visualizações. Um *youtuber* tem, portanto, o dever de conquistar um público ao mesmo tempo em que aborda determinado tema de maneira clara, honesta e objetiva. Diríamos,

1 - Informações cedidas pelo próprio *YouTube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/ >. Acesso em 26 de out. 2017.

2 - Disponível em: <https://www.youtube.com/pipocando>. Acesso em 03 dez. 2017

3 - Todas as informações referentes ao "Pipocando" no decorrer do trabalho tiveram como fonte o próprio canal. . Disponível em: <https://www.youtube.com/user/pipocandovideos/about >. Acesso em 26 out. 2017.

portanto, que um *youtuber* é [teoricamente] detentor de uma intencionalidade bem definida no processo de interação com sua audiência, construída a partir da produção e divulgação de seus vídeos.

Segundo Goffman (2012), é a partir do contato com o outro que se determina um padrão de comportamento, o qual é responsável por evidenciar nossas opiniões e posicionamento nas diversas situações interacionais. É no momento em que nos deparamos com o outro que emerge uma performance social, construída a partir de uma fachada, que pode ser traduzida "no equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação" (GOFFMAN, 1975, p. 29).

O objetivo deste trabalho é, portanto, buscar compreender como os aspectos tecnológicos característicos da plataforma *Youtube*, acabam condicionando a performance social que emerge da relação entre os apresentadores com o público. Para isso, analisamos a construção da fachada em dois vídeos do canal que foram selecionados a partir do número de visualizações[4].

Por fim, cumpre dizer que este trabalho não se trata de um estudo de recepção, portanto, toda menção ao público será concebida como um pressuposto e não como concreto.

JORNALISMO CULTURAL NO *YOUTUBE*

A consolidação da chamada *Web 2.0*[5], caracterizada pelo compartilhamento e pela colaboração, fez emergir uma lógica comunicacional em que os receptores deixaram de ser passivos e passaram a ser responsáveis por disseminarem e por produzirem conteúdos e informações. Se antes dessa dinâmica de funcionamento, os lugares daqueles que produziam e divulgavam a informação eram ocupados por profissionais especialistas de um determinado assunto, hoje, com uma nova lógica transmissiva, tanto os espaços de produção, quanto os personagens presentes nesses locais, se multiplicaram.

Para Jenkins (2008) a cultura participativa é resultado da ação de diferentes atores sociais que, além de receberem o conteúdo, são responsáveis por sua transformação e movimentação na rede – o que mostra que os consumidores (anteriormente indivíduos isolados) se transformaram em indivíduos conectados.

Com a ascensão do uso de dispositivos móveis e das redes sociais, a circulação de ideias tornou-se mais intensa, a partir do compartilhamento simultâneo em diferentes locais do planeta. Segundo Jenkins (2008) esse fenômeno é resultado de um processo de convergência em que "as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis" (ibid., p. 30).

Diante dessas múltiplas transformações em que o usuário/consumidor passa a ocupar papel central na disseminação dos produtos e informações, surge o *YouTube*. De acordo com Burgess & Green (2009) a plataforma corresponde a uma ferramenta responsável pela consolidação da *Web 2.0*. Ainda segundo os autores, no ano de seu surgimento, o site era apenas um dos serviços, entre muitos,

4 - Como o número de visualizações dos vídeos no *YouTube* modificam constantemente, consideramos os vídeos mais visualizados até o dia 23 de setembro de 2017.

5 - Termo cunhado pelas empresas *O'Reilly Media* e a *MediaLive International* para definir serviços de internet calcados na interatividade e participação dos usuários.

que tinham o objetivo a eliminação de barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet. Hoje, após adotar o lema "*Broadcast Yourself*", a plataforma defende que sua missão é "dar a todos uma voz e revelar o mundo[6]".

Outra característica que fez com que a plataforma se transformasse e passasse a ser a mais utilizada pelos usuários foi, segundo Burgess & Green (2009) a inclusão de recursos os quais passaram a possibilitar o compartilhamento, como *links* e códigos de incorporação, que permitem que seu conteúdo se espalhe em outras redes sociais, como no *Facebook* e em *blogs*. Jenkins (2008) afirma, portanto, que o conteúdo do *YouTube* pode ser descrito como "mídia espalhável", em que a ação do usuário é fundamental para o funcionamento da plataforma.

No *YouTube*, assim como no *Facebook*, qualquer pessoa pode criar uma conta e publicar vídeos de própria autoria, interagindo com outros canais por meio de inscrições, comentários e *likes*.

Com a possibilidade de monetização a partir dos vídeos produzidos, o *YouTube* passou a ser uma maneira de divulgar informação de uma maneira rentável. Entretanto, para que o responsável pelo canal consiga lucrar, é preciso ter um público interessado. O valor a ser pago para o proprietário de um canal, é calculado por meio do número total de visualizações obtidas. Consequentemente, as marcas inserem anúncios nos vídeos a partir da relevância daquele canal dentro da rede.

O valor que o proprietário recebe ao final de cada mês está ligado ao número de anúncios que foram veiculados naquele canal e quantas vezes eles foram assistidos. O *YouTube* não informa quanto paga para os usuários produtores de conteúdo, mas estima-se que este valor gire em torno de U$ 1 a U$ 3 para cada mil visualizações[7]. Contudo, desde o início de 2017, a monetização tornou-se mais complexa e atualmente somente os produtores que possuem um canal com mais de 10 mil visualizações (no total) podem receber anúncios[8].

Por potencializar a disseminação de formatos colaborativos de informação e por ser uma mídia que permite uma variedade de produção significativa, o *YouTube* é responsável por dar novos significados ao jornalismo cultural. Segundo Piza (2003) a vertente moderna desta modalidade de jornalismo, desde a metade do século XX, vive crises de identidades constantes e, desde o surgimento do rádio, do cinema e a democratização da TV, a produção de obras culturais tem impactado cada vez mais as diferentes classes sociais.

Diante deste contexto, torna-se relevante repensar o jornalismo cultural e suas possibilidades: a crise vivida pelo por esse tipo de jornalismo e, consequentemente, a necessidade de repensar os caminhos seguidos por ele; o surgimento da internet; a consolidação da cultura da convergência etc.. Todas essas transformações trouxeram novos desafios na maneira de se fazer o jornalismo cultural e o dilema que emerge neste cenário é a preocupação de como as redes podem ser utilizadas para a realização de um jornalismo cultural de qualidade sem se render ao "fácil" ou "banal". Seria possível fazer com que a informação chegasse ao público de maneira clara e objetiva? Tal desafio torna ainda mais explícitas as diferenças que existem entre a forma tradicional e já conhecida de divulgação cultural e as novas possibilidades de difusão a partir das redes.

6 - Disponível em: < https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/ >. Acesso em 14 de out. 2017.
7 - ROTHMAN, P. Sorria você está sendo filmado. **Revista Info**, São Paulo, ed. 315, abril, 2012.
8 - Disponível em: <http://sambatech.com/blog/insights/monetizacao-no-youtube/ >. Acesso em 10 out. 2017.

A respeito destas modificações, Alzamora (2009) aponta que em meados da década de 1990, com a popularização da internet, começamos a observar a proliferação de *websites* não jornalísticos destinado a pautas culturais, que passaram a cumprir função parecida com a desempenhada pelo jornalismo cultural impresso no século XX. Dialogando com a ideia de convergência formulada por Jenkins (2008) a autora também defende que com a internet, a relevância social da função mediadora dos jornalistas é alterada – já que na *web,* o receptor, eventualmente, se coloca no lugar do emissor.

Paralelamente, outro processo que emerge a partir das redes sociais enquanto plataformas de propagação de conteúdo é o deslocamento dos lugares ocupados pelos atores sociais envolvidos em tal dinâmica. Nas redes, especificamente no *YouTube*, já não basta apenas abordar um determinado assunto. Conquistar visibilidade requer do *youtuber* uma posição de protagonista – o que faz com que o sujeito promovedor/divulgador do conteúdo seja tão importante quanto a própria mensagem veiculada.

Sibilia (2016) defende que a maneira como a internet satisfaz o público é mais potente em comparação com o cinema e a televisão. Isso porque as redes tornam-se mais convidativas à medida que potencializam visibilidade às pessoas. Visibilidade essa, que faz com que cada usuário se torne um ator que encena a própria vida de maneira cada vez mais cinematográfica. A autora defende que, na *web*, para que o usuário seja reconhecido, é preciso empenho e exposição.

Tal "espetacularização do eu" (SIBILIA, 2016) acaba gerando um sentimento de informalidade nos participantes do processo. Para divulgar um vídeo no *YouTube,* por exemplo, um usuário pode gravá-lo em seu quarto, sem a necessidade de roteiro e sem grandes preocupações. São essas características que fazem com que o jornalismo cultural na plataforma enfrente outra crise: ao mesmo tempo em que o tom de informalidade aproxima o apresentador daqueles que assistem ao vídeo, ele também pode comprometer a credibilidade da informação. A busca por visibilidade passa, assim, a competir com a divulgação da informação cultural.

O *YouTube* aparece, portanto, como uma plataforma que complexifica a relação entre apresentador e público à medida que passa a ressignificar a maneira como se dá disseminação desse tipo de informação. Entendemos que uma forma de compreender essa relação e essa geração de novos sentidos a partir do jornalismo cultural produzido no *YouTube,* é olhar para a atuação dos apresentadores junto ao público, buscando compreender como esse tipo de jornalismo é produzido e quais as implicações desse fazer.

A CONSTRUÇÃO DA FACHADA

De acordo com Goffman (1975) o termo "representação" refere-se às atividades exercidas por um indivíduo em um período marcado pela presença contínua desse mesmo indivíduo diante de um grupo de observadores, numa relação de influência. Assim, o ato de representar não corresponde a um estado falso criado durante a interação. Segundo o autor, essa representação corresponde a uma atuação, um papel condicionado pelas situações vivenciadas pelo indivíduo. Diríamos que, a partir das situações que vivenciamos, assumimos um papel justificado por uma necessidade comunicacional, isto

é, "quando uma pessoa chega à presença de outras, existe, em geral, alguma razão que a leva atuar de forma a transmitir a elas a impressão que lhe interessa transmitir" (GOFFMAN, 1975, p.14).

Concomitantemente, quando entramos em contato com o outro, buscamos adotar um comportamento padrão chamado, por Goffman (2012), de "linha". Essa "linha", segundo o autor, corresponde a uma tarefa que exige coerência dos atos verbais e não verbais. Ao adotarmos um determinado comportamento padrão, ou uma "linha", podemos expressar nossas opiniões de forma assertiva, além de nos posicionarmos diante de determinadas situações e passar uma determinada imagem para o interlocutor. A "linha" que emerge em uma interação encontra-se, portanto, fortemente ligada a uma avaliação do outro e de nós mesmos.

É o contato com o outro que determina, portanto, um padrão de comportamento que evidencia nossas opiniões e posicionamento na interação com um determinado público e condiciona uma performance social. E é neste momento que surge a noção de fachada como um produto da vida social adotado pelos atores envolvidos em dada interação.

Goffman (1975) defende que a fachada social é composta por partes padronizadas que são essenciais para compreensão do conceito: local físico onde se desenrola a performance (cenário); a aparência – que ajuda a revelar o *status* social do ator; o tipo de estímulo que nos leva à interação que se espera dos atores (maneira). À medida que esses elementos mudam, a fachada também se altera e é reconstruída.

É importante ressaltar que, frequentemente, esperamos que haja uma compatibilidade confirmadora entre os três elementos, especialmente entre a aparência e maneira. Esperamos que "as diferenças de situações sociais entre os participantes sejam expressas de algum modo por diferenças congruentes nas indicações dadas de um papel interação esperado" (GOFFMAN, 1975, p.31). Destarte, quando um cenário não corresponde à maneira e à aparência (por exemplo, quando um indivíduo dá risadas em um velório) há uma infração que compromete a interação estabelecida.

A escolha ou criação da fachada encontra-se relacionada aos objetivos de um ator dentro da interação. Conforme Goffman (1975), quando uma pessoa está na presença de outras, há uma razão específica que a leva atuar de determinada maneira para transmitir determinada impressão. Assim,

> quando um indivíduo projeta uma definição da situação e com isso pretende, implícita ou explicitamente, ser uma pessoa de determinado tipo, automaticamente exerce uma exigência moral sobre os outros, obrigando-os a valorizá-lo e a tratá-lo de acordo com o que as pessoas de seu tipo têm o direito de esperar (GOFFMAN, 1975, p. 21)

Embora Goffman (1975) tenha pensado o conceito de fachada a partir de interações face a face, podemos pensar também nas fachadas criadas em ambientes mediados. Quando pensamos na figura do *youtuber*, por exemplo, podemos notar que a fachada adotada é resultante da interação daquele ator com o seu público. A plataforma, por permitir que esse público entre em contato com os apresentadores, exige que os atores sociais envolvidos naquela interação adotem determinada imagem que seja coerente com os objetivos que pretendem ser alcançados a partir daquela interação. Por isso é importante pensar

que, quando há mais de dois atores na tela, a fachada estabelecida pode ser diferente se considerarmos a interação entre eles e não exclusivamente com o público.

O CANAL "PIPOCANDO" E SEUS ATORES SOCIAIS

Produto criado pela Agência *Blues*, o canal "Pipocando" se autointitula como o "o maior canal de cinema da América Latina no *Youtube*[9]". A produtora responsável pela produção do canal diz que a linguagem adotada proporciona uma abordagem bem-humorada do cinema, ao mesmo tempo em que valoriza as curiosidades sobre a cultura *pop*. Comandado pelos jovens Rolandinho (23 anos) e Bruno Bock (32 anos), o canal "já nasceu como um negócio e conta com uma equipe de profissionais da área comercial, financeira e jurídica", informa a agência paulistana. Ao todo, mais de dez pessoas trabalham diariamente na gravação, na edição dos vídeos e na produção dos roteiros.

Além de apresentadores, os jovens Rolandinho e Bock são sócios da agência e se descrevem como possuidores de carisma e engraçados, mas sobretudo, pessoas que têm propriedade para abordar os temas do canal. A dupla também apresenta um programa de TV no canal por assinatura "*PlayTV*" chamado "Pipocando: O Dobro de Manteiga". Presente em todas as redes sociais, cada um dos apresentadores ocupam o lugar de *web celebridades* e cada um possui uma média de 120 mil seguidores no *Instagram*[10].

Desde a criação do canal, em 19 de dezembro de 2013, mais de 500 vídeos já foram postados, acumulando um total de 316.971.763 visualizações[11]. Cada vídeo tem em média dez minutos de duração e são postados sempre as terças, quintas e sábados, às 18h. O foco de cada vídeo são as produções cinematográficas e televisivas. Por meio de listas, os apresentadores dão dicas de filmes, séries, trazem curiosidades dos atores e resenham as produções estreadas recentemente.

Ao longo dos quatro anos de canal, o canal cresce e gerou produtos para além das produções audiovisuais. Um livro intitulado "Pipocando – Os bastidores do Maior Canal de Cinema da América Latina" foi publicado e desde 2017 os apresentadores têm ministrado *workshops* sobre produção de conteúdo para internet, utilizando o próprio canal como um *case* de sucesso.

A FACHADA CONSTRUÍDA NOS VÍDEOS

A partir das informações cedidas pelo *YouTube*, identificamos os vídeos mais populares do canal até o momento[12]. São eles: "(+18) - 5 filmes mais picantes do cinema![13]", com quase sete milhões de visualizações e "Esquadrão Suicida! - 10 coisas que você não viu![14]", com mais de três milhões de visualizações.

9 - Disponível em: <http://blues.ag/case/pipocando/ >. Acesso em 10 out. 2017.
10 - Disponível em: <http://instagram.com/rolandinhobr/ > e <http://instagram.com/brunobock/ >. Acesso em 10 dez. 2017.
11 - Dados de 25 out. 2017.
12 - Dados de 26 out. 2017.
13 - Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=F2LDumkXb_U >. Acesso em 26 out. 2017
14 - Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r9r7N2YJb2A&t=180s>. Acesso em 26 out. 2017

O primeiro elemento de composição da fachada definido por Goffman (1975) é o cenário. Segundo o autor, ele é composto por objetos responsáveis por caracterizar e induzir um comportamento, à medida que contribuem para o desenrolar da ação humana executada a partir de ou em consequência dele – a mobília, a decoração, a disposição física dos elementos, são bons exemplos. Ressaltamos que para nossa análise, consideraremos também o enquadramento e o movimento de câmera como elemento do cenário, pois entendemos que ela ocupa o lugar do público na interação.

O vídeo "(+18) - 5 filmes mais picantes do cinema!" é apresentado por Bruno Bock e pela convidada Marcela Lahaud - também *youtuber*[15] (Figura 1). Durante os 10'17" do vídeo, eles divulgam uma lista de filmes que possuem cenas de sexo e que ficaram conhecidos exatamente por isso. Um sofá branco em frente a uma parede vermelha e preta é utilizado para criar a sensação de que os apresentadores estão na sala de suas casas. Ao fundo, podemos ver que essa "sala" encontra-se decorada com pôsteres de filmes e desenhos – *Star Trek*, *Star Wars*, Futurama e *Domo-kun* – o que reforça a ideia do canal de abordar o cinema e outras produções audiovisuais de maneira descontraída. Ao fundo, um boneco caricaturado lembra Charles Chaplin, porém em uma versão atualizada: usando óculos escuros e segurando uma guitarra.

Figura 1 - *Frame* do vídeo "(+18) - 5 filmes mais picantes do cinema!"
Fonte: Canal "Pipocando", 2015

Neste vídeo, a apresentação dos *youtubers* ocorre por meio da inserção de créditos na tela – recurso amplamente utilizado por programas de TV jornalísticos ou de entretenimento. Entretanto, como os vídeos do canal estão inseridos em um ambiente digital, a profissão daqueles que aparecem na tela pouco importa. Para o canal, é mais relevante a divulgação das redes sociais dos *youtubers* porque isso potencializa a ideia de convergência e compartilhamento na *web*. Se antes, quando a lógica transmissiva previa um receptor passivo e um emissor que detinha toda informação, agora os laços entre os dois se estreitaram e seus papeis foram modificados.

O plano médio é utilizado para captar a imagem dos apresentadores. Aparentemente há duas câmeras no estúdio: uma ao centro, bem em frente aos *youtubers* e outra ao lado direito deles. Ambas são estáticas, mas o corte de imagens constante deixa o ritmo do vídeo acelerado. Outro recurso que

15 - Embora Marcela Lahaud apareça no vídeo para dar dicas de filmes, seu canal é voltado para viagens, turismo e intercâmbio.

potencializa a cadência de vídeo é a inserção de trechos dos filmes que estão sendo resenhados.

Um cenário semelhante é percebido no segundo vídeo. Em "Esquadrão Suicida! – 10 coisas que você não viu!", o sofá é o mesmo, a decoração é a mesma e os movimentos de câmera também (Figura 2). Contudo, nesta produção, um pouco mais longa que a primeira, com 11'55" de duração, não há apresentadores convidados. Quem comanda o vídeo são os próprios criadores do canal, Bock e Rolandinho. Podemos inferir que a escolha de quem apresenta o vídeo pode estar relacionado ao seu tema: no primeiro vídeo o tema é sexo e tem uma mulher para apresentá-lo. No segundo vídeo, o tema são super-heróis, com dois homens comandando a produção. Entretanto, afirmar que há um viés sexista nessas escolhas pode ser algo que não corresponde ao perfil do canal, uma vez que estamos aqui analisando apenas dois dos mais de quinhentos vídeos publicados pelo "Pipocando".

Figura 2 - *Frame* do vídeo "Esquadrão Suicida! – 10 coisas que você não viu!"
Fonte: Canal "Pipocando", 2016.

Há outros dois elementos que compõem a fachada e tendem a operar de forma integrada e coerente: a aparência e a maneira. Segundo Goffman (1975), são os estímulos que nos revelam sobre o *status* social do ator e seu papel na interação. Goffman (1975) entende que tais estímulos são responsáveis por mostrar se o ator está realizando uma atividade formal, informal ou ainda se está em uma determinada fase de seu ciclo de vida. A maneira revelada pelo ator indica seu papel naquela interação. É por meio da maneira que entendemos, por exemplo, se o ator está na defensiva, se adota postura arrogante, se se porta com humildade etc..

Para o "Pipocando", a aparência e a maneira são adotadas de acordo com a intenção do canal: falar sobre cinema e, é claro, ganhar visualizações e inscritos. É importante, então, que a atuação dos apresentadores seja cativante para o público à medida que se aproxima dele e traz à tona elementos que fazem parte do cotidiano desse público.

No primeiro vídeo, o humor é usado constantemente como uma ferramenta de atração. Com um balde de pipoca na mão (mais uma vez remetendo o cenário da sala de um espectador comum), Bock alerta olhando para a câmera posicionada no centro do cenário: "Você garotinho que está assistindo e tem

menos de dezoito anos, pula. Vai ver o vídeo dos *Simpsons*, do Futurama, vai para o vídeo da Galinha Pintadinha". Enquanto o rapaz manda o recado, Marcela gesticula sorridente confirmando as instruções dadas pelo apresentador. Estas atitudes iniciais dos *youtubers* anunciam o tom que será dado ao vídeo: embora o tema central seja o sexo, são o humor e o sarcasmo que sustentam o discurso adotado por eles.

O figurino de Bock e Marcela é simples: *shorts* e camiseta – isso indica para o público que ele não está lidando com um crítico de cinema formal e o que vai ser visto no vídeo é o cinema abordado de maneira descontraída, por meio de um vocabulário simples, abarrotado de gírias e linguagem pouco técnica. É importante ressaltar que embora haja dois apresentadores, a interação deles se dá predominantemente com o público. Isso fica evidente com o constante olhar direcionado para as câmeras e o uso excessivo de vocativos. Entretanto, há momentos que os apresentadores interagem entre si e nesses instantes, é possível notar que o tom da voz de Bock e Marcela mudam. Se com o público o volume da voz é alto e o ritmo acelerado, quando conversam entre si, o tom da conversa é mais baixo e o ritmo, lento.

No segundo vídeo, o olhar se mantém fixo na câmera, o figurino permanece simples, o ritmo da fala continua acelerado, o volume da voz alto, o uso de vocativos segue presente e a linguagem coloquial, com constante apelação ao humor e ao sarcasmo constituem características da resenha de "Esquadrão Suicida". Entretanto, os apresentadores assumem aqui uma postura de críticos de cinema que detém determinado conhecimento sobre o filme e têm a obrigação de passá-lo ao público. O título do vídeo: "Esquadrão Suicida! 10 coisas que você não viu!" confirma essa imagem. Na produção, os apresentadores, também espectadores do filme, aparentam possuir mais informações sobre o filme que o seu público.

O objetivo da interação social estabelecida é cativar o espectador à medida que abordam sobre a temática do vídeo. Por isso, a construção de uma imagem arrogante não é adotada pelos apresentadores. Ainda que eles detenham um conhecimento que seu público [supostamente] não tem, e que eles sejam considerados espectadores diferenciados, eles se aproximam do público por meio de uma linguagem coloquial, alto tom e excesso de humor. Já nos minutos iniciais do vídeo, por exemplo, enquanto aborda a narrativa do filme "Esquadrão Suicida", Bock afirma: "Eu gosto de bandidos com figurinos incríveis, imaginem o Fernandinho Beira-Mar". Rolandinho o interrompe e diz "(...) vestido de Arlequina". Em um momento posterior, enquanto falam do arco dramático da personagem Arlequina, os apresentadores fazem menção a música de *funk* "Malandramente", pois, segundo eles há uma aproximação entre a história do filme e a letra da música (em ambos os casos, uma garota se envolve com um bandido e passa a cometer crimes). Não satisfeitos em citar a música, os apresentadores interrompem seus comentários sobre o filme e passam a cantar o *funk*. Essa aparência e maneira não são comuns aos jornalistas culturais. Ao mesmo tempo que tira os apresentadores da posição de detentores do conhecimento sobre o cinema, os aproxima de um público leigo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando um sujeito assume um papel social, verifica-se que, geralmente, a fachada também já foi

estabelecida para esse papel e o ator apenas se apropria desta no momento da interação (GOFFMAN, 1975). A fachada referente ao canal "Pipocando" apresenta peculiaridades em relação a isso. Ao mesmo tempo em que ela rompe com a fachada estabelecida por jornalistas culturais e críticos de cinema, ela se aproxima da fachada adotada por apresentadores de TV, principalmente, de programas humorísticos.

Verificamos nos vídeos analisados que os apresentadores do programa transitam entre o papel de críticos de cinema, *youtubers* e espectadores dos filmes que estão sendo abordados – e isso pode ser notado durante toda a situação interacional construída no decorrer da atração. Entretanto, há outro elemento que torna a fachada do canal algo que rompe com essas construções: a tecnologia e as possibilidades da plataforma em que ele está inserido. Em um programa de TV, a resposta do público naquela interação é conhecida, principalmente, pelos números de audiência. O mesmo ocorre no *YouTube*, em que os números também são importantes, já que eles vão ser convertidos em retorno financeiro para o dono do canal.

Em contrapartida, a plataforma permite que o espectador esteja em constante diálogo com o *youtuber*. Seja por meio de *likes*, comentários ou compartilhamento do vídeo nas redes sociais, o público exerce um papel importante na construção da fachada – e por isso a realização dos estudos sobre esse tipo de produção não deve ser desassociada da plataforma em que ela está inserida.

Concluímos ainda que a partir da plataforma *YouTube*, as possibilidades de interação, de troca dos papeis sociais e até mesmo de inserção de elementos discursivos que surgem daquela situação, reforçam o entendimento e a compreensão sobre a atividade que está sendo realizada. A plataforma aparece como uma possibilidade de solucionar as crises do jornalismo cultural, entretanto, é preciso compreender que a lógica transmissiva mudou e, nas redes sociais, a figura de quem fala é tão importante quanto a de quem está sendo falado. O responsável pela difusão cultural no *YouTube* não tem o compromisso apenas com a informação, ele tem o compromisso com a visibilidade que é proporcionada a ele por meio das redes.

Enfim, destacamos que a multiplicidade de papeis exercida pelo *youtuber* é um perigo para a divulgação cultural de qualidade, entretanto, são os inúmeros papeis interpretados por esses atores sociais que fazem com que um grande público se mostre interessado em uma informação que, há alguns anos, ficava restrita às mídias tradicionais.

REFERÊNCIAS

ALZAMORA, G. C.. Do texto diferenciado ao hipertexto multimidiático: perspectivas para o jornalismo cultural. In: Adriana Pessate Azzolino et al. (Org.). **Sete propostas para o jornalismo cultural:** reflexões e experiências. São Paulo: Miró Editorial, 2009.

BURGESS, J. & GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CANAL "PIPOCANDO". **(+18) - 5 filmes mais picantes do cinema!** 2015. Disponível em: <https://

www.youtube.com/watch?v=F2LDumkXb_U >. Acesso em 26 out. 2017.

_____. **Esquadrão Suicida! - 10 coisas que você não viu!** 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r9r7N2YJb2A&t=180s>. Acesso em 26 out. 2017.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Editora Vozes, 1975.

GOFFMAN, E. **Ritual de interação**: ensaio sobre o comportamento face a face. Petrópolis: Vozes, 2012.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

PIZA, D. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

ROTHMAN, P. Sorria você está sendo filmado. **Revista Info**. São Paulo, ed. 315, abril, 2012.

SHIRKY, C. **A cultura da participação:** criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIBILIA, P. **O show do eu:** A intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

MERGULHO ALÉM DA FANTASIA:
Estratégias de imersão na prática jornalística dos newsgames

Natália Ferraz Menezes
(Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto; Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig); nataliaferrazm@gmail.com)

RESUMO
O artigo pretende mapear técnicas e práticas que podem ser utilizadas no desenvolvimento de *newsgames* como estratégias para aumento da imersão dos jogadores. A pesquisa exploratória conta revisão bibliográfica para esclarecer o conceito de imersão, que, embora seja muito popular, frequentemente é utilizado de forma imprecisa e ambígua. A revisão também abarca a relação da imersão tanto com o jornalismo quanto com os jogos digitais, o que permitiu o levantamento e identificação de estratégias mencionadas e exemplificadas ao longo do texto – relacionadas a imagem, som e características de ambientes digitais. Apesar de algumas técnicas terem altos custos de produção e consumo, a capacitação dos jornalistas na produção de newsgames e a inserção de técnicas e práticas já são utilizadas em outros produtos podem suscitar newsgames mais imersivos, melhor elaborados, e que atraiam mais os consumidores.

PALAVRAS-CHAVE
Imersão. *Newsgames*. Jogos Digitais. Jornalismo.

ABSTRACT
The article intends to map techniques and practices that can be used in the development of newsgames as strategies to increase the immersion of the players. The exploratory research has a literature review to clarify the concept of immersion, which, although very popular, is often used imprecisely and ambiguously. The review also covers the relationship of immersion with both journalism and digital games, which allowed the collection and identification of strategies mentioned and exemplified throughout the text - related to image, sound and characteristics of digital environments. Although some techniques have high costs of production and consumption, the training of journalists in the production of newsgames and the insertion of techniques and practices that are already used in other products can lead to more immersive and better elaborated newsgames, that better attract the consumers.

KEYWORDS
Immersion. Newsgames. Digital games. Journalism.

INTRODUÇÃO

Imersão é uma palavra que indica o ato de submergir algo ou alguém em um líquido. Esse ato pressupõe uma mudança de ambiente que, em uma pessoa, gera também uma série de mudanças de sensações. Murray (2003) lembra que, em um mergulho, ficamos envolvidos por uma realidade completamente estranha – pelas diferenças entre a água e o ar – e que isso afeta fortemente o nosso sistema sensorial. Tanto no cotidiano quanto no meio acadêmico, a palavra imersão é utilizada como uma metáfora para esse movimento de sair do nosso mundo familiar e adentrar em outra realidade de maneira que nossas sensações também sejam atingidas.

Murray (2003, p. 101) ainda argumenta que temos um "desejo ancestral de viver uma fantasia originada num universo ficcional", o que explicaria o interesse por esse tipo de narrativa imersiva, com o desenvolvimento de diversas ferramentas tecnológicas que a potencializam, não apenas hoje, mas desde os primórdios da literatura. Entretanto, não devemos pensar que é apenas o ficcional (entendido de sua forma mais tradicional, como algo imaginário) que atrai o interesse das pessoas. Doyle, Gelman e Gill (2016) mencionam que o jornalismo nos aproxima da experiência dos outros, o que vai ao encontro da metáfora da imersão.

No campo dos jogos, que necessitam de engajamento e participação muito ativa dos jogadores, a ideia de imersão é primordial. Retomando a metáfora, "num meio participativo, a imersão implica aprender a nadar, a fazer coisas que o novo ambiente torna possíveis" (MURRAY, 2003, p. 102). Para a autora, essa experiência de ser transportado para um ambiente simulado é prazerosa em si mesma por nos possibilitar experimentar pensamentos, condutas e emoções que nos são vedados na "vida real".

Nossa intenção nesse artigo é mapear técnicas e práticas que podem ser utilizadas no desenvolvimento de *newsgames,* produtos situados na interseção entre os jogos e o jornalismo (BOGOST, FERRARI, SCHWEIZER, 2010), como estratégias para aumento da imersão de jogadores. Para isso, faremos um levantamento de diferentes estratégias e apresentaremos referências de uso de cada uma delas já empregadas tanto em jogos quanto em outros produtos digitais, inclusive jornalísticos. Em diálogo com o referencial teórico, apontaremos como colaboram com a imersão dos usuários.

Pensando que a imersão é condição fundamental para a produção de bons produtos jornalísticos (DOMÍNGUEZ, 2013) e de bons jogos (MURRAY, 2003; JENNET ET AL., 2008), é de se esperar que a convergência entre esses dois campos possa gerar conteúdos de grande potencial imersivo. Entretanto, os 14 anos que se passaram desde o lançamento de Madrid[1], o primeiro *newsgame* que ganhou destaque sob essa denominação, não foram suficientes para a solidificação de um gênero que cumpra essas expectativas. Os *newsgames* ainda representam uma parcela ínfima do volume de produção de jornalística existente. Além disso, pouquíssimo do que é desenvolvido ganha destaque e atrai amplo interesse dos jogadores/leitores.

Alves (2008), ao discutir sobre a relação entre jogos e aprendizagem, faz uma ponderação que também é pertinente ao cenário de produção e consumo de *newsgames* hoje. A autora enfatiza que existe

1 - Disponível em: <http://www.newsgaming.com/games/madrid/>. Acesso em 13 set. 2017.

um desencontro entre o que é pedagógico e aplicável em práticas escolares e as narrativas dos jogos que seduzem a geração dos nativos digitais, o que "tem levado à produção de jogos com baixa qualidade que buscam enfatizar conteúdos curriculares, sem se preocupar com a interface, com a qualidade das imagens, jogabilidade e interatividade" (ALVES, 2008, p. 04).

As razões para esse desencontro podem passar por muitas questões, como os custos financeiros e de tempo para se produzir um jogo, a falta de capacitação dos profissionais para o desenvolvimento e mesmo o desconhecimento do gênero e de suas características. Entretanto, compreender as possibilidades de se potencializar a imersão nos jogos pode ser um primeiro passo na direção do desenvolvimento de produtos melhores e mais engajadores.

COMPREENDENDO O CONCEITO

Domínguez (2013) faz um panorama do entendimento do conceito "imersão" dentro do campo do jornalismo, utilizado há bastante tempo como técnica de apuração e redação. Segundo a autora, o conceito é empregado principalmente para tratar da investigação jornalística que requer que o repórter dedique um tempo estendido para conhecer a realidade a qual vai relatar. Esse processo de produção imersivo seria uma condição imprescindível para produzir um relato com potencial para que os leitores também desfrutem de uma experiência imersiva. Pelas limitações de tempo e espaço que configuram os formatos jornalísticos tradicionais como o jornal, o rádio e a televisão, a maioria dos relatos provenientes desse estilo de produção é apresentada em formato de livro, resultando nos famosos livro-reportagens.

Nesse caso, é a descrição detalhada dos acontecimentos, possibilitada pela experiência prévia do repórter, que gera uma sensação de imersão nos leitores. O relato imersivo ganhou força com o movimento do Novo Jornalismo ou Jornalismo Literário, que surgiu na década de 1960. Um texto que mescla a informação jornalística com a arte da escrita literária potencialmente gera uma adesão maior dos leitores à história.

Domínguez (2013) também destaca que, ainda que a imersão do repórter seja uma condição, ela não é garantia de que os leitores também se sentirão imersos naquela narrativa, pois o resultado não necessariamente será um relato de qualidade. Entretanto, vale lembrar que não é apenas a qualidade do relato que gera uma experiência imersiva: se não levarmos em consideração também o próprio leitor, estaremos compreendendo o conceito dentro de uma lógica meramente transmissiva.

Assim como as experiências jornalísticas, jogos digitais de sucesso possuem a capacidade de fazer com que os jogadores se sintam dentro "do mundo" do jogo, sendo a imersão a consequência de uma boa experiência de jogabilidade (JENNETT et al., 2008). Entretanto, os autores pontuam falta de consistência no uso da palavra, não ficando claro o que ela realmente significa e nem o que a causa. Essa incerteza em relação ao conceito de "imersão" gera equívocos e ambiguidades conceituais.

O termo é frequentemente compreendido como sinônimo de outros conceitos similares. A ideia de *flow*, "[...] o estado em que uma pessoa está tão envolvida em uma atividade que nada mais parece importar

[...]" (CSIKSZENTMIHALYI, 1991, p. 04, tradução nossa)[2], por exemplo, se sobrepõe à de imersão no sentido da sensação de concentração, de distorção do tempo na realização de uma tarefa, de envolvimento emocional e de dissociação do mundo real. No entanto, *flow* se refere a uma experiência extrema, enquanto a imersão possui diferentes graus de engajamento (BROWN; CAIRNS, 2004). Também não se pode entender o *flow* como o momento máximo da imersão porque esta não atende a alguns critérios do primeiro, como necessariamente ter objetivos definidos e envolver habilidades do jogador.

Também há engano em relação à ideia de absorção cognitiva, um estado de profundo envolvimento com o *software*. Nesse caso, a principal distinção está no fato de que ela é um comportamento em relação à tecnologia da informação em geral enquanto a imersão é a experiência de uma ocasião particular. Ou seja, a absorção cognitiva trata de motivações para jogar, como a curiosidade, mas a imersão é sempre em relação a uma instância específica do ato de jogar (JENNETT *et al.*, 2008).

Os autores ainda indicam que a presença, definida como a crença de se estar em outro espaço físico, é mais um conceito que tangencia, mas não significa o mesmo que imersão. A realidade virtual, que mimetiza as interações do mundo real, afeta a percepção da presença. Contudo, jogos de gráficos simples também podem envolver presença. Quando o ambiente responde às ações dos usuários de maneira percebida como legítima, a presença é mais provável de ocorrer (JENNETT *et al.*, 2008). Além disso, é possível que exista presença sem imersão: os autores exemplificam citando um ambiente de simulação virtual em que o interator executa uma tarefa monótona, que não gera engajamento.

Jennett *et al.* (2008), então, defendem que a imersão é, em resumo, a sensação gradual de dissociação temporal e de diminuição da consciência sobre o ambiente ao redor que ocorrem quando há um alto engajamento em uma experiência psicológica específica de jogabilidade. Ela pode ser entendida como a chave para uma boa experiência de jogo e compreendê-la pode ajudar no desenvolvimento de jogos melhores.

ESTRATÉGIAS PARA UMA MUDANÇA DE CENÁRIO

No seminário *Sensing the News: What new technologies could mean for journalism*, organizado pelo grupo New Media Studies na Universidade de Minnesota, em 2001, foram expostas algumas possibilidades de tecnologias emergentes que, em maior ou menor grau, ofereciam um caminho de exploração para o relato jornalístico e aumentavam sensação de exploração de um lugar, como o áudio interativo e imersivo e o vídeo e áudio 360º (DOMÍNGUEZ, 2013).

Faria (2005, p. 57) afirma que "a imersão em ambientes audiovisuais está diretamente relacionada com a quantidade e qualidade visual e auditiva da experiência da espacialidade e da fidelidade em reproduzir um ambiente ou situação". Para alcançar uma qualidade sonora imersiva, podem ser usadas técnicas como o áudio 3D, que utiliza de diversos canais/alto falantes para criar efeitos de envolvimento, reverberância e imagens sonoras. Assim, é possível sugerir o posicionamento de objetos em uma cena e simular movimentos com mais realismo.

2 - [...] the state in which people are so involved in an activity that nothing else seems to matter [...]. (No original)

Existe também a técnica da auralização, que, ainda segundo o autor,

> Se refere mais especificamente à produção de campos sonoros tridimensionais matemática e/ou fisicamente corretos e coerentes com o esperado na realidade da propagação dos sons em um ambiente acústico. Frequentemente as técnicas ou métodos de auralização envolvem modelos de propagação sonora formais e simulações para obter o efeito desejado (FARIA, 2005, p. 26).

A imersão sonora é potencializada quando há uma junção da técnica com estratégias narrativas. O *podcast* Mars Patel, um áudio drama que trata da história do desaparecimento de uma das crianças protagonistas, possui reencenações que "[...] exploram intensamente a reconstituição de cenários acústicos e os potenciais de consumo imersivo de áudio e engajamento gerado pela variação acústica [...]" (LOPEZ, 2017, p. 111, tradução nossa)[3].

Ao abordar a narrativa imersiva no rádio, a autora ainda apresenta diversos outros exemplos de produtos que exploram entonação, voz, emocionalidade, perspectiva sonora e ambientação acústica através de efeitos e trilhas em seus designs sonoros. O consumo de atenção concentrada, com fones de ouvido, pode facilitar o envolvimento e a sensação de transporte do ouvinte para um outro espaço.

Já existem projetos de *newsgames* baseados somente em áudio voltados a dispositivos sem telas, como o *WordPlay*[4], de estudantes de pós-graduação da City, Universidade de Londres, que traz a experiência de jogo e a interação com *podcast* sem a necessidade de uso de telas. No entanto, não é necessário que seja um produto exclusivamente sonoro. Diversos jogos utilizam de estratégias de áudio para aumentar seu potencial imersivo. A narração de *Thomas Was Alone*[5], um jogo do gênero plataforma sobre inteligências artificiais que ganham consciência do mundo e trabalham em conjunto para escapar do *software* do qual fazem parte, por exemplo, é tida como uma das suas grandes qualidades. Mesmo representando pedaços de um programa de computador e sendo apresentados visualmente como retângulos coloridos, a forma como o texto é narrado aumenta muito a empatia dos jogadores com os personagens.

Já a experiência interativa de *Inside the Haiti Earthquake*[6] utiliza o formato de documentário ficcional, com o uso áudios e imagens originais gravados no Haiti, para produzir uma narrativa sob três perspectivas – voluntário da ajuda humanitária, jornalista e sobrevivente – sobre o terremoto que assolou o país em 2010. Ainda que o desenrolar da história seja assumidamente ficcional, saber que o que é ouvido e visto foi gravado no país após o desastre natural traz um grande apelo emocional ao produto.

Outra tecnologia que poderia ser utilizada para a produção de *newsgames* é a dos vídeos esféricos ou 360º. Nesse tipo de vídeo, a câmera captura a cena em um ângulo de 360º, o que permite que o espectador possa olhar não apenas para os lados como também para cima e para baixo (DOYLE; GELMAN; GILL, 2016). Um vídeo esférico pode ser assistido por meio de equipamentos como capacetes e óculos específicos, em dispositivos móveis e até mesmo na própria tela do computador por

3 - [...] explorent intensément la reconstitution de scénarios acoustiques et les potentiels de consommation immersive d'audio e d'engagement généré par la variation du point de vue acoustique [...]. (No original)
4 - Disponível em <https://www.city.ac.uk/news/2017/may/interactive-newsgame-wordplay>. Acesso em 05 oct. 2017.
5 - Disponível em <http://www.mikebithellgames.com/thomaswasalone/>. Acesso em 15. dez. 2017.
6 - Disponível em <http://www.insidedisaster.com/experience/Main.html>. Acesso em 05 out. 2017.

meio de algumas plataformas. Hoje em dia, o *Facebook* e o *Youtube*, por exemplo, já suportam a exibição de vídeos em 360º, que podem ser consumidos por meio da tela e controlados pelo mouse.

Para produzir um vídeo 360º, um jornalista precisa apenas de uma câmera 360º, que hoje pode ser encontrada por preços bem razoáveis no Brasil, em torno de R$1.000, ou de um equipamento formado por um anel com câmeras GoPro, que terá suas imagens processadas posteriormente. O uso de vídeos 360º já está bastante difundido: em 2015, a rede de televisão britânica BBC fez uma matéria mostrando a vida de imigrantes sírios no norte da França. Na TV aberta brasileira também temos diversos exemplos, como a cobertura da Batalha de Mossul, no Iraque, pelo SBT, a apresentação de pontos famosos da cidade de São Paulo, pela RecordTV, e uma série inteira utilizando a tecnologia no programa Fantástico, da Rede Globo.

Em 2017, ganhou destaque na mídia o vídeo 360º Realidade Visceral, produzido pela Rede Justiça Criminal, formada por oito organizações não governamentais, em parceria com a agência de publicidade J. Walter Thompson Brasil. O produto tem a intenção de mostrar a realidade dos presídios brasileiros, onde os presidiários vivem indignamente devido ao problema da superlotação – principalmente por falhas no sistema penal do país, que mantém pessoas encarceradas sem julgamento. O vídeo, disponível para acesso no *Facebook*[7], utiliza a tecnologia que permite ver todo o ambiente e ainda traz alguns dos detentos interagindo com a câmera, o que causa no espectador a impressão que ele está presente dentro da cela retratada. A campanha contou não apenas com a disponibilização da visualização doméstica, mas também com exibição para os usuários por meio de uso de equipamento específico em alguns lugares, como na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Além dos vídeos com gravações *in loco*, a experiência da câmera 360º pode ser utilizada em animações, como o *The Wall Street Journal* fez em 2015, com a produção de um vídeo que simula uma montanha-russa que percorre os movimentos de altas e quedas da Nasdaq, um mercado de ações norte-americano[8]. Com a visão em primeira pessoa, o usuário segue pela pontuação da Nasdaq ao longo de 21 anos, passando em alguns momentos por placas explicativas que informam eventos significativos da bolsa e contextualizam as valorizações e desvalorizações de certos períodos.

O uso da animação interativa 3D em primeira pessoa que permite visualização 360º já é comum no desenvolvimento de jogos digitais desde a década de 90. Diversos jogos de grande sucesso lançados naquela década, como *Wolftenstein* 3D, *Doom* e *Quake*, também se utilizam dessa perspectiva de câmera para que o jogador interaja com o ambiente virtual. Apenas nos últimos anos, entretanto, esse tipo de técnica tem sido utilizada no jornalismo, podendo agregar à sensação de imersão nos *newsgames*.

A realidade aumentada é mais uma tecnologia capaz de potencializar as possibilidades imersivas em um jogo jornalístico. Ela permite a inserção de imagens e sons adicionais em uma visualização do "mundo real". Nesse caso, não existe um transporte para uma realidade virtual – apesar dos acréscimos, o usuário continua vendo e ouvindo o mundo ao seu redor (PAVLIK; BRIDGES, 2013).

Essa ferramenta já é utilizada há bastante tempo na TV e na publicidade de formas não-interativas, como nas propagandas virtuais comuns que aparecem nos estádios nas transmissões de

7 - Disponível em: <https://www.facebook.com/conectas/videos/1423929294352052/>. Acesso em 16 set. 2017.
8 - Disponível em: <http://graphics.wsj.com/3d-nasdaq/>. Acesso em 16 set. 2017.

eventos esportivos. Existem casos de uso inclusive em jornais impressos como o The New York Times, que já produziu conteúdos com áudios e animações que os leitores poderiam acessar por meio do aplicativo Aurasma ao direcionar a câmera do dispositivo móvel para determinado ponto do jornal.

Na área dos jogos, o maior expoente de uso de realidade aumentada é o *Pokémon Go*, que obteve um sucesso estrondoso em todo o mundo em 2016. Em celulares e *tablets* que possuem giroscópio, dispositivo que utiliza a força da gravidade para comunicar ao *software* o direcionamento do aparelho no espaço, é possível visualizar as criaturas projetadas no mundo real por meio da câmera e da tela antes de capturá-las. No videogame portátil Nintendo 3DS, lançado em 2011, já era possível utilizar algumas cartas para projetar personagens e objetos da Nintendo no ambiente de localização do usuário.

O uso de dispositivos de localização para desenvolvimento de produtos e aumento da imersão não é novidade em produções jornalísticas. Pavlik e Bridges (2013) propõem o conceito de *situated documentaries*, uma forma jornalística de *storytelling* em que informações adicionais são sincronizadas com a orientação espacial exata da pessoa em uma localidade geográfica por meio de realidade aumentada. São apresentados alguns exemplos de protótipos produzidos na Universidade de Columbia desde o final da década de 1990 pela equipe que Pavlik integrava, como uma série de documentários sobre a revolta que aconteceu na Universidade de Columbia no ano de 1968. Existem horas de conteúdo sobre fatos, como um conflito entre estudantes e a polícia que aconteceu dentro do campus e a ocupação do escritório do presidente da universidade.

Ingress, um aplicativo da Niantic Labs, mesma empresa desenvolvedora do *Pokémon Go*, transforma pontos reais das cidades em pontos de interesse de uma trama de ficção científica[9]. Ao apontar a câmera para os lugares, surgem informações na tela relevantes para o jogador. Essa mesma mecânica poderia ser utilizada em um *newsgame* em que o jogador é um jornalista que precisa apurar informações em determinados pontos de uma cidade. Em cidades históricas como Ouro Preto e Mariana em MG, por exemplo, o jogador coletaria informações em determinados pontos da cidade em que, ao mirar a câmera, elementos do passado escravagista viessem à tona nas imagens. Os textos de informação poderiam ser armazenados pelo usuário de forma que o personagem, como jornalista, elaborasse uma reportagem ao final do jogo.

Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) definem seis categorias de *newsgames*, que se referem à forma de produção e apresentação do jogo: *current events*, *infographics*, *documentary*, *puzzles*, *literacy* and *community*. A proposta apresentada para cidades históricas se encaixa na categoria dos *literacy games,* jogos sobre repórteres ou sobre o ato de reportar que, direta ou indiretamente, proveem aos usuários educação jornalística e despertam interesse pela área. Jogos dessa categoria podem simular como se tornar um bom jornalista ou tentar fazer os jogadores entenderem por quê o jornalismo é importante para os cidadãos e para as comunidades. De acordo com os autores, os *literacy games* são importantes porque os leitores sabem como acessar e consumir notícias, mas não necessariamente entendem os valores e os métodos que estabelecem as bases para as reportagens.

No *Ingress*, no *Pokémon Go* e nos *situated documentaries*, a realidade aumentada é utilizada

9 - Vale destacar que o mapeamento das localidades feito pelos usuários do *Ingress* foi utilizado para o desenvolvimento do *Pokémon Go*. Essa é uma das razões pelas quais existe uma enorme disparidade na distribuição dos elementos do jogo nos mapas.

em conjunto com a ferramenta de geolocalização. Entretanto, é possível produzir conteúdos visuais, textuais e/ou sonoros que tentem atingir níveis de imersão por meio determinação da localização do dispositivo. Em 2017, foi lançado o aplicativo Museu do Ontem, produzido pela Agência Pública, que traz informações históricas sobre a zona portuária do Rio de Janeiro.

O nome do *app* remete ao Museu do Amanhã, que foi construído durante o projeto de revitalização da região que aconteceu para as Olimpíadas de 2016. Entretanto, tanto o nome "Amanhã" quanto a própria ideia de "revitalização" dão a entender que não havia anteriormente vida na região portuária. Assim, o Museu do Ontem tem a proposta de trazer aos usuários informações esquecidas sobre diversos lugares, divididas entre três roteiros: *tour* do Terror (histórias de horror que aconteceram de verdade no Porto do Rio), *tour* da Corrupção (histórias surpreendentes relacionadas ao porto do Rio, do império à operação Lava-Jato) e *tour* do Samba (origem do samba carioca).

No aplicativo Museu do Ontem, existe a opção de fazer o *tour* virtual sem utilizar a geolocalização — a cada 50 metros caminhados, independentemente de onde o usuário esteja, um conteúdo novo é desbloqueado pelo usuário. Entretanto, é na versão em que o GPS do aparelho é utilizado que a proposta imersiva ganha mais fôlego, pois é preciso ir até cada um dos locais onde ocorreram os fatos para acessar as informações. Museu do Ontem é, inclusive, um aplicativo gamificado, tendo em vista que apresenta o progresso no descobrimento das histórias como "conquistas" do usuário.

Enquanto a realidade aumentada possibilita a inserção de dados adicionais no "mundo real", a realidade virtual faz um movimento contrário: ela transporta o usuário para um ambiente digitalmente construído. Domínguez (2013) menciona que, para alguns autores, somente as tecnologias de realidade virtual são capazes de explorar todo o potencial imersivo do jornalismo, pois elas "[...] permitem a experimentação não apenas visual, mas também sensorial de um entorno sintético tridimensional" (DOMÍNGUEZ, 2013, p. 95, tradução nossa)[10]. Se a tela e a interface atuam como uma quarta parede, demarcando uma linha física entre o mundo material e o mundo do relato, a realidade virtual tem como característica o potencial de eliminar essa fronteira física e tornar a resposta muito mais forte devido à conexão corporal.

O termo realidade virtual (VR) foi cunhado em 1987 por Jaron Lanier, fundador da empresa *Visual Programming Lab* (VPL), que desenvolvia equipamentos para realidade virtual[11]. Experiências que buscavam causar a sensação de transporte do usuário para outra realidade já existiam desde a década de 1930, com a criação dos simuladores de voo. Na década de 90 já haviam jogos que utilizavam técnicas de VR, como o *Mario's Tennis*, lançado em 1995.

A jornalista Nonny de La Peña foi uma das precursoras no uso da realidade virtual no jornalismo, levando o documentário *Hunger in Los Angeles* para o *Sundance Film Festival* de 2012. Na aclamada experiência, o usuário se sentia presente na fila do banco de comida de Los Angeles, utilizando um par de óculos e de fones de ouvido. O equipamento improvisado pelo estagiário da jornalista utilizado nessa ocasião posteriormente deu origem ao *Oculus Rift* (comprado pelo *Facebook* em 2014), um dos mais famosos e refinados equipamentos de VR existentes atualmente.

10 - [...] permiten la experimentación no solo visual sino también sensorial de un entorno sintético tridimensional. (No original)
11 - Disponível em: <https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/history.html >. Acesso em 21 set. 2017.

O produto causou empatia nos usuários, especialmente por recriar digitalmente o ambiente e por utilizar áudios reais que haviam sido gravados na fila do banco de comida. Além disso, tecnologia de captura de movimento foi utilizada para a movimentação dos avatares, o que, segundo sua autora, contribuiu notavelmente para o aumento da sensação de presença (DOMÍNGUEZ, 2013). Doyle, Gelman e Gill (2016) concordam, afirmando que essa sensação é mais convincente quando o "mundo virtual" responde aos movimentos dos olhos ou do corpo. Para os autores, as organizações midiáticas têm criado narrativas jornalísticas poderosas ao utilizar a VR para criar uma conexão profunda entre a temática e o espectador, dando às pessoas a sensação de serem levadas a lugares que, de outra forma, elas não poderiam ir. Ao adicionar a essa experiência de se sentir presente em outro ambiente as possibilidades de experimentação dos jogos, a conexão em um conteúdo jornalístico pode se tornar ainda mais profunda.

Domínguez (2013) menciona que há autores que acreditam que a fluidez narrativa da realidade virtual é uma condição para se alcançar a imersão em um relato. Por isso, a necessidade de executar comandos em uma tela causaria distração e, consequentemente, prejudicaria a imersão. Segundo a autora, Nonny de la Peña sequer considera que os *newsgames*, como produzidos hoje, se enquadram dentro da categoria "jornalismo imersivo", já que, para ela, a intenção desses jogos é representar um sistema que simula as variáveis que incidem sobre os fatos, não aumentar a empatia de sujeito em relação à realidade representada por meio de uma experiência em primeira pessoa.

Outros autores, entretanto, acreditam que é precisamente a possibilidade de interação com o conteúdo uma condição para a imersão. No contexto da apresentação de possibilidades de imersão em *newsgames*, essa é uma discussão imprescindível, já que essa interação é uma característica fundamental dos jogos digitais.

POTENCIALIDADES ESPECÍFICAS DOS JOGOS

Os jogos trazem um novo potencial para a informação jornalística. Para Bogost, Ferrari e Schweizer (2010), o conteúdo jornalístico publicado na internet, muitas vezes, apenas reproduz o que foi publicado no jornal impresso ou o vídeo exibido na televisão. Entretanto, o *newsgame* pode inová-lo:

> Ao contrário das histórias escritas para as notícias impressas ou programas editados para a televisão, jogos digitais são *softwares* de computador em vez de uma forma digitalizada das mídias anteriores. Jogos exibem texto, imagens, sons, e vídeo, mas eles também fazem muito mais: jogos simulam como as coisas funcionam, construindo modelos com os quais as pessoas podem interagir, capacidade que Bogost nomeou *retórica procedimental*. Esse é um tipo de experiência irredutível para qualquer outra mídia anterior (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 06, tradução nossa)[12].

12 - Unlike stories written for newsprint or programs edited for television, videogames are computer software rather than a digitized form of earlier media. Games display text, images, sounds, and video, but they also do much more: games simulate how things work by constructing models that people can interact with, a capacity Bogost has given the name *procedural rhetoric*. This is a type of experience irreducible to any other, earlier medium. (No original).

Segundo Bogost (2010), a retórica procedimental é a capacidade que o *software* possui de persuadir os usuários por meio das representações e interações conformadas pelas suas possibilidades de usabilidade. No caso dos videogames, o potencial de persuasão é único, tendo em vista que eles são artefatos computacionais que produzem significado como artefatos computacionais (ao contrário de processadores de texto ou editores de imagem, por exemplo).

A procedimentalidade característica do funcionamento dos computadores os torna particularmente adequados para representar sistemas reais ou imaginários. Mas essa representação não necessariamente precisa ser idêntica à experiência real. Nesse caso, o mais importante é a compreensão do funcionamento do processo. O significado é construído não através de uma recriação do mundo, mas da modelagem de elementos do mundo.

Sendo assim, a sensação de imersão dos jogadores resulta da capacidade de agência dos jogadores sobre esse sistema de processos modelados. De acordo com Murray (2003), agência é a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver o resultado das nossas escolhas. Para ela, esse sentimento existe quando as coisas que fazemos trazem resultados tangíveis – e isso acontece quanto mais bem resolvido for o ambiente de imersão. "No computador, encontramos um mundo que é alterado dinamicamente de acordo com a nossa participação" (MURRAY, 2003, p. 128).

Murray ainda argumenta que a agência, esse prazer característico dos ambientes eletrônicos, vai além da participação e da interatividade. É preciso que as ações sejam autônomas e que determinem o curso do jogo. Por isso, um jogo persuasivo (BOGOST, 2010), é aquele que utiliza bem das potencialidades da agência e da imersão. Mas em vez desses jogos terem a intenção de simplesmente fazer o jogador continuar no jogo, na verdade, eles alteram ou afetam suas opiniões para além do jogo, potencialmente provocando mudanças sociais significativas de longo prazo.

Nesse sentido, o aproveitamento da capacidade de representação dos jogos digitais possibilita o desenvolvimento de *newsgames* imersivos e persuasivos que podem afetar diretamente o jogador/leitor em relação à notícia. *The day the laughter stopped*[13] é um jogo sério/persuasivo[14] que retrata uma situação de assédio sexual de uma adolescente pelo seu companheiro. A narrativa textual relata o contexto em que os dois jovens se conheceram e o jogador sempre tem duas opções de ação para estabelecer o desenvolvimento da relação entre os dois.

Em determinado momento, próximo ao fim do jogo, o rapaz inicia uma tentativa de relação sexual com a moça, que está receosa e assustada (a narrativa é desenvolvida a partir da perspectiva dela). As opções do jogador são pará-lo ou deixá-lo continuar. Entretanto, a opção "pará-lo" é inativa – quando se clica nela, nada acontece. Essa mecânica indica que, naquele momento, não há escolha a ser feita: o estupro será concretizado.

A forma como *The day the laughter stopped* é construído simula um sistema – a realidade das mulheres que sofrem assédio sexual dos companheiros. A mecânica escolhida pode ser interpretada

13 - Disponível em: <https://hypnoticowl.com/games/theday/>. Acesso em 05 oct.2017.

14 - Bogost diferencia os conceitos, considerando *serious games* os jogos criados para apoiar e estabelecer os interesses de determinadas instituições sociais enquanto os jogos persuasivos vão além, desafiando, criando oportunidades para questionamento, mudando e mesmo eliminando instituições.

como uma metáfora para impossibilidade de reação das mulheres à violência naturalizada por uma sociedade machista. Ao perceber que o botão não funciona, o jogador pode sentir angústia e indignação, resultantes da imersão e, no caso, de uma sensação de falta de agência.

Enquanto *The day the laughter stopped* trabalha com a ideia de uma sensação de agência resultando na "antiagência" para causar a imersão do jogador, *Spent*, um *newsgame* sobre a crise financeira que se iniciou em 2008 nos Estados Unidos faz exatamente o contrário. Nesse jogo, o usuário assume o papel de um pai solteiro que precisa equilibrar as contas do mês e cada ação escolhida é significativa e gera resultados.

Um exemplo é quando o jogador decide ensinar matemática por conta própria para o filho do personagem em vez de contratar um professor particular para economizar. A partir dessa escolha o jogo obriga que o jogador acerte algumas contas para comprovar a capacidade de ensinar a disciplina para o filho. A forma como as regras do jogo são elaboradas, gerando consequências posteriores, estabelece o vínculo do jogador com o produto. Como mencionado no início deste texto, a realidade virtual e outras ferramentas que criam um ambiente realista podem causar uma sensação de presença, mas é a resposta legítima do ambiente às ações dos usuários que determina a possibilidade de imersão (JENNETT *et al.*, 2008).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão de cada uma das estratégias mencionadas neste artigo poderia se desdobrar em diversas questões de produção, de consumo, mercadológicas. Desenvolver um olhar crítico para elas é essencial. O uso de câmeras 360º, por exemplo, abre espaço para a reflexão de questões éticas tanto em relação às pessoas que estão sendo filmadas – muitas vezes sem saber, quanto à falta de controle sobre o todo o conteúdo transmitido para o público.

Dependendo do tipo de conteúdo tratado, as estratégias de imersão utilizadas podem atingir muito fortemente a dimensão psicológica dos leitores, seja por questões gráficas ou narrativas. No vídeo *teaser* da campanha Realidade Visceral[15], sobre a realidade dos presidiários, por exemplo, diversas pessoas são exibidas chorando ou emocionalmente abaladas. No caso dos *newsgames*, é preciso tomar um cuidado ainda maior, já que o fato de que as consequências do que acontece no produto são resultado das ações dos jogadores pode ser muito impressionante.

Apesar da relativa popularização, o custo de produção de *newsgames* que se utilizem dessas ferramentas ainda pode ser muito alto, pelos preços de equipamentos e pela necessidade de uma equipe capacitada. Hoje, a formação da maior parte dos jornalistas ainda não compreende o aprendizado dessas tecnologias emergentes, o que, normalmente, resulta na exigência de contratação de outros profissionais para o desenvolvimento. Além do custo alto, faltam, também, métricas de avaliação para saber se a produção vale a pena financeiramente.

Vale ressaltar ainda que não só na produção reside o problema. Muitas dessas tecnologias utilizadas para imersão exigem que se tenha equipamentos para o consumo, o que não pode ser considerado uma

15 - Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Hx1BHM4fiBs>. Acesso em 05 oct. 2017.

realidade, especialmente no Brasil, um país com tamanha desigualdade social. Entretanto, a intenção aqui era produzir um mapeamento de técnicas e práticas que já são utilizadas em outros produtos digitais e que podem ser implementadas no desenvolvimento de *newsgames* mais imersivos, melhor elaborados e que atraiam mais os leitores. A produção no Brasil ainda é muito pequena, mas um maior cuidado no desenvolvimento pode gerar produtos de maior repercussão.

Como foi exemplificado, nem todas estratégias imersivas citadas possuem custo extremamente elevado e poderiam ser adotadas não apenas por grandes empresas como também por jornalistas independentes. É importante destacar que esse levantamento é introdutório: ele não contempla todas estratégias existentes e nem deve ser encarado como um guia de tudo que deve ser utilizado na produção de um *newsgame*, mas, sim, como um passo na direção da compreensão de como potencializar a imersão e desenvolver produtos de melhor qualidade.

REFERÊNCIAS

BOGOST, I. **Persuasive games:** The expressive power of videogames. MIT Press, 2010.

BOGOST, I.; FERRARI, S.; SCHWEIZER, B. **Newsgames**: Journalism at Play. Cambridge: MIT Press, 2010.

BROWN, E.; CAIRNS, P. A grounded investigation of game immersion. In: **CHI'04 Extended abstracts on Human factors in computing systems**. ACM, 2004. p. 1297-1300.

CSÍKSZENTMIHÁLYI, M. **Flow**: The Psychology of Optimal Experience. New York: Harper Perennial, 1991.

DOMÍNGUEZ, E. **Periodismo inmersivo**: Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción. Tese doutoral. Barcelona: Universitat Ramon Llull, 2013.

DOYLE, P.; GELMAN, M.; GILL, S. **Viewing the Future**: Virtual Reality in Journalism. John S. and James L. Knight Foundation, 2016.

FARIA, R. R. A. **Auralização em ambientes audiovisuais imersivos**. Tese de Doutorado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2005.

HISTORY Of Virtual Reality. Virtual Reality Society. Disponível em: <https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/history.html>. Acesso em: 21 set. 2017.

JENNETT, C. et al. Measuring and defining the experience of immersion in games. **International journal of human-computer studies**, v. 66, n. 9, p. 641-661, 2008.

LOPEZ, D. C.. La radio en narratives immersives : le contenu journalistique et l'audience. **Cahiers d'histoire de la radiodiffusion**, v. 132, p. 103-116, 2017.

MURRAY, J. H. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural; Unesp, 2003.

PAVLIK, J. V.; BRIDGES, F. The Emergence of Augmented Reality (AR) as a Storytelling Medium in Journalism. **Journalism & Communication Monographs**, v. 15, n. 1, p. 4-59, 2013.

STUDENTS developing prototype for interactive audio newsgame. 04 mai. 2017. City, University of London. Disponível em: <https://www.city.ac.uk/news/2017/may/interactive-newsgame-wordplay>. Acesso em: 05 out. 2017.

SWANSON, S. **How Thomas Was Alone Uses Narration to Build Its Characters**. 15 set. 2012. Envato Tuts+, Game development, Game design. Disponível em: <https://gamedevelopment.tutsplus.com/articles/how-thomas-was-alone-uses-narration-to-build-its-characters--gamedev-596>. Acesso em: 05 out. 2017.

AUDIÊNCIAS ATIVAS E FUTEBOL:
Uma análise das atividades do Corinthians no Facebook

Núbia Azevedo
(Jornalista (UFOP) e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP); nubiaazevedolhp@gmail.com)

RESUMO
A audiência não pode mais ser vista como contemplativa. Com as novas mídias digitais, o que prevalece é a interação. O presente estudo discute a participação da audiência e suas representações na página oficial do "Sport Club Corinthians Paulista" no *Facebook*. Por meio de uma análise de métodos digitais buscou-se observar as atividades desta audiência são desempenhadas, destacando as marcas de identificação com o clube paulista. Entre os principais resultados, foi possível ver a presença constante do apelo emocional nas postagens, por meio de expressões como "Vai Corinthians" e "Fiel Torcida". Concluiu-se ainda que são as publicações referentes aos jogos que mais despertam o engajamento da torcida.

PALAVRAS-CHAVE
Audiência; *Facebook*; Futebol; Corinthians.

ABSTRACT
The audience cannot be seen any more how contemplative. With the new digital media, what prevails is the interaction. This study discusses the participation of the audience and his representations in the official page of the "Sport Club Corinthians Paulista" on Facebook. Through an analysis of Digital methods, we sought to observe how the activities of this audience perform, highlighting the identification marks with the brazilian club. Among the main results are the constant presence of the emotional appeal in the posts, through expressions like "Vai Corinthians" and "Fiel Torcida". It was also concluded that it is the publications concerning the games that most arouse the engagement of the twisted.

KEYWORDS
Audiência; Facebook; Futebol; Corinthians.

INTRODUÇÃO

A internet trouxe uma série de mudanças para a sociedade, dentre elas a obtenção de informações instantâneas, como notícias e recados. Outra realidade trazida pela internet foram as redes sociais. A força comunicacional destas plataformas é mostrada pela quantidade de usuários cadastrados no mundo todo. De acordo com o site Alexa[1], o *Facebook* é a rede social mais utilizada em esfera global, sendo a segunda página mais acessada no mundo, ficando atrás apenas do site de pesquisas *Google*.

No que tange o futebol, esporte mais popular do país, a audiência não se trata de uma novidade trazida pelas tecnologias da informação. O público que acompanha o esporte é resultado de uma construção histórica que integra o futebol e seus clubes desde os primórdios. Entretanto, com essas possibilidades que as tecnologias da informação e a comunicação oferecem para o debate público, a participação da audiência sofreu mudanças significativas. Os usuários, antes mais contemplativos, têm se tornado cada vez mais participativos e interativos.

Tendo em vista a potencialidade das redes sociais como meio de comunicação pós-massiva, o presente trabalho fará do *Facebook*, e especificamente da página oficial do "Sport Club Corinthians Paulista", o seu espaço para estudo. O clube paulista foi escolhido por se tratar de um dos times mais tradicionais do país e possuir, de acordo com o portal "Lance!", a página mais curtida nesta rede, com 10.870.863 curtidas (enquanto o Flamengo, segundo colocado, somava 10.414.535)[2].

A metodologia utilizada consiste em uma análise de métodos digitais capazes de captar grandes quantidades de dados em plataformas digitais como *Facebook* e *Twitter*, com o propósito de identificar: quais são os assuntos que mais despertam interesse da audiência; quais os tipos de publicação que mais atraem o público e quais são as maneiras mais utilizadas pelos seguidores para interagirem com a página.

Com o propósito de atingir os objetivos estipulados, a presente pesquisa estrutura-se em dois tópicos teóricos: um dedicado a fazer um breve histórico do *Facebook* e abordar sobre a prática de audiências mais ativas; outro dedicado a percorrer a história do "Sport Club Corinthians Paulista" – com destaque para a forma com a qual o clube se comunica com o seu público.

Os tópicos seguintes apresentam a metodologia, coleta e análise de dados. Foram construídos gráficos com representações das atividades na rede, como postagens, compartilhamentos e comentários, permitindo inferir os sentidos que estas atividades trazem para a construção da relação entre a página oficial do Corinthians e sua audiência.

Conclui-se que há um forte apelo emocional nas publicações realizadas no perfil oficial do Corinthians no *Facebook*, o que faz com que os seguidores da *fanpage* usem esse espaço para declarar o seu amor ao clube. Observa-se ainda que as publicações que despertam maior engajamento da audiência se referem a lances de jogos da equipe no Parque São Jorge.

1 - FONTE: Site Alexa (http://www.alexa.com/topsites) - Acesso em: 9 março 2017.
2 -FONTE: Portal Lance! (http://humoresportivo.lance.com.br/ranking-os-20-clubes-brasileiros-com-mais-curtidas-no-facebook/) Matéria publicada em 19 fevereiro 2016. Acesso em: 9 março 2017.

AUDIÊNCIA ATIVA E *FACEBOOK*

Com o advento da internet, vimos surgir uma variedade de canais de comunicação para que o público manifeste sua opinião, criando-se assim novas formas de relacionamento e *feedback* da audiência. As redes sociais são exemplos desse tipo de canal que já há alguns anos vem intensificando as relações sociais. Com interfaces acessíveis e diversos recursos digitais as RSI permitem a criação de uma rede de membros formada por amigos e a formação de grupos de interesses comuns.

De acordo com Rocha (2016) a ideia de rede social enquanto meio para o estabelecimento de relações sociais que condiciona as ações dos indivíduos, surgiu no início do século XX. "A metáfora da rede [...] foi inicialmente usada na sociologia, para associar o comportamento individual à estrutura a qual ele pertence e transformou-se em uma metodologia denominada sociometria" (FERREIRA apud ROCHA, 2016, p. 43).

> Com bases conceituais fixas nas Ciências Sociais, as redes sociais são compreendidas como comunidades formadas por afinidades ou objetivos comuns e que podem ser classificadas como redes primárias, secundárias e intermediárias. As redes primárias são formadas pelas relações estabelecidas por uma pessoa ao longo de sua vida, a exemplo das relações familiares, de amizade, relações de trabalho etc. Já as redes secundárias e intermediárias são compostas por instituições e grupos por meio da atuação coletiva na defesa de interesses comuns (WINCK apud ROCHA, 2016, p.43).

Ainda de acordo com Rocha (2016), a dinâmica de funcionamento das redes sociais pressupõe a superioridade do coletivo sobre o individual e a ideia de troca – que só ocorre com no coletivo. Além disso, destaca-se que geralmente as RSI são formadas por uma vontade coletiva, "visando um objetivo comum, por ligações horizontais entre os indivíduos, quase sempre sem uma liderança definida, permitindo ações descentralizadas" (ibid., p.44).

Atualmente é difícil falar sobre essas redes e não citar o *Facebook*. A plataforma foi criada em fevereiro de 2004 por Mark Zuckrberg e define-se como um produto/serviço que tem por missão "oferecer às pessoas o poder da partilha, tornando o mundo mais aberto e interligado" [3].

O *Facebook* caiu no gosto popular. De acordo com o estudo realizado pelo site Alexa, além de ser a rede social mais acessada, o *Facebook* é também o segundo site mais acessado do mundo[4]. No Brasil o cenário não é diferente e a rede social só perde em acessos para o *Google*. De acordo com o "Mapa Mundial de Redes Sociais e Outros Serviços de Nuvem" (2016) idealizado pelo Congresso Ibero-americano sobre Redes Sociais (iRedes), o *Facebook* conta hoje com 1,591 bilhões de usuários. Só no Brasil somam 103 milhões[5].

Para acessar o *Facebook* pela primeira vez, o usuário precisa criar um perfil com dados pessoais, foto e lista de interesses – que posteriormente poderá ser usado por meio do site ou de um aplicativo para dispo-

3 -FONTE: FacebookNewsroom (http://newsroom.fb.com/Key-Facts) Acesso em: 10 março 2017.
4 - FONTE: Blasting News (http://br.blastingnews.com/tecnologia/2016/01/facebook-e-o-segundo-site-mais-acessado-do-brasil-e-do--mundo-00735429.html) Matéria publicada em 14de janeiro de 2016. Acesso em: 10 março 2017.
5 - FONTE: Portal Terra (https://tecnologia.terra.com.br/internet/facebook-mantem-lideranca-no-mapa-mundial-das-redes-sociais,d7ad63f478ee9019f3108ad3bede63f7ie6yg7w7.html) Matéria publicada em 22 de fevereiro de 2016. Acesso em: 10 março 2017.

sitivos móveis. Em seguida, ele já pode "adicionar amigos", se associar a grupos e seguir páginas de interesse.

Segundo Rocha (2016) diversos recursos viabilizam a disseminação e a troca de informação no *Facebook*, como o recurso de bate-papo. Além disso, as publicações e a possibilidade de compartilhamento também atuam como formas de propagação de informações. Para o autor, ao analisar o processo de interação observa-se que é possível este aparecer na forma síncrona e assíncrona por meio dos recursos disponibilizados pela plataforma, como*: chats*, *plug-ins* sociais, grupos, entre outros.

> Para que a interação ocorra de forma sincrônica, é necessário que os agentes estejam no mesmo momento temporal, online. Já na interação assincrônica, os agentes não estão no mesmo momento temporal, o que implica responder uma mensagem em um momento posterior, 62 quando for realizado o acesso ao Facebook (ROCHA, 2016, pp.61-62).

Neste contexto, Reader (2015) ressalta que

> the explosion of channels for public discourse enabled by the Internet and computer-mediated communication has created many new and interesting developments in the ways audience feedback can be solicited, gathered, sorted, used, and published (READER, 2015, p.26).

No *Facebook*, os meios de que se dispõe para verificar o *feedback* são, principalmente: a quantidade de "curtidas", reações dos usuários, engajamento manifestado nos comentários e compartilhamentos. Ao curtir determinada página o usuário se torna um seguidor. As possibilidades de comentar e compartilhar os conteúdos publicados por ela também são formas de interação a serem consideradas como um canal de retorno dessa plataforma.

Existem diversos instrumentos que proporcionam a interação no *Facebook*, além de se tratar de um espaço que confere visibilidade para as ideias e reivindicações da audiência. Para Rocha (2016), essas ferramentas de interação representam o grau de interesse do usuário em relação à mensagem, a saber:

> a) Curtir: representa um grau de interesse reduzido em relação à mensagem, comumente utilizado para sinalizar que o usuário visualizou o conteúdo, prestou atenção à mensagem, achou interessante a publicação, mas não provocou nenhum outro tipo de reação que não a de visualizar a mensagem.
> b) Comentar: representa um grau mais elevado de interesse em uma publicação, pois o usuário produz um conteúdo a partir da mensagem.
> c) Compartilhar: é o recurso de interação que permite que um usuário possa se apropriar de uma mensagem publicada por outro usuário, replicando, assim, o conteúdo dessa mensagem em sua própria rede (ibid., p.62).

Destaca-se ainda o *plug-in* "*reaction*". Liberado pelo *Facebook* em fevereiro de 2016, a função

permite uma interação diferente com as publicações, demonstrando a reação que determinado conteúdo desperta. As cinco opções são: 'Amei', 'Haha', 'Ual', 'Triste' e 'Grr' – como indicativo de raiva.

É importante ressaltar que essa interação entre a mídia e a audiência não é algo inédito. As "Cartas ao editor" já possibilitavam troca e discussão sobre determinado assunto, por exemplo. O que aconteceu foi que, com o advento da internet, a possibilidade de relação direta, em tempo real, entre mídia e público foi potencializada e a audiência deixou de ser participativa para se tornar interativa. Os usuários agora, não estão mais satisfeitos em apenas consumir as informações, eles querem intervir nas publicações – expondo seus pontos de vista –, avaliar o trabalho feito pelos meios de comunicação, questionar o que foi divulgado, dentre outros.

Ao analisar o comportamento da audiência é possível observar que muitos dos que interagem têm sentimentos acerca do objeto ou assunto em questão – e por isso, Reader (2015) destaca que *feedback* da audiência é muito mais complicado:

> Each original comment is a product of a unique person writing from a specific place within the cultural context of a particular time—even in the case of "astroturf" LTEs, in which individuals sign their names to memos that were pre-written by special-interest groups, the motivations to submit such feedback is often rooted in very individualized, personal beliefs and values (p.23).

De acordo com Recuero (2013), a audiência e o engajamento nem sempre são proporcionais. Ter mais pessoas conectadas a uma rede resulta em uma maior audiência potencial, mas não necessariamente real. O fato de existir mais gente conectada a determinada rede não significa que essas pessoas estão engajadas com a mesma. É preciso considerar o problema da atenção e, no caso do *Facebook*, a questão dos algoritmos de visualização.

> Quantos são usuários ativos, quantos realmente estão conectados no momento que você publica a informação, e quantos olham efetivamente o que foi publicado - no caso do Twitter, por exemplo, se seus seguidores seguem milhares de pessoas é bastante provável que suas mensagens recebam pouca ou nenhuma atenção por conta da concorrência, por exemplo [..] o algoritmo que determina quantos e quais entre os seus fãs realmente recebem suas mensagens na timeline (RECUERO, 2013, p.1).

Ainda segundo Recuero (2013), o engajamento não se resume simplesmente à audiência, mas sim à participação desta – resultado do envolvimento das pessoas entre si e com a marca como persona. "Esses usuários deixam de ser mera audiência e passam a ser construtores do discurso da marca também, porque replicam, comentam, discutem com os amigos e recomendam a marca ou o serviço" (ibid., p.1).

Cerqueira e Silva (2011) recorrem ao instituto de pesquisas norte-americano *Forrester Research* para definir engajamento como "o nível de envolvimento, interação, intimidade e influência que um indivíduo tem com uma marca ao longo do tempo" (p.5). Cada um destes quatro componentes do engajamento compreende dados coletados *on* e *offline* e representam uma forma de participação dos

indivíduos. Os autores apontam que;

> devido aos diversos pontos positivos trazidos, muitos especialistas buscam entender como obter o engajamento do público. Os autores então identificam algumas posturas que, de acordo com eles, se mostram importantes na hora de construir uma boa relação com a audiência a partir de ambientes digitais, sendo eles: "1) Entender o comportamento de quem se pretende alcançar; 2) Oferecer produtos, serviços e conteúdos relevantes; 3) Interagir; 4) Abrir espaço para a participação; 5) Gerar experiências" (CERQUEIRA e SILVA, 2011, p.5).

O grande número de curtidas registrado nas páginas do *Facebook* mostra a relevância da rede e seu poder de influência – o que reforça ainda mais o interesse em pesquisar sobre recepção e audiência nessa plataforma.

Destarte, o presente estudo visa retratar a audiência ativa da *fanpage* do "Sport Club Corinthians Paulista", analisando o engajamento dos seguidores com as publicações realizadas pelo clube. Para tal, o tópico seguinte realiza um breve histórico do clube e os principais meios de comunicação utilizados por ele.

SPORT CLUB CORINTHIANS PAULISTA

Um dos maiores clubes do futebol nacional, o Corinthians foi fundado em 1º de setembro de 1910. No bairro do Bom Retiro, por volta das 20h30, os pintores de parede Antônio Pereira e Joaquim Ambrósio, o sapateiro Rafael Perrone, o trabalhador braçal Carlos Silva e o motorista Anselmo Correia decidiram fundar um clube de futebol "que pudesse praticar o nobre esporte sem perder suas raízes da massa, do povo humilde e trabalhador ao qual pertenciam" (MARTINEZ, 2010, p. 11).

Já nos primeiros anos de sua história, o Corinthians tornou-se um dos times mais respeitados da várzea paulistana e em 1913, após passar por dois jogos eliminatórios, a equipe foi aceita na Liga Paulista de Futebol. Com o passar do tempo, a equipe do Bom Retiro foi acumulando campeonatos paulistas e conquistas patrimoniais – como a aquisição do terreno do Parque São Jorge em 1926 e a inauguração do Pacaembu, estádio que durante muitos anos foi casa do Corinthians.

As dificuldades sempre estiveram presentes na história do "Sport Club Corinthians Paulista". Em 1955, teve início um dos períodos mais sofridos da já centenária vida corinthiana. Foram 22 anos, oito meses e sete dias sem conquistar um título de expressão. Em 1977, porém, aconteceu a redenção da Fiel Torcida. O Corinthians chegou à final do campeonato paulista e enfrentou a Ponte Preta. Como relata Martinez (2010), vitória corinthiana no primeiro jogo, em 05 de outubro, num placar de 1x0. Na segunda partida, vitória da Ponte Preta, de virada, 2x1. O terceiro e derradeiro jogo aconteceu no dia 13 de outubro de 1977, e o gol da vitória saiu apenas aos 36 minutos do segundo tempo.

> O lance começou quando o lateral-direito Zé Maria levantou a bola na área,

> Basílio resvalou nela de cabeça e a bola acabou sobrando para Vaguinho na esquerda. Ele soltou uma bomba de canhota e a bola caprichosamente explodiu no travessão [...] no rebote a bola voltou para o então garoto Wladimir tocar de cabeça, e o que parecia um gol certo acabou parando no zagueiro Oscar, que em cima da risca salvou a cabeçada de Wladimir [...] A bola sobrou para os pés salvadores do Pé de Anjo Basílio encher o pé de primeira, da marca do pênalti (MARTINEZ, 2010, p. 140).

Um dos destaques da história do "Sport Club Corinthians Paulista" é a "Democracia Corinthiana", vivida na década de 1980. De acordo com o site oficial do time paulista, "o movimento visava maior participação dos jogadores e demais empregados do clube nas decisões do Departamento de Futebol" [6]. Segundo afirma Martinez (2010) "em um período difícil de ditadura militar, quando não era permitido falar, pensar ou até mesmo sonhar, o Corinthians mostrou que era possível viver em um mundo livre" (ibid., p. 167). O autor complementa, ao relatar que

> A Democracia Corinthiana tinha como princípio básico a igualdade em todos os sentidos, ou seja, era exatamente aquilo que todo brasileiro sonhava para o país mas só conseguia enxergar de fato dentro dos limites do Parque São Jorge. No movimento, tudo era votado: contratações, dispensas, escalações da equipe, concentrações, viagens, enfim, tudo que fosse de interesse geral do grupo passava pelo crivo da "Democracia Corinthiana" (MARTINEZ, 2010, p. 168).

Já em 2006, a equipe do Parque São Jorge deu início a um dos capítulos mais marcantes e tristes de sua história. A parceria com a "Media Sports Investments" - a MSI, entra em crise e o Corinthians termina o ano com uma dívida de 90 milhões de reais[7], brigando para não ser rebaixado no campeonato nacional.

No ano seguinte, 2007, a equipe vive o pior episódio de sua história: o rebaixamento à série "B" do campeonato brasileiro. Apesar do clube ter sido rebaixado para a segunda divisão do campeonato, realizou uma ótima campanha e conquistou o título com quatro rodadas de antecedência[8].

Bons momentos também fizeram parte da história do clube paulista. Os anos 1970 ficaram marcados pelo maior deslocamento humano do futebol, a "Invasão Corinthiana", quando cerca de 80 mil torcedores invadiram o Rio de Janeiro para assistir a semifinal do Campeonato Brasileiro entre Corinthians e Fluminense em 1976[9]. O ano seguinte trouxe a libertação corinthiana com a conquista do Paulistão em 1977 – o que colocou um fim ao longo período sem títulos.

A equipe do Parque São Jorge acumulou durante os seus 106 anos de história diversas conquistas marcantes, como o bicampeonato brasileiro em 1998/1999 em cima dos mineiros Cruzeiro e Atlético, respectivamente, além do tetracampeonato em 2005, sob o comando de um dos principais ídolos do clube, Carlitos Tevez. Nos anos 2000, a equipe conquistou o "Mundial de Clubes" – título polêmico,

6 - FONTE: Site oficial do Corinthians (http://www.corinthians.com.br/site/clube/historia/) Acesso:22 de maio de 2015.
7 - Fonte: Site MeuTimão.com (http://www.meutimao.com.br/historia-do-corinthians/fatos-marcantes/a_era_msi) Acesso em 15 março 2017.
8 - Fonte: Site oficial do Corinthians (http://www.corinthians.com.br/site/clube/historia/) Acesso em 15 março 2017.
9 - Fonte: Site oficial do Corinthians (http://www.corinthians.com.br/site/clube/historia/) Acesso em 15 março 2017.

mas reconhecido pela FIFA. Em 2012, o Corinthians conquista o tão sonhado título da "Libertadores da América" de forma invicta e mais um "Mundial de Clubes".

Em 2014 o time do Parque São Jorge realiza mais um sonho de sua torcida ao inaugurar a "Arena Corinthians" em Itaquera, zona lesta de São Paulo. Para Piovan e Cesar (2012), a torcida sempre foi a maior conquista do "Sport Club Corinthians Paulista". Segundo os autores, "sempre foi única, desde a sua fundação. Claro, no princípio, o número de torcedores era ínfimo, não havia torcida organizada, nada disso. Depois, já no Parque São Jorge, os grupos se uniam, não com o espírito de uma torcida organizada" (PIOVAN e CESAR, 2012, p. 245).

Visando comunicar com o seu público e despertar um engajamento cada vez maior, o Corinthians faz uso de diversos canais. Além do site oficial do clube, o time possui perfis nas redes sociais *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. No *Facebook*, inclusive, o clube é pioneiro na adesão ao *bot* no *Messenger* (local onde oferece produtos, envia vídeos e evita que o conteúdo criado para os torcedores se perca no *feed* de notícias, por meio da plataforma *ChatClub* criada pela *Movile*). O time paulista dispõe também de um canal no *Youtube* onde são mostrados os treinos, bastidores e melhores momentos dos jogos, entrevistas exclusivas, além de outros conteúdos.

O Corinthians possui ainda *Whatsapp* e *Telegram*, canais onde o torcedor tem acesso a todo o conteúdo produzido pela equipe nas redes sociais como fotos e vídeos dos treinamentos e jogos. O último lançamento da equipe do Parque São Jorge, foi o perfil no *Spotify*, onde os usuários podem acessar gratuitamente *playlists* com curadoria do time e dos jogadores, com suas músicas preferidas.

METODOLOGIA E COLETA DE DADOS

A metodologia adotada para o presente trabalho divide-se em pesquisa bibliográfica e análise de métodos digitais. De acordo com Gil (2009), a pesquisa bibliográfica é aquela que se desenvolve a partir de material já elaborado, "construído principalmente de livros e artigos científicos" (ibid., p. 50). Será feito ainda um levantamento teórico sobre os assuntos abordados, como a audiência e um breve histórico do "Sport Club Corinthians Paulista". Freire (2016) destaca que

> as redes sociais estão entre as redes mais estudadas por meio dos métodos digitais e que "a raspagem de dados realizada via ferramentas de MD explora esta disponibilização de dados públicos. Tanto em redes sociais quanto nas demais plataformas digitais – como sites em geral, aplicativos para dispositivos móveis, lojas de aplicativos, livros eletrônicos, etc – pode-se aplicar os métodos digitais. Basta, para isso, que se tratem de meios online, que se apropriam das características desta ecologia para desenhar suas ações e (re)posicionar seus atores (FREIRE, 2016, p.409-410).

O presente artigo propõe-se a analisar a participação da audiência na página oficial do Corin-

thians no *Facebook*. Busca-se verificar quais assuntos provocam maior interação por parte dos seguidores e os tipos de publicação que despertam maior interesse nessa audiência. Para isso, procedeu-se a um estudo de caso que, segundo Gil (2009), consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos.

Para a coleta de dados foi utilizado o aplicativo "Netvizz" – que permite a raspagem de dados de páginas e grupos abertos no *Facebook*. Esse aplicativo indica estatísticas básicas diárias das postagens, quantidade de curtidas, comentários e compartilhamento dos *posts*, tipo de publicações que despertam maior interesse e interações dos seguidores, entre outros dados. O período analisado foi de 19 a 25 de fevereiro de 2017 e foram explorados 62 *posts* publicados nesse intervalo. Para a etapa seguinte, o "Tableau" – *software* de análise e visualização de dados – foi utilizado de modo a compreender os movimentos realizados pelos seguidores na página do *Facebook*, por meio do cruzamento de dados coletados.

Depois de realizada a raspagem dos dados, foram desenvolvidos gráficos com representações das atividades na rede – como postagens, compartilhamentos e comentários – permitindo inferir os sentidos dessas atividades na construção da relação entre a página oficial do Corinthians e a audiência.

ANÁLISE DOS DADOS

O perfil do "Sport Club Corinthians Paulista" no *Facebook* é, atualmente, dentre os clubes de futebol brasileiros, a página com maior número de seguidores, com 11.143.562 curtidas[10].

Durante o período analisado, foram realizadas 62 publicações, com atualizações diárias. A média de postagens diárias durante o período de análise foi de 8,85 *posts*. As datas que mais tiveram publicações foram: o dia da partida do jogo contra o Palmeiras (22 de fevereiro de 2017) e o dia seguinte ao clássico (23 de fevereiro de 2017) – com 12 e 18 postagens, respectivamente.

Visando descobrir quais publicações mais despertavam o interesse dos seguidores, considerando as mais diversas formas de interações (curtidas, comentários, reações e compartilhamento), observou-se que as postagens sobre lances dos jogos despertavam um maior engajamento da audiência.

Durante o período da análise, as três publicações que mais se destacaram nesse quesito referiam-se ao clássico contra o Palmeiras – considerado o maior rival da equipe alvinegra. Como pode ser observado na imagem a seguir, a publicação que informava o gol do Corinthians na partida, único gol do clássico, foi a que despertou maior *feedback* da torcida, com 154.554 interações.

10 - Dados obtidos dia 17/03/2017

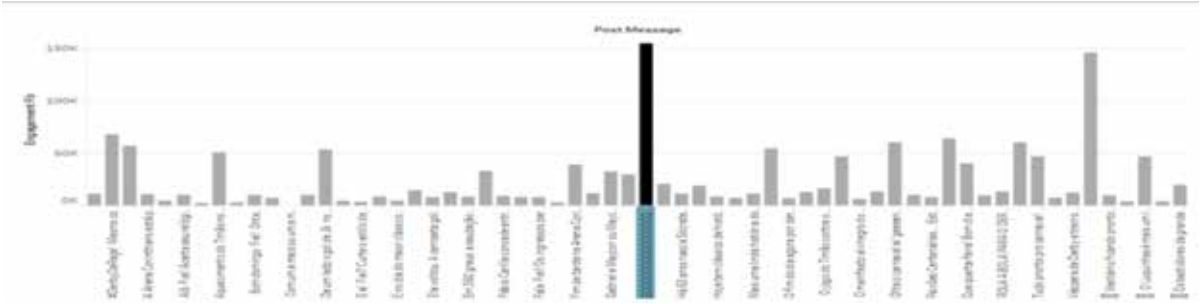


Gráfico 01 – Publicação com maior engajamento da audiência
Fonte: Autoria própria.

Figura 1: Publicação da *fanpage* sobre o gol no clássico
Fonte: dados da pesquisa.

Além de se tratar do maior rival do time do Parque São Jorge, a partida contra o Palmeiras era o centésimo clássico entre as equipes – o que potencializou o apelo emocional em torno do jogo. Além disso, a utilização do vídeo aumenta a visibilidade do torcedor e referência à torcida, ampliando o potencial emotivo da publicação e sua repercussão.

O recurso de fotos foi o mais utilizado pela página do Corinthians, aparecendo em 36 das 62 publicações, pois, ainda que os vídeos sejam o recurso que desperta maior interesse da audiência e os que possuem maior número de comentários e compartilhamentos – tendo sido utilizados em 24 *posts*, as fotos recebem grande número de "curtidas".

É preciso considerar nesse contexto que houve um crescimento significativo no consumo de vídeo *online* no Brasil. De acordo com a Score, inclusive, o brasileiro é, na América Latina, o que mais consome vídeo, com cerce de 86% dos internautas do País[11].

11 - Fonte: Site DP6 (http://www.dp6.com.br/consumo-de-videos-online-crescimento-e-desafios/) Matéria publicada em 12 de agosto

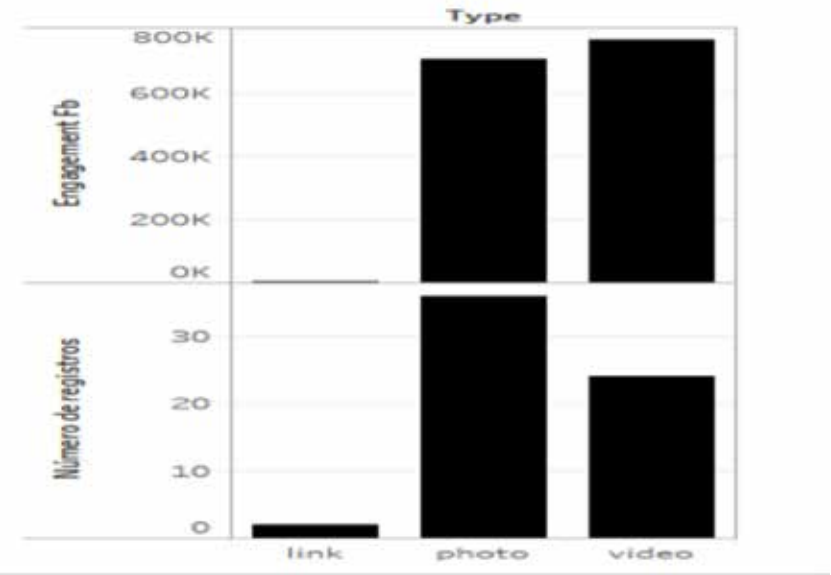


Gráfico 02 – Tipo de publicação mais utilizado e com maior engajamento
Fonte: Autoria própria.

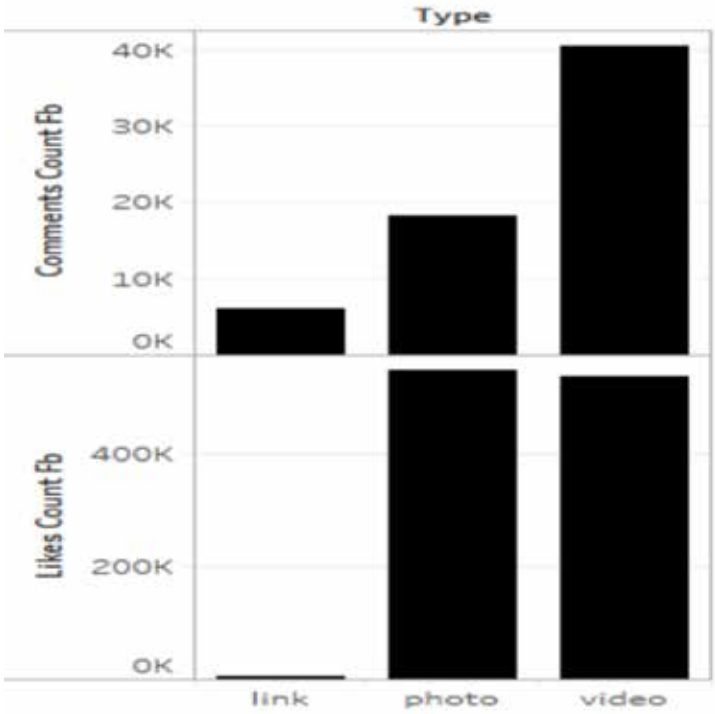


Gráfico 03 – Tipo de publicação mais curtida e mais comentada
Fonte: Autoria própria.

A publicação com mais curtidas no período de análise foi a mesma que provocou maior engajamento da audiência. Trata-se do *post d*o gol do atacante Jô, responsável pela vitória do Corinthians no clássico contra o Palmeiras. A postagem com maior número de comentários, no entanto, é diferente.

de 2015. Acesso em: 17 mar. 2017.

Trata-se de um vídeo do aquecimento da equipe corinthiana antes do jogo contra o rival alviverde. Com 8.694 comentários, os dados sobre essa publicação é trazida pelo gráfico acima.

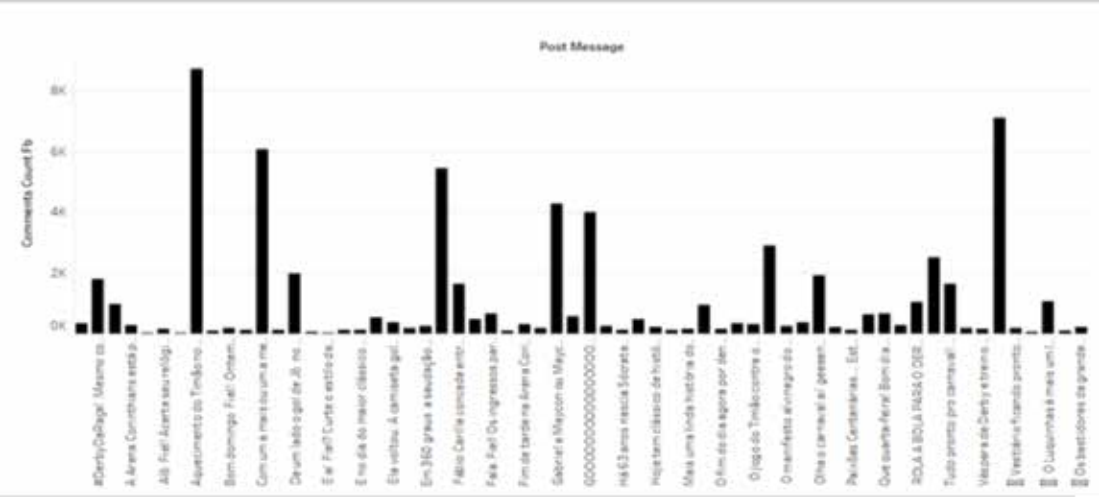


Gráfico 04 – Publicação mais comentada pelos seguidores
Fonte**:** Autoria própria.

Figura 2: Publicação da *fanpage* sobre o aquecimento dos jogadores
Fonte: dados da pesquisa.

Durante o período de análise, 64.948 comentários foram gerados pelas publicações, uma média de 1.047,5 comentários por *post*. A maioria dos casos refere-se a incentivos para os jogos, declarações de amor e apoio ao clube e comentários acerca da atuação dos jogadores. A página não responde nenhum comentário, ficando a interação por conta dos demais torcedores, como mostra a imagem a seguir.

Figura 3: Torcedores interagem uns com os outros nas publicações
Fonte: dados da pesquisa.

Como mostra o gráfico abaixo, a forma mais utilizada pela audiência para interagir com as publicações foram as "reações". Essa forma de interação foi usada 1.248.088 vezes – resultando numa média de 20.130 reações por *post*. Entre elas, "amei" é a mais usada pelos seguidores com 91.174 usos. A reação que obteve menor aparição foi a "grr" – representação de raiva – com 628 usos. As curtidas também tiveram um número expressivo de utilização: 1.089.651 *likes* no período analisado.

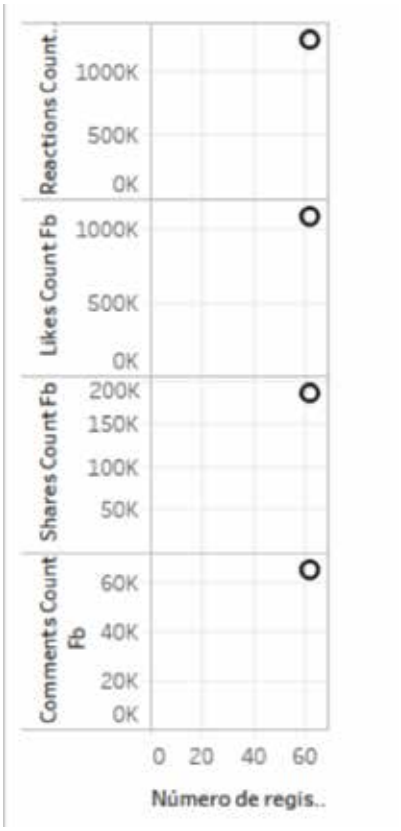


Gráfico 05 – Formas de interação mais usadas pela audiência
Fonte: Autoria própria.

A partir da coleta dos *posts* da página oficial do Corinthians, realizou-se um levantamento das palavras mais reincidentes nas postagens observadas. Foram descartados conectivos e palavras sem significado isoladamente como: que, para, como etc. Desta forma chegou-se à seguinte conclusão: as palavras mais usadas durante do período de análise fazem referência ao clássico diante do Palmeiras, como a *hashtag* "Derby centenário" e a *hashtag* "Vai Corinthians", que marca o incentivo da torcida nos jogos do clube.

Gráfico 06 – Nuvem de *tags* das postagens da página
Fonte: Autoria própria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa realizada conclui-se que o perfil do Corinthians no *Facebook* utiliza-se de mídias como foto ou vídeo nas suas publicações, o que tende a atrair o olhar, e consequentemente chamar mais atenção do público. Observou-se ainda que as reações, principalmente as "curtidas" são o meio de interação mais utilizado pelos seguidores e as postagens com fotos são as mais curtidas pela audiência. No entanto, observou-se que são os *posts* com vídeo que geram maior número de comentários e compartilhamentos. No que diz respeito aos comentários – que em sua maioria são incentivos para os jogos e declarações de amor ao clube – o Corinthians falha por não responder a interação, que fica por conta dos outros seguidores.

Durante o período de análise, as publicações que se referiam ao jogo contra o Palmeiras foram as que despertaram maior interesse da audiência. Além de se tratar do arquirrival do clube alvinegro, o clássico foi o centésimo da história entre as equipes, ficando marcado pela *hashtag* "Derby centenário" – que inclusive se destacou na nuvem de *tags* como uma das expressões mais reincidentes. Verificou-se ainda que após o término do jogo, novas *hashtags* foram criadas e reproduzidas pelos seguidores, como "Derby eterno" e "Derby da raça" – esta última fazendo referência ao fato do time do Parque São Jorge ter vencido o rival mesmo com um jogador a menos.

Dos 62 *posts* analisados, cinco se referiam a anúncio de produtos do Corinthians. Essas publicações, contudo, não despertaram grande interesse na audiência, obtendo uma média de 4.179 curtidas por postagem, enquanto o principal *post* obteve 104.318 curtidas. Outro dado que chama atenção com relação a essas publicações é o fato de que todas foram realizadas entre a véspera e o dia seguinte ao jogo contra o Palmeiras. Das cinco, quatro falavam sobre a partida (sugerindo a compra das camisas para assistir ao jogo, tanto na véspera, quanto no dia da partida) e uma referia-se à comemoração da vitória – no dia seguinte ao clássico. Os comentários, em sua maioria, incentivavam o time para o jogo e elogiavam os produtos.

É comum a página do Corinthians desejar "Bom dia" a seus seguidores com vídeos a respeito do jogo do dia anterior – desde que se trate de um vitória – ou com fotos da torcida. No período de análise da presente pesquisa, publicações como essa ganharam destaque – em especial a que trazia a foto de um bebê vestindo macacão e boné do Corinthians, afirmando que ele era mais um louquinho para o bando (referência ao "Bando de Loucos", como a torcida corinthiana gosta de ser chamada). Pode-se dizer que esse tipo de publicação destaca a inocência das crianças e despertam nos torcedores o sentimento de continuidade da paixão, gerando um bom engajamento da audiência.

Considerando os pressupostos de Cerqueira e Silva (2011), a *fanpage* do Corinthians cumpre três dos cinco procedimentos citados pelos autores, oferecendo produtos, abrindo espaço para a participação do público e entendendo o comportamento de quem se pretende alcançar. No entanto, o perfil oficial do clube do Parque São Jorge no *Facebook* falha ao não interagir com a audiência e não dar continuidade à geração de novas experiências.

Por fim, conclui-se que os seguidores da página do Corinthians no *Facebook* usam esse espaço

para, além de incentivar o time e declarar o seu amor a ele, avaliar e cobrar os jogadores, diretoria e comissão técnica. Observou-se ainda que cada mídia utilizada nas publicações desperta, em maior ou menor número, uma determinada forma de interação. E pode-se notar ainda que a audiência, nesse caso, está mais interessada pelos *posts* que se referem a lances dos jogos da equipe paulista.

REFERÊNCIAS

CERQUEIRA, Renata; SILVA, Tarcizio. **Marcas e engajamento digital:** algumas considerações. In: GOMES, Wilson; REIS, Lucas (Org.). Publicidade Digital: Formatos e Tendências da nova fronteira publicitária. Salvador: P&A Editora, 2011. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/tarushijio/marcas-engajamento-digital-algumas-consideracoes>. Acesso em 13 mar. 2017.

CORINTHIANS, **Site Oficial**. Disponível em: <http://www.corinthians.com.br/site/home/>. Acesso em: 16 mar. 2017.

Facebook Brasil. Página oficial. Disponível em: https://www.facebook.com/FacebookBrasil/. Acesso em: 13 mar. 2017.

FREIRE, Marcelo. **Sobre o que ogram os veganos?** Uma análise das atividades do grupo Ogros Veganos no Facebook. In: Revista Razón y Palabra, Equador, 2016. Disponível em: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/viewFile/714/728>. Acesso em: 17 mar. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2009.

HIGHFIELD, Tim; LEAVER, Tama. **Instagrammaticsand digital methods**: studying visual social media, fromselfiesandGIFstomemesandemoji. In: Communication ResearchandPractice, 2:1, 47-62, 2016.

Mapa iRedes: **Mapa de las Redes Sociales y Otros Servicios em La Nube**, 2016. iRedes. Disponível em:<http://www.iredes.es/mapa/>. Acesso em: 10 mar. 2017.

MARTINEZ, André. **Centenário do Corinthians**. São Paulo: Larousse, 2010.

PIOVAN, Marco; CESAR, Newton. **Corinthians Eterna Paixão**. São Paulo: Magma, 2012.

READER, Bill. **Audience Feedback in the News Media**. Nova Iorque: Routledge, 2015.

RECUERO, Raquel. **Engajamento x Audiência no Facebook: uma breve discussão**. Pelotas: 2013. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/03/engajamento-x-audiencia-no-facebook.html>. Acesso em 12 mar. 2017.

ROCHA, Anderson Silva.**Os movimentos sociais do Recôncavo Baiano no ciberespaço**: Um estudo dos fluxos de informação no recurso de grupos do Facebook.2016. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Instituto de Ciência da Informação, UFBA, Salvador, 2016. Disponível em: <http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/bitstream/ri/20969/1/Anderson%20Rocha%20-%20Disserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em 13 mar. 2017.

SANCHEZ, Andrés; OLLER, Tadeo Sanchez. **O Mais Louco do Bando**. São Paulo: G7 Books, 2012.

NÃO HÁ NADA A FAZER, AINDA RESTA ALGO A SER FEITO:

Ditadura, jogos digitais e memória da tortura no país

Rodrigo Campanella Gonçalves Barbosa
(Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais; rodrigo.pilula@gmail.com)

Leylianne Alves Vieira
(Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais; leylianne.av@gmail.com)

RESUMO

A "Ilha do Presídio", localizada em Porto Alegre, guarda em sua memória traços da ditadura militar brasileira, tendo recebido presos políticos entre os anos de 1964 e 1983. Após os trabalhos da Comissão Estadual da Verdade, o lugar foi tombado como patrimônio. Neste processo, um grupo de estudantes criou o jogo *Prison Island*, tendo como mote as buscas por provas de torturas e assassinatos naquele lugar. Utilizamo-nos da análise exploratória para avaliar como se dá a ressignificação dos acontecimentos proposta pelo jogo. A imersão/incorporação proposta pelo jogo mescla passado e presente, chamando a jogadora a assumir o papel de uma pesquisadora da Comissão que se vê lançada de volta ao momento das torturas. O jogo utiliza mecanismos e regras que buscam consolidar a compreensão do terror e dos abusos do militares no poder, mas, simultaneamente, permite que a agência da jogadora possa interferir na violência que se desenvolve(u) ali. Como conclusão, propomos que o jogo aciona um lugar de memória e o coloca em um cenário de disputa pela memória, fazendo perceber as tensões sociais que envolvem a memória da ditadura e a relação passado e presente.

PALAVRAS-CHAVE

Jogos digitais; Ditadura; Memória; Imersão; Agência.

ABSTRACT

The "Ilha do Presídio", located in Porto Alegre, keeps in its memory traces of the Brazilian military dictatorship, since it has received political prisoners between the years of 1964 and 1983. After the works of the State Commission of Truth, the place was registered as a patrimony. In this process, a group of students created the game Prison Island, having as motto searches for evidence of torture and murders in that place. We used exploratory analysis as a framework to evaluate how the resignification of events is proposed in the game. The immersion / incorporation proposed by the game mixes past and present, calling the player to assume the role of a researcher of the Commission that is thrown back to the moment when the tortures occurred. The game uses mechanics and rules that seek to consolidate comprehension about the terror and the abuses of the military in power, but at the same time allows the player's agency to interfere with the violence that develops there. As a conclusion, we propose that the game triggers a place of memory and install it in a scenario here

there is disputes for memory, making clear the social tensions that involve the memory of the dictatorship and the relationship between past and present.

KEYWORDS
Digital games; Dictatorship; Memory; Immersion; Agency.

INTRODUÇÃO

No ano de 2014, o golpe que deu início à ditadura militar brasileira completou 50 anos. Naquela ocasião foram encerrados os trabalhos da Comissão Nacional da Verdade (CNV) que instaurada dois anos antes, entregou seu relatório final por meio de um documento dividido em três tomos – com histórias, personagens, lugares e outros elementos relacionados com o período. O evento retomou a discussão, sempre morna no âmbito das políticas públicas brasileiras, acerca da justiça em torno dos crimes cometidos durante os anos de regime ditatorial.

Desde então, e assim como acontece em outras 'datas redondas', tem sido lançados materiais midiáticos sobre o regime e o período do golpe de 1964. Entre especiais multimídia, livros de memória e coletâneas de artigos acadêmicos, destacamos a presença de jogos digitais que retomam o período militar como ambiente para suas ações. Mesmo no campo jornalístico, alguns dos especiais publicados continham peças do tipo[1], os chamados *newsgames*, importantes para a construção do conhecimento que partilhamos socialmente sobre a ditadura militar.

Dando continuidade ao período de fértil retomada da memória do momento de repressão vivido no país a partir dos anos 1960, em 2016 um grupo de estudantes gaúchos lançou a primeira versão de "A Ilha do Presídio" – com título ainda em português – um jogo em primeira pessoa, que articula terror psicológico e um reconhecido local de tortura do Rio Grande do Sul, de mesmo nome. Em 2017, os desenvolvedores lançaram uma segunda versão do jogo, agora a partir de uma releitura inspirada pelos trabalhos da CNV, com o título internacionalizado para "*Prison Island*".

Tendo como objetivo analisar este jogo no contexto de disputas pelas memórias, utilizamo-nos de uma análise exploratória com o propósito de identificar de que forma os acontecimentos e o próprio espaço físico da "Ilha do Presídio" foram acionados na construção do *game*. Neste processo, executamos todo o jogo, buscando por referências ao espaço e à história do local, de modo a verificar de que forma se deu a ressignificação de um passado, que no tempo presente, segue tencionando as relações sociais e de poder no país.

1 - Como exemplos, temos que o portal Uol lançou o jogo '50 anos do golpe' e a revista Superinteressante disponibilizou o jogo 'De volta a 1964 – Sua vida em tempos de ditadura', ambos, infelizmente, indisponíveis no momento desta publicação.

"ILHA DO PRESÍDIO": MEMÓRIA E LUGAR NO RIO GRANDE DO SUL

A "Ilha das Pedras Brancas" é uma formação rochosa localizada no Lago Guaíba, distante poucos quilômetros de Porto Alegre. Segundo registros, o local foi utilizado durante a Revolução Farroupilha (entre 1835 e 1845) para facilitar a travessia fluvial pelos farrapos. Entre os anos de 1857 e 1860 foi construída ali uma edificação onde funcionou a 4ª Casa de Pólvora de Porto Alegre, administrada pelo Exército e desativada em 1930, ocasião na qual a formação ficou conhecida popularmente como "Ilha da Pólvora". Em 1940, a ilha passa à administração do Estado e entre os anos de 1947 a 1948, abrigou a realização de pesquisa animal pelo Laboratório Desidério Finamor.

Em meados dos anos 1950, a região passa a ser utilizada como presídio, recolhendo jovens que haviam cometido crimes leves e pessoas com problemas mentais, independentemente da idade. Na década seguinte, com o início da ditadura militar, passa a recolher, muitas vezes de forma ilegal, acusados de crimes políticos, perseguidos do regime. Estima-se que mais de cem pessoas tenham sido detidas ali durante o período. Fechado temporariamente em 1973, após denúncias da realização de torturas, o local foi reaberto em 1980. O presídio só veio a ser definitivamente desativado em 1983, e a ilha passou a ser conhecida como "Ilha do Presídio", alcunha que a acompanha até hoje[2]. O local foi utilizado para detenção especialmente porque dificultava a fuga de prisioneiros – uma vez que se encontrava cercado por água. Ao longo dos anos, inclusive, poucas pessoas arriscaram escapar da ilha[3].

Após as investigações realizadas pelas Comissões Nacional e Estadual da Verdade, ainda em 2014 a "Ilha das Pedras Brancas" foi incluída no livro de tombamentos do Instituto de Patrimônio Histórico do Estado, passando a ser considerada Patrimônio Histórico, Cultural e Arqueológico. De acordo com a página da Secretaria de Cultura do Rio Grande do Sul, o lugar é permeado por valores culturais, nos âmbitos natural, arqueológico, arquitetônico e histórico, justificando o tombamento (ILHA..., 2014). Por ocasião do evento solene, o então governador do estado, Tarso Genro, afirmou que a ação contribuiria para a recuperação do espaço e da memória dos cidadãos, como uma forma de impedir que atos hediondos como aqueles ali realizados se repetissem (ILHA..., 2014).

Ao outorgarem a ilha um título que autoriza entender e perceber o lugar como um ponto de especial interesse para a história do país, do estado e da ditadura militar brasileira, podemos trabalhar com a "Ilha das Pedras Brancas/da Pólvora/do Presídio" como um lugar de memória, nos termos definidos por Pierre Nora (1993). Cabe destacar o tom crítico que o autor nos leva a conceber o conceito: "há locais de memória porque não há mais meios de memória" (NORA, 1993, p. 7). Ao passo que temos dificuldade para lembrar aquilo que aconteceu, necessitamos que as marcas nos lembrem, continuamente, os acontecimentos daquele lugar .

É visível a relevância da "Ilha das Pedras Brancas" na história do Rio Grande do Sul e mesmo para a história do nosso país. Nos últimos anos, inclusive, algumas iniciativas de retomada do sentido social daquele espaço puderam ser observadas. Aqui destacamos duas: em 2011, a "Tribo de Atuadores Ói

2 - Para mais informações, acessar MENEGHETTI (2015). Disponível em: <http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=184677>. Acesso em: 5 out. 2017.

3 - A fuga mais conhecida da Ilha do Presídio foi realizada por Julio Petinelli, que aproveitou a distração dos guardas e fugiu utilizando uma panela e uma colher de pau para atravessar o lago até a terra firme, contudo foi preso novamente ao chegar.

Nóis Aqui Traveiz" encenou, em meio ao que resta fisicamente do presídio, a peça "Viúvas - Performance sobre a ausência - Trabalho em andamento", texto assinado pelo dramaturgo chileno Ariel Dorfman. A encenação aborda a experiência daqueles que tiveram familiares, amigos, conhecidos usurpados do convívio social pelos agentes da repressão[4]. Os expectadores são levados à Ilha durante a noite e experienciam a narração do sofrimento de uma comunidade em que todos os homens desaparecem. Cadeiras vazias, carregadas pelos atuadores, representam o peso das ausências.

No ano seguinte, 2012, a Secretaria de Turismo da cidade deu início a passeios na ilha. Distribuídos ao longo de cinco viagens, o local recebia diariamente cerca de 120 turistas, sempre acompanhados por um historiador e um ambientalista. O caso abre espaço para lermos a ação ao menos por duas vertentes: em primeiro lugar, poderíamos dizer que tratou-se de uma abertura para a aproximação, por parte daqueles dos interessados – espécie de configuração e significação da memória do Rio Grande do Sul – tendo como elemento construtor a narrativa de um espaço que, ao mesmo tempo em que faz parte da paisagem porto-alegrense, carrega um imaginário de tortura e repressão; em segundo lugar, a utilização da memória da cidade como forma de gerar riqueza no ramo do turismo, explorando a imagem de um lugar que remete ao sofrimento vivido por muitos naquele lugar.

No entanto, ao observarmos o cenário de forma mais ampla, são apropriações como estas que vão construindo o significado do lugar, trazendo estas imagens para o espaço público, lembrando aos personagens da cena pública que há um valor para além do histórico naquele espaço. Este jogo que se estabelece entre memória e representação, memória e história, memória e cidade, faz perceber que são estas 'tentativas de lembrança' que mostram que temos por hábito esquecer o que aconteceu. Assim, assumimos a memória no sentido de uma 'memória compartilhada', um produto de interações que se dão a partir de marcos sociais e de relações de poder (JELIN, 2002) e que insistem em serem lembradas: nosso passado ditatorial faz parte do presente.

Voltando a Nora (1993):

> [...] o movimento que nos transporta é da mesma natureza que aquele que o representa para nós. Se habitássemos ainda nossa memória, não teríamos necessidade de lhe consagrar lugares. Não haveria lugares porque não haveria memória transportada pela história. (ibid., p. 8).

É necessário que exista a "vontade de lembrar", quer por parte do poder público, quer por parte dos cidadãos. É a "vontade de lembrar" que faz de um lugar de história, um lugar de memória.

É neste cenário que encontramos a iniciativa de um grupo de jovens estudantes de criar um jogo digital ambientado na "Ilha do Presídio". Eles não viveram os anos de ditadura, mas presenciam este momento de retomada memorialística em que há certa discussão sobre os acontecimentos daquela época. Podemos estabelecer o ponto de partida no ano 2014, data em que golpe completava 50 anos e a Comissão Nacional da Verdade encerrava suas atividades. Encaramos a criação do game *Prison Island* como fato relevante para a construção da memória da ditadura, ao mesmo tempo em que é um

4 - Para mais informações, ver BARCELLOS JÚNIOR, 2011. Disponível em: <http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=52343>. Acesso em: 5 out. 2017.

marco, talvez, para novas discussões sobre possibilidades para lidarmos com a memória a partir de uma experiência que se faz construída e reconstruída digitalmente.

"ILHA DO PRESÍDIO": DUAS FORMAS DE COMEÇAR, UMA DE LEMBRAR

A primeira versão do *game*, lançada em 2014, trazia como personagem principal uma jornalista que estava a caminho da "Ilha do Presídio" para realizar uma reportagem e, no percurso, perde-se dos demais integrantes da equipe. Toda a visão do ambiente ao qual a jogadora tem acesso é a imagem gravada pela câmera que a repórter carrega. Devem ser recolhidas pequenas cargas de bateria para a câmera, dispersas ao longo dos cenários. Caso a câmera descarregue, o jogo acaba.

Ao realizar uma incursão pelo edifício, a jornalista percebe fantasmas que remetem à tortura ali realizada – espécies de demônios que também podem levar ao fim do jogo, caso ataquem o avatar e não seja possível fugir do campo de ação do atacante. Além disso, a repórter precisa encontrar uma série de elementos que seriam utilizados em um ritual de libertação de um personagem fictício.

Na segunda versão do jogo, também uma versão demonstrativa reduzida lançada em setembro de 2017, o avatar da jogadora passa a ser uma pesquisadora da Comissão Nacional da Verdade que visita a ilha para investigar os acontecimentos que circundam o desaparecimento de um ex-militar. A história baseia-se no assassinato do sargento Manoel Raimundo Soares, encontrado morto no lago ao redor da ilha após passar cinco meses detido no presídio, de forma absolutamente ilegal. O corpo de Manoel estava com as mãos amarradas, ficando conhecido como "O caso das mãos amarradas".

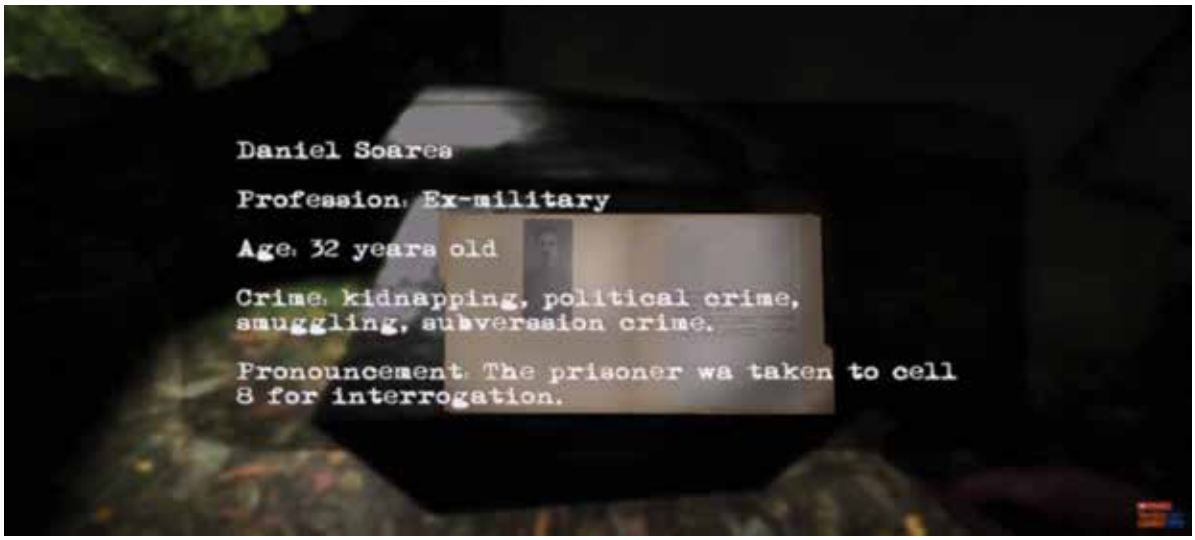


Figura 1 - Ficha de Daniel Soares
Fonte: acervo dos autores

Ao iniciar o jogo, a chegada na ilha acontece pelo cais esfumaçado em que atraca a barca que leva a jogadora. A escuridão ocupa a maior parte da tela e só é possível enxergar claramente aquilo

que é iluminado pelo pequeno feixe de luz da lanterna carregada pela protagonista – numa mecânica visual de jogo que remete a títulos de grande repercussão como *Slender* e *Amnesia* e que contribui para o estabelecimento do clima de terror do jogo. Antes de alcançar o prédio principal da ilha, é possível andar por uma curta área gramada e encontrar, em local de destaque iluminado por um gerador, a ficha (Figura 1) indicando a prisão do sargento, motivo da investigação[5]. Ao pegar a ficha, a imagem na tela fica borrada e gritos são ouvidos. Ao subir as escadas de pedra que permitem a entrada no presídio, aparecem as primeiras pichações nas paredes com nomes, apelidos e algumas datas próximas do presente, emulando mensagens deixadas nas paredes por visitantes mais recentes da ilha.

Ao avançar um pouco mais no prédio, em uma das primeiras salas a serem percorridas, a jogadora encontra uma segunda lanterna com luz ultravioleta, que em breve deverá ser usada. As mensagens grafadas nas paredes das salas agora remetem a um período de violência, falando de sofrimento, esquecimento, solidão e dor extrema. Uma porta com grades leva até um corredor com diversas celas abertas e abandonadas, principal ambiente dessa versão demonstrativa. Ao entrar por esse corredor, marcas de passos em sangue aparecem no chão indicando uma cela específica. Ao chegar à cela, o ambiente passa por uma transformação e voltamos a um momento no passado – móveis aparecem na tela enquanto a imagem fica borrada. Ao andar até o fim do corredor e entrar na sala lateral, ouvimos vozes afirmando que irão levar alguém para a enfermaria. No fim do corredor, encontramos uma cadeira de rodas que conduz a jogadora à ante-sala do corredor de celas.

Neste momento, a luz dos ambientes fica avermelhada, as celas estão trancadas e cheias de móveis amontoados e manchas de sujeira e sangue se espalham pelas paredes: o jogador é levado de volta para a "Ilha do Presídio", nos tempos de tortura. Presente e passado são sobrepostos, de forma que a jogadora imerge na carga de significações que aquele lugar reúne. Ao usar a lanterna ultravioleta é possível ver inúmeras marcas e jatos de sangue acumulados por todos os cantos. No corredor de celas há também uma sala, fechada por um cadeado com segredo numérico, que parece esconder uma cena de violência. Os números do código para abrir o cadeado estão escritos com sangue, sendo este o desafio da demonstração: encontrar a chave de acesso e descobrir o que está escondido por trás daquela porta.

5 - Em contraposição ao caso que inspira a narrativa do jogo, a prisão do ex-militar em Porto Alegre não foi admitida pelo exército na década de 1960.

Figura 2 – Primeiro elemento da chave de acesso
Fonte**:** acervo dos autores

Após encontrar o primeiro número na parede de uma das celas (Figura 2), outros elementos do cenário mudam – uma cadeira de rodas vazia aparece em um dos cubículos e uma maca com o que parece ser um corpo coberto por um lençol branco aparece em outro. Uma chaleira que parece prestes a explodir apita sem parar no chão diante de uma cela com uma cadeira elétrica. Conforme aparecem os indícios, entendemos que estamos diante dos momentos que envolvem torturas em geral e as torturas específicas ao sargento que é causa da investigação. Se não há a imagem das torturas em si, a disposição dos elementos constroi um ambiente que aflige por meio da imaginação. Os indícios acionam imaginários daquele lugar e levam a jogadora a construir uma representação dos acontecimentos passados.

Ao encontrar o terceiro número para completar o segredo do cadeado e enfim abrir a porta, é encontrado um homem preso em uma cadeira sofrendo choques elétricos. O jogo pede que seja desligada a fonte da energia que eletrocuta aquele personagem, com os cabos elétricos soltando faíscas pelo meio do corredor, no alto das celas. Ao desligar a chave de energia e voltar ao homem preso (Figura 3), ele sussurra à jogadora: “não há nada mais que você possa fazer”.

Figura 3 – O personagem Daniel Soares após ser eletrocutado
Fonte: acervo dos autores

EM JOGO: "MECÂNICAS", "REGRAS" E O ESTAR PRESENTE

Ao realizar a análise de um jogo, a definição precisa do que são "mecânicas' e "regras" é, muitas vezes, deixada de lado em favor de uma descrição ampla que utiliza os dois termos de modo intercambiável, como se fossem 'palavras-irmãs' capazes de definir de modo análogo os mesmos elementos estruturais. A definição conceitual específica de cada termo, durante muito tempo, não foi objeto de atenção no campo dos *game studies* – com o conceito de mecânica, inclusive, tendo sido reservado para definir a parte das regras do jogo que dita as maneiras pelas quais a jogadora pode interagir com o jogo, os modos de ação permitidos (AVEDON, 1971).

Em uma tentativa de precisar cada um desses grupos de elementos estruturais, Jarvinen (2008) propõe que as concepções de "mecânicas" e "regras" devem ser estabelecidas em separado, ao contrário do que fazem vários autores contemporâneos ao derivar e/ou sobrepor tais conceitos (COOK, 2006). Pode-se dizer que as "mecânicas" podem ser caracterizadas como modos para guiar a jogadora na direção de comportamentos específicos, ao limitar as maneiras pelas quais ele pode alcançar seus objetivos. O autor constroi uma conexão direta entre as "mecânicas" e os objetivos propostos pelo jogo (que seriam parte das "regras"), na qual as "mecânicas" seriam sempre descritas com verbos (de ação) e poderiam ser recortadas e compreendidas como o conjunto de ações que são realizadas pela jogadora no sentido de vencer as etapas do jogo.

Para ampliar e melhor definir o escopo das "mecânicas", Sicart (2008) propõe utilizar uma abordagem e um vocabulário advindos da programação orientada a objetos. Ele estabelece "mecânicas" como sendo os "métodos invocados por agentes, desenhados para interação com o estado do jogo" (ibid., *online*). Dentro do paradigma da programação orientada a objetos, o termo "método" é utilizado para caracterizar as funcionalidades ou mecanismos que qualquer objeto digital possui para acessar e

interagir com outros objetos digitais que compartilham o mesmo código. O conceito de mecânica segue o sentido original de agência proposto por Jarvinen (2008), que busca enfatizar a descrição das maneiras de interação que estão disponíveis para uma jogadora, mas subtrai totalmente da concepção anterior a especificidade de serem estes meios de interação "direcionados a objetivos". Com a realização dessa mudança, o conceito é refinado e passa a abarcar também os atores não-humanos que fazem parte do jogo e possuem "mecânicas" específicas para interação. A extensão de tais "mecânicas", que lhes define uma forma, é constrangida por limites estabelecidos por cada jogo – as "regras". Segundo Sicart (2008);

> Implícita nessa definição está uma diferença ontológica entre as regras e as mecânicas. Mecânicas de jogo estão relacionadas com a atual interação com o estado do jogo, enquanto as regras fornecem o espaço possível no qual as interações são possíveis, regulando também a transição entre os estados. Nesse sentido, regras são modeladas segundo a agência, enquanto mecânicas são modeladas para a agência[6] (ibid.,, *online*)

Utilizando esta concepção, "mecânicas" referem-se a tudo o que afeta o estado de jogo ou o estado do *software* (JUUL, 2005) no sentido mais básico, ou seja, afetam de alguma maneira a ordem ou as ações dos outros elementos dentro do ambiente virtual de jogo, de modo a gerar um movimento de transformação em resposta à agência da jogadora ou qualquer ator não-humano.

Na definição de Malaby (2007), um jogo é "um domínio semidelimitado de contingências planejadas que geram resultados interpretáveis" (ibid., p.106)[7]. Através dessa concepção resumida, Malaby (2007) almeja ressaltar a importância do papel que as dificuldades, limitações e desafios estabelecidos em cada jogo representam para o engajamento de uma jogadora. É através da melhor calibragem dessas contingências que os criadores do jogo conseguem estabelecer uma experiência atraente para que o interesse da jogadora se mantenha. Fazer um jogo é "criar as complexas, implícitas e contingentes condições nas quais a textura da experiência humana engajada possa acontecer" (ibid., p. 107)[8].

Frasca (1999) argumenta que qualquer jogo é um conjunto de possibilidades, em contraponto a uma narrativa, definida como um conjunto de ações encadeadas. A partir disso, ele sugere uma definição própria para o estudo dos jogos digitais – aderida como base para a presente análise, estabelecida sobre o princípio da simulação. Em sua proposta, *games* não são baseados no princípio da representação, mas em uma estrutura semiótica específica chamada simulação, que guarda alguns elementos coincidentes com a narrativa, distinguindo-se no quesito funcionamento. Jogos se caracterizam por serem suportes responsivos para as ações da jogadora e, ao contrário de outras mídias, possuem a capacidade de simular outras realidades nas quais a jogadora pode agir no sentido forte da palavra, ou seja, realizando ações que apresentam alguma consequência visível, compreensível e qualificável sobre o ambiente digital em

6 - Implicit in this definition is an ontological difference between rules and mechanics. Game mechanics are concerned with the actual interaction with the game state, while rules provide the possibility space where that interaction is possible, regulating as well the transition between states. In this sense, rules are modeled after agency, while mechanics are modeled for agency

7 -A game is a semi-bounded domain of contrived contingency that generates interpretable outcomes

8 - Creating the complex, implicit, contingent conditions wherein the texture of engaged human experience can happen

sua completude ou sobre elementos específicos que compõem tal ambiente.

Nessa concepção, Frasca (1999) aproxima-se de uma proposta mais teatral na qual, em apresentações públicas, as pessoas que inicialmente faziam parte do público eram convidadas sucessivamente a tomarem parte da peça e contracenarem, propondo soluções ou encaminhamentos para as situações estabelecidas inicialmente – perspectiva de trabalho do dramaturgo, diretor e ensaísta, Augusto Boal (1931-2009). Dessa maneira, as noções de "palco" e "plateia" se fundem em uma mesma realidade compartilhada de agência, na qual as ações de todos têm o mesmo peso dentro do ambiente ficcional estabelecido.

As concepções de Malaby (2007) e de Frasca (1999) assemelham-se à concepção de Tulloch (2014) que define "regras" como possibilitadoras do jogo, contrapondo-se a uma antiga compreensão, bastante difundida nos *game studies*, em que "regras" são como limitações que obrigam a jogadora a não usar os melhores meios disponíveis (SALEN; ZIMMERMANN, 2004). Em Tulloch (2014), são as "regras" que constroem a agência da jogadora, ao exigir que a jogadora performe o jogo de determinada maneira. Assim, as "regras" agem apenas por meio de ações e estratégias da jogadora. O autor assume que o jogar é uma relação de poder e afirma que para sua melhor compreensão é necessário reconhecer a complexidade do processo mútuo de construção do jogo e da jogadora.

A definição de Murray (2001) para ambientes digitais narrativos é útil para descrever, de modo amplo, as propriedades de jogos digitais caracterizadas por ambientes procedimentais, participativos, espaciais e enciclopédicos. Os aspectos participativos e espaciais são os que nos interessam. A participação nestes ambientes é definidora, pois são as ações do usuário que orientam a resposta (a consequência) a ser oferecida pelo programa, colocando em movimento o *software*. Essa característica explicita a jogadora como participante dos eventos gerados pelo programa em funcionamento. A espacialidade define que tais ambientes apresentam a caracterização de um espaço delimitado com alguma similaridade a um espaço concreto, dentro do qual a jogadora pode se movimentar e interagir por meio de um avatar ou por meio da manipulação de objetos específicos. É a partir dessas características que a jogadora experimenta uma das propriedades expressivas do meio que é a imersão. Intrinsecamente ligada a outras duas propriedades estabelecidas pela autora – que são a agência e a transformação – a imersão descreve a sensação da jogadora de estar envolvido por uma realidade diferente do mundo concreto, na qual ela pode se movimentar e interagir, sofrendo as consequências de seus atos.

Calleja (2011) é contrário ao uso dos termos imersão e presentificação – esse último menos usado – para definir o tipo de experiência que as jogadoras podem estabelecer em jogos digitais. Argumentando que os termos não oferecem precisão da experiência que buscam definir, que são incapazes de descrever as várias formas de intensidade de atenção envolvidas nesse processo e que são usados para definir formas de experiência com suportes não interativos (como as artes plásticas e a literatura), ele propõe uma nova definição para esse tipo de experiência: a incorporação (*incorporation*). Um novo conceito que busca compreender a relação jogador-ambiente digital de forma mútua e simultânea:

> Incorporação então opera em um duplo eixo: a jogadora incorpora (no sentido

> de internalizar ou assimilar) o ambiente do jogo em sua consciência enquanto *simultaneamente* estando incorporado através do avatar naquele ambiente. (CALLEJA, 2011, p.169)[9]

A concepção de incorporação se baseia na percepção de que a mente do participante do jogo não é meramente deslocada para dentro de um *container* que possui o ambiente do jogo. A sensação de presença em relação ao mundo do jogo seria mais próxima à sensação que temos de nossos ambientes cotidianos, entendida como "uma absorção em nossa mente de estímulos externos organizados de acordo com *gestalts* existentes experimentadas[10]". Nesse sentido, incorporação passa a ser descrita como a intensificação de estados de atenção ou de envolvimento que mesclam diversas dimensões: cinética, espacial, compartilhada, narrativa, afetiva e lúdica.

Dentro dessa concepção, que busca substituir e aprofundar o entendimento de imersão, "regras" do jogo (que ditam os modos de ação possíveis, que criam os objetivos a serem explorados) e "mecânicas" (que criam os meios de interação entre a jogadora e o ambiente virtual, entre a jogadora e o programa, ou entre os elementos do jogo à parte das ações da jogadora) são estruturas centrais para entender o que o jogo propõe para o participante como sua dimensão expressiva. Não é apenas compreender como o jogo propõe um determinado tema e o representa por meio de seus textos, suas artes e dos ambientes digitais que serão percorridos pela jogadora, mas sim compreender que tipo de vivência tal jogo procura oferecer, retornando a comparação de Frasca (1999) com o teatro boaliano (o jogo como simulação) e a comparação com características de agência e transformação que caracterizam os ambientes digitais e também os jogos.

Para esse princípio de análise sobre o jogo "Ilha do Presídio", concentraremos nossa atenção na forma como o jogo estrutura seus desafios, entendidos dentro da conceituação de contingências inventadas pelo *game designer* para articular uma relação de adesão entre a jogadora e o mundo do jogo. A proposta é verificar de que maneira busca-se consolidar a incorporação da jogadora através de um determinado papel dado ao avatar e analisar a exploração de uma espacialidade específica, no apelo a uma construção estrutural (gestaltica) que busca dialogar com a memória relacionada aos anos de ditadura militar no Brasil. Pretende-se investigar o tipo de agência que é possível ao participante do jogo e ao potencial de transformação para modificar, no presente, os fatos de terror relacionados ao passado.

A INCORPORAÇÃO DO TERROR PASSADO: AÇÕES E LIMITES

Continuando na versão demonstrativa de *Prison Island*, a jogadora deve realizar pequenas tarefas que acabam revelando grande articulação com uma vivência próxima e cada vez mais marcante de uma situação de clausura, abuso psicológico e tortura.

9 - Incorporation thus operates on a double axis: the player incorporates (in the sense of internalizing or assimilating) the game environment into consciousness while *simultaneously* being incorporated through the avatar into that environment.
10 - (...) na absorption into our mind of external stimuli that are organized according to existing experiental gestalts

As “mecânicas” da atual versão do jogo resumem-se à livre movimentação pelo cenário (modelado em três dimensões); à interação com objetos específicos encontrados e bem demarcados no cenário (como a ficha que enumera os “crimes” do sargento desaparecido) e à utilização de duas lanternas (sendo uma delas de luz ultravioleta para iluminar o cenário extremamente escuro e com curto campo de visão).

A opção de uso restrito de itens que podem ser equipados pela jogadora, limitado ao uso de lanternas, retoma uma tipologia de jogos de terror (entre os quais os já citados *Slender* e *Amnesia*) que ganha um significado forte dentro da temática em questão: na “Ilha do Presídio”, quando os sinais de morte e tortura deixam o passado e passam a se instalar na realidade presente da jogadora, ela não possui qualquer tipo de arma que lhe dê alguma sensação de segurança diante das forças de violência e morte que se acumulam aos poucos. A sensação de que não há nada a ser feito fica suspensa entre o passado e o presente: ao mesmo tempo em que o terror já foi realizado no passado contra os prisioneiros, no presente há marcas com as quais a jogadora não consegue lidar, tocar ou enfrentar.

A escolha da “mecânica” visual de iluminação restrita, que obriga a jogadora a observar apenas uma pequena parte do cenário – preenchida pelo restante da tela com ausência de luz – alinha-se com o imenso campo de sombras, seguido pelo desafio do jogo de encontrar pistas sobre o paradeiro do sargento e que é citado na introdução, por meio de uma ligação entre a protagonista do jogo e uma antiga enfermeira da “Ilha do Presídio”.

Ao revisitar o passado, já nos primeiros minutos de jogo, a alternância entre a lanterna convencional e a de luz ultravioleta permite revelar os vestígios de uma época de violência que não estão dados na superfície desgastada e encardida da ilha atual e mesmo nas paredes manchadas. Ao usar a segunda lanterna, é possível ver as camadas e jatos de sangue que se espalham pelas paredes e pelos objetos em cada cômodo, invisíveis a olho nu, preenchendo todos os cantos das celas e dos ambientes comuns do presídio. A lanterna de ultravioleta também é a ferramenta utilizada pela jogadora para buscar os números do segredo do cadeado deixados nas paredes, escritos com sangue – e retomar a questão da violência é o único modo de prosseguir, com chances de modificar traços da história investigada.

Neste sentido, a fusão do passado com o presente, que acontece logo no início da exploração feita pela jogadora no corredor das celas, também pode ser considerada uma “mecânica” do jogo, que parte do jogo/*software* na direção da jogadora. Com esse funcionamento, todo o sentido de agência se modifica: ao invés de investigar os vestígios do passado em busca do paradeiro de um preso desaparecido, a jogadora vê-se repentinamente incorporado naquele tempo, com a própria transformação gradual do ambiente, que exige que sua percepção se adeque àquela nova realidade: as luzes que se modificam, as paredes que se tornam mais vermelhas, as celas que agora aparecem trancadas, as manchas de sangue que se multiplicam, a porta de saída do prédio que desaparece, os móveis que se acumulam nas salas de passagem, e que passam a aparecer também dentro das celas, dando a entender a presença imediata ou recente dos prisioneiros ali dentro.

Essa transição para o passado desloca a jogadora no sentido de imersão como incorporação, proposta por Calleja (2010), para outro estado de *gestalt* que evoca e potencialmente presentifica o conhecimento que a jogadora pode adquirir sobre a tortura e o terror ocorridos no período da ditadura.

Nota-se um deslocamento em que o observador que age em lugar seguro (no caso, no presente), é incorporado no lugar em que a situações de morte e abuso são investigados. Agora, desprovida de qualquer posição de poder efetiva, a jogadora não carrega armas e encontra-se em situação de vulnerabilidade. Além disso, o "embaralhamento" entre passado e presente acontece de forma tão intrínseca que não é possível distinguir tais temporalidades e encontrar pistas do homem desaparecido há mais de cinco décadas – aqui podemos perceber que a narrativa do jogo lança mão da ideia do direito à memória e à justiça, atos que presentificam a memória do terror.

A própria simulação espacial do centro de torturas da "Ilha do Presídio" já permite, desde o começo do jogo, um tipo de interação com o passado que direciona a relação que a jogadora irá estabelecer com aquele lugar – não apenas porque as visitas ao local são restritas e/ou mesmo proibidas, mas também porque a liberdade de explorar o prédio sem qualquer guia ou direcionamento que as "regras" dão à jogadora, permitem estabelecer outro tipo de relação entre o visitante virtual e o ambiente em questão. Não se trata de uma visita turística qualquer, mas de um tipo de interação com o ambiente no qual ressoa, todo o tempo, o ambiente de morte, abuso e terror implantado pelos militares da ditadura durante o tempo de funcionamento do presídio político. A construção da memória da "Ilha do Presídio", presente na paisagem da cidade de Porto Alegre, oscila entre a beleza estética da formação rochosa e os significados que a envolvem. Ao agregar o elemento do terror na formação da memória do lugar, o jogo abre caminho para que as jogadoras, enquanto cidadãs, possam enxergar a cidade de uma maneira diferenciada.

A mudança na profissão do avatar entre a primeira versão demonstrativa e a mais recente também aponta para um aprofundamento no tipo de incorporação proposta pelo *game*, entendendo que o próprio conceito engloba tanto aspectos narrativos (envolvimento narrativo) quanto os objetivos e a estrutura de desafios (envolvimento lúdico) impostos pelo *game design* (CALLEJA, 2011). Nesta mudança, o avatar da jogadora deixa de ser uma jornalista que se distancia da equipe e passa a ser uma pesquisadora da Comissão da Verdade que vai até a ilha solucionar o mistério de um desaparecimento. A retirada das sombras do passado da "Ilha do Presídio" e a procura pelos elementos que compõem a história tornam-se o principal objetivo do jogo.

Na passagem em que a jogadora remonta ao passado de violência extrema da ditadura contra aqueles que ela perseguia, surge a possibilidade de refrear um ato e "salvar" o homem que está sendo torturado na cadeira elétrica. Esse momento é precedido de uma série de encontros com fragmentos do terror imposto pelos militares que comandam o local: a cadeira de rodas usada para transportar os torturados sem condição de andarem sozinhos; as camadas de sangue que se espalham pelas celas e pelos outros cômodos, o corpo sob o lençol que ainda sofre espasmos, a cadeira elétrica vazia, as celas com móveis amontoados, sujos e apodrecidos.

O encontro da cadeira de rodas em uma das celas é o detonador para que se encontre um dos números do segredo do cadeado e o corpo que treme sob o lençol indica que outro número está disponível. Ao encontrar o homem torturado na sala até então fechada, o objetivo do jogo é desligar a chave de energia. Ao passar pelo corredor, os fios elétricos que passam por cima das celas estalam com a alta tensão. Mesmo que o homem diga que não há nada mais que se possa fazer, ele está

temporariamente salvo pela ação da jogadora, que a essa altura do jogo, já vivencia fortemente o terror daquele lugar. A incorporação, que é cinética, narrativa e gestáltica, aciona uma cadeia de compreensão sobre o significado de cada um dos objetos, cada uma das ações daquele centro de tortura, fazendo menção ao que se sabe sobre o terror da ditadura militar no Brasil e ao reconhecimento de que ainda há muito a ser descoberto e esclarecido.

CCONSIDERAÇÕES FINAIS

O *game Prison Island* apresenta uma interessante forma de lidar com a relação entre presente e passado em uma produção digital. Ao mesmo tempo em que ele leva o jogador a um exercício de rememoração, ele reconstrói possibilidades de memória por meio de personagens que não viveram naquela época, numa tentativa de sensibilizar os jogadores acerca dos horrores de um período de forte repressão do país.

O jogo toma para si um dos símbolos do terror no estado do Rio Grande do Sul, parte da imagem do terror no plano físico, sensível, do lugar de memória (NORA, 1993), do concreto como repositório de memórias, para estruturar a presença de jogadores que não necessariamente conheçam a história. Presente e passado se sobrepõem e, na mesma medida, dialogam para construir o clima de terror. Ao fazer com que o avatar interaja com os cenários que oscilam entre o ontem e o hoje, o *game* fornece a sensação de que ainda há algo que pode ser feito pela memória deste passado: no presente podemos interagir com o passado e no jogo, podemos buscar a justiça por um ato que, décadas passadas, ainda ecoa fortemente.

Destarte, analisando de modo mais detalhado "mecânicas" e "regras", torna-se possível compreender as maneiras pelas quais as ações do jogo são programadas e como ele busca trazer à luz fragmentos de memória. Ao se utilizar do elemento "terror" para trabalhar um momento da história do país que está atrelado a torturas, desaparecimento e mortes, *Prison Island* traz para o primeiro plano, a memória de um passado que insiste em sua presença – uma vez que a produção do jogo se dá em um momento em que os diversos personagens da cena política participam de uma disputa pela memória daquele momento repressivo Jelin (2012).

Ao eleger a "Ilha do Presídio" como um elemento central do jogo, é trazido para a discussão, na cena pública, o valor do local para a construção da memória coletiva acerca da ditadura no país. Tomando a ilha como lugar de memória, na perspectiva de Nora (1993), buscamos compreender a leitura da ressignificação que o jogo, em sua proposta de interações sequenciais e objetivos exigidos da jogadora, proporciona para aqueles que de alguma forma estão relacionados ao período, além de levar informações àqueles que, até então, não tinham tido a oportunidade de discutir o assunto.

Ao mesclar em um mesmo produto: a memória da ditadura militar brasileira; um papel educacional admitido pelos desenvolvedores na segunda versão do jogo; a possibilidade de incorporação da jogadora naquele que é apontado como um dos principais lugares de memória do período no Rio

Grande do Sul; é aberto um espaço para conjugarmos duas abordagens diferentes ao olhar para a construção desta obra. Ao mesmo tempo em que parte dos relatos históricos, do plano material, escapa a uma cópia da narrativa dos acontecimentos, fazendo emergir um *game* que se adequa à temática da ditadura e que carrega questões sociais – como a construção e a disputa pela memória – o resgate de uma memória nos faz perceber a tensão que a ditadura ainda exerce sobre nós, mais de vinte anos após a redemocratização. O jogo não reconstrói as histórias passadas naquele ambiente, mas as ressignifica e agrega valores convidando a uma interação com as marcas do passado, estando no tempo presente.

REFERÊNCIAS

AVEDON, Elliot M. **The Structural Elements of Games**. In Avedon, E. M. & Brian Sutton-Smith (eds.). The Study of Games. New York: John Wiley and Sons, 1971.

BARCELLOS JÚNIOR, Helio. Ói Nóis Aqui Traveiz, nas ruínas de uma ilha-presídio. **Jornal do Comércio**. Disponível em: http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=52343>. Acesso em: 05 de outubro de 2017.

CALLEJA, Gordon. **Digital Games and Escapism**. In: Games and Culture, 5(4), 2010. Disponível em: < http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1555412009360412>. Acesso em: 01 de setembro de 2017.

_____. **Game**. In: From immersion to incorporation. Cambridge: MIT Press, 2011.

COOK, Daniel. **What are game mechanics?** 2006. Disponível em: <http://lostgarden.com/2006/10/what-are-game-mechanics.html>. Acesso em: 01 de julho de 2017.

FRASCA, Gonzalo. **Simulation versus Narrative**. In: Wolf, Mark J. P. and Perron, Bernard. The Video Game Theory Reader. New York: Routledge, 2003.

ILHA das Pedras Brancas é tombada como Patrimônio Histórico e Cultural. **Secretaria da Cultura do Rio Grande do Sul**. 2014. Disponível em: <http://www.cultura.rs.gov.br/v2/2014/12/ilha-das-pedras-brancas-e-tombada-como-patrimonio-historico-e-cultural/>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

JARVINEN, Aki. **Games without Frontiers**: Theories and Methods for Game Studies and Design. Tampere: Tampere University Press. 2008. Disponível em: <http://ocw.metu.edu.tr/pluginfile.php/4468/mod_resource/content/0/ceit706/week3_new/AkiJarvinen_Dissertation.pdf>. Acesso em: 01 de julo de 2017.

JELIN, Elizabeth. **Los trabajos de la memoria**. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores, 2002.

JUUL, Jesper. **Half-real**: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds. Cambridge: MIT Press, 2005.

MALABY, 2007. **Beyond Play**: A new approach to games. In: Games and Culture, v.2, nº 2, 2007. Disponível em: http://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/09/Beyond-Play-A-New-Approach-to-Gamesby-T.-M.-Malaby.pdf. Acesso em: 01 de julho de 2017.

MENEGHETTI, Marcus. Futuro da Ilha do Presídio é Desconhecido. **Jornal do Comércio**. 2015. Disponível em: <http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=184677>. Acesso em: 05 de outubro de 2017.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck**: O Futuro da Narrativa no Ciberespaço. São Paulo: Editora UNESP/ITAÚ Cultural, 2001.

NORA, P. **Entre a memória e a história**. A problemática dos lugares. In: Projeto História(10). São Paulo: PUC, 1993.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of Play**. Game Design Fundamentals. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2004.

SICART, Miguel. **Defining Game Mechanics**. In: Game Studies, v.8, nº 2, 2008. Disponível em: <http://gamestudies.org/0802/articles/sicart>. Acesso em: 01 de setembro de 2017.

TULLOCH, Rowan. **The Construction of Play**: Rules, Restrictions, and the Repressive Hypothesis. In: Games and Culture, v.9, nº 5, 2014. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1555412014542807>. Acesso em: 01 de setembro de 2017.

GT ESTÉTICA E ESTUDOS DA IMAGEM

MULTITERRITORIALIDADE E O MODO DE EXISTÊNCIA FICÇÃO:

Aproximações entre as Geografias da Comunicação e a Teoria Ator-Rede na Análise de Obras de Arte

Luana Caroline Damião
(Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades pela Universidade Federal de Ouro Preto; luanacarolinedamiao@gmail.com)

RESUMO
O presente artigo busca apresentar e traçar aspectos preliminares dos conceitos de multiterritorialidade e do modo de existência ficção através de suas tangências para compreensão de obras de arte multimídia. Esta aproximação diz das confluências que a comunicação pode fazer com outras áreas e como pode se utilizar desses conceitos para compreender suas próprias dinâmicas de formas diversas, ampliando suas possibilidades de atuação. Apresentaremos cada conceito de forma individualizada, mostrando suas origens, características e variações e, no último momento, demonstraremos suas convergências através de análise da obra Sala da Exaltação do Museu do Futebol de São Paulo/SP.

PALAVRAS-CHAVE
Multiterritorialidade. Ficção. Teoria Ator-Rede. Comunicação. Experiência.

ABSTRACT
The present article seeks to present and trace preliminary aspects of the concepts of multiterritoriality and the fiction mode of existence through their tangencies to the understanding of multimedia artworks. This approach tells of the confluences that communication can make with other areas and how it can use these concepts to understand their own dynamics in different ways, expanding their possibilities of action. We will present each concept in an individualized way, showing its origins, characteristics and variations and, at the last moment, we will demonstrate its convergences through analysis of the artwork Sala da Exaltação of the Football Museum of São Paulo/SP.

KEYWORDS
Multiterritoriality. Fiction. Actor-Network Theory. Communication. Experience.

INTRODUÇÃO

Para Manuel Castells (2011) os meios de comunicação passam por um momento delicado na atualidade. De um lado temos a ampliação exorbitante de formas de informação e contato com outros sujeitos e objetos; e, por outro lado, um cenário onde essas possibilidades acabam nos afastando de códigos de comunicação que antes faziam sentido para grandes coletivos sociais e que agora já não se aplicam mais. Seria um período de fragmentação social, onde parece um desafio manter relações de comunicação nos coletivos humanos.

Nesse contexto, surgem algumas premissas teóricas que estão cada vez mais se relacionando com a comunicação e as ciências sociais aplicadas, pensando em alternativas conceituais para esses debates e que possam gerar novas perspectivas de produção. Dentre elas despontam as geografias da comunicação, discutindo o papel dos territórios nas nossas relações e as formas como eles estão se reconfigurando e trazendo outras maneiras de expressão e comunicação para os sujeitos; e a teoria ator-rede (TAR), como alternativa para se observar as dinâmicas sociais, percebendo os seres humanos simétricos aos não humanos e se relacionando de maneira homogênea dentro das suas formas de existir.

Assim, partindo das perspectivas apresentadas pelo geógrafo Rogério Haesbaert (2003, 2007) e, um dos grandes nomes da TAR, Bruno Latour (2013, 2014), vamos falar das premissas teóricas dos conceitos de *multiterritorialidade* e do *modo de existência ficção,* [FIC][1], apontando de maneira individualizada suas principais características, variações e o modo como foram construídos. Em um segundo momento, abordaremos as aderências desses conceitos através da análise empírica de uma obra multimídia, que acreditamos agregar esses dois aspectos.

O objeto escolhido para análise foi a obra Sala da Exaltação, integrante do circuito expositivo de longa duração do Museu do Futebol, localizado no interior da fachada do Estádio do Pacaembu, na cidade de São Paulo. Nessa obra, podemos perceber a influência espacial na constituição da mostra, além do estádio apresentar camadas territoriais e ficcionais anteriores a constituição do museu e da Exaltação, ampliando nossos pontos de observação na congruência dos conceitos.

MULTITERRITORIALIDADE

No universo das geografias da comunicação, segundo o mapeamento da área feito por Sonia Aguiar Lopes (2013), existem algumas vertentes que dividem os autores em quatro eixos, dependendo da origem dos fenômenos que buscam observar. Seriam elas:

> O papel do espaço e da espacialidade como categorias analíticas das variadas formas de expressão e comunicação humanas; a organização e disseminação territorial das tecnologias de informação e comunicação, com ênfase mais recente na internet e dispositivos móveis; as geografias dos sistemas de mídia nos contextos da globalização e da regionalização, com imbricações na economia

1- Latour (2013) grafa os modos de existência por extenso – Ficção – ou com as três letras iniciais em caixa alta e entre colchetes – [FIC].

> política; e a geopolítica dos fluxos e contrafluxos de informação e comunicação em âmbito mundial. (LOPES, 2013, p. 33)

No imbricamento do primeiro e segundo ponto vemos despontar alguns debates sobre a formação dos territórios e a forma como atuamos sobre eles no cenário de convergência atual. Os autores que buscam esses diálogos trazem reflexões relacionadas a questões elencadas por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995), com a ideia de formação rizomática dos espaços, numa espécie de teia onde as características que compõem esses ambientes estariam conectadas por todo o processo, mesmo que de forma pouco evidente.

Dentro deste cenário, seguindo os debates teóricos formados por essa tangência entre a comunicação e a geografia, podemos destacar como essas dinâmicas se realizam a partir do entendimento de Rogério Haesbaert (2003, p. 14). O autor percebe o território como mescla de duas características, que costumamos colocar em gavetas separadas, mas que se encontram diluídas dentro deste conceito: uma mistura de aspectos simbólicos e culturais, que buscam formar uma identidade territorial como meio de apropriação e identificação e, por outro lado, o poder político e/ou ideológico que trabalha com a apropriação do espaço como maneira de disciplinar e controlar os indivíduos

Assim, não se deve confundir território com espaço geográfico, que seria o detentor de aspectos puramente físicos. No controle de uma área geográfica é que nascem os territórios, que almejam influenciar a formação de fenômenos. Além disso, a ideia de disciplinarização dos seres reforça o pensamento de Deleuze e Guattari (1995) ao dizerem de limitações espaciais que são feitas pelo Estado como formas de controle e continuidade de situações, uma espécie de zona segura trazida por criações de ordem política e ficcional.

Na atualidade, com a inserção cada vez mais crescente de dispositivos móveis com acesso à *internet* e facilidades no transporte de um local a outro, estamos passando por experiência de glocalização, através da qual, para Bauman (1999), adquirimos conhecimento de outras culturas e localidades, mas também com a possibilidade de conhecer e estar nesses espaços, seja de forma virtual ou física. Essa noção trouxe à tona muitos debates desde o final do século XX e início do XXI sobre a diluição do território em detrimento da ideia de território-rede, ou até mesmo de desterritorialização. Entretanto, para Haesbaert (2003) esses movimentos acontecem, mas não diluem os territórios, pois eles se materializam de outras formas, caracterizando-se como processos que são constituídos através do tempo, baseados nas influências dos seres que transitam sobre eles.

Desse modo, a ideia de desterritorialização aparece apenas em situações muito específicas de forma pura, como por exemplo no caso de pessoas refugiadas de guerras, que precisam sair de suas terras, mas sem perspectivas de serem aceitas em novos lugares, o que acontece com os refugiados sírios na atualidade. Então, salvo esses casos, essas dinâmicas são de des-territorialização (com o uso de hífen), pois todo processo de desterritorialização viria acompanhado por um de reterritorialização, uma vez que substituímos ou sobrepomos territórios, sem sermos excluirmos deles completamente.

Então, se não passamos por diluição total dos territórios, o que acontece é uma multiplicação

deles, a sobreposição que podemos fazer, atuando e existindo em diversos locais ao mesmo tempo, perspectiva que Haesbaert (2007) compreende como *multiterritorialidade.* Essa noção traz a definição de território, envolvendo questões de poder e valores simbólicos no mesmo patamar, mas também aprimora esse olhar para a ideia de território "a partir da concepção de espaço como um híbrido – híbrido entre sociedade e natureza, entre política, economia e cultura, e entre materialidade e 'idealidade', numa complexa interação tempo-espaço" (HAESBAERT, 2007, p. 27).

Nesse sentido, podemos entender que cada território é composto da união de diversos elementos, que perpassam tempo e espaço[2] através de múltiplas camadas, que podem ser acionadas no mesmo momento e posição geográfica, ou a partir da união 'simbólica' de localidades – através de um dispositivo móvel, por exemplo. Assim, cada território é construído através de um processo e trajetória, que envolve todos os elementos que o constituem, bem como todas as figuras que passam por ele.

Ao entendermos o território como área geográfica que ao ser controlada traz relações híbridas entre diversos contextos imateriais e também locativos, construído de forma processual através do tempo e agregando as modificações que aparecem, sejam de cunho ideológico ou físico, podemos também assumir que essas camadas que formam apenas um território são capazes de se sobrepor, formando outros espaços sobre o que ocupava aquela localização em tempo passado. E é dessa convergência de unidades que vemos emergir a multiterritorialidade não como a troca de um território por outro, mas a soma deles de forma homogênea, onde não seria possível distinguir essas camadas de forma clara, pois tornam-se integrantes do nosso cotidiano.

Desse modo, mesmo esse debate ganhando força na comunicação apenas na contemporaneidade com a atualização e inserção de novos meios que diluem a noção tradicional de espaço (LOPES, 2013), a multiterritorialidade sempre existiu e é intrínseca aos sujeitos. Ela se relaciona a movimentos naturais dos indivíduos ou relações de poder/econômicas que surgem com a intenção de criar uma dimensão simbólica e de identificação no território.

Entretanto, a multiterritorialidade pode existir de duas maneiras distintas e complementares em muitas ocasiões, sendo a primeira justamente a sobreposição literal de territórios, seu espaço físico, que com novos usos e demandas, ultrapassa a função tida em primeiro momento, formando sedimentos com o passar do tempo e das vivências tidas nesses locais. Por outro lado, existe a ideia do território-rede, que envolve as novas tecnologias de conexão e realidades virtuais.

Haesbaert (2007) destaca que, mesmo com essas duas possibilidades de existência, a multiterritorialidade acaba, na maioria das vezes, restrita a grupos de classe social mais elevadas, pois justamente o capital financeiro é que possibilita a ocupação múltipla dos espaços. Isso se comprova ao observarmos que os sujeitos e comunidades que sofrem os processos de desterritorialização, na maioria das vezes, não possuem ou perdem seus bens materiais, não sendo capazes de gerar influências financeiras nos espaços que buscam se inserir. Assim, podemos observar uma conexão ainda mais demarcada que nos diz que os detentores de poder social-econômico é que exercem domínio sobre os espaços, podendo criá-los ou diluí-los de acordo com seus ideais.

2 - Entendemos o espaço como categoria mais abstrata na ocupação de territórios dependendo de nossas atuações dentro deles (HAESBAERT, 2007).

Além disso, o autor aponta para a multiterritorialidade como ações experimentadas pelos sujeitos a partir de movimentos que executam individualmente, uma vez que

> trata-se assim de vivenciar essas múltiplas modalidades, de forma simultânea (no caso da mobilidade "virtual", por exemplo) ou sucessiva (no caso da mobilidade física), num mesmo conjunto que, no caso dos indivíduos ou de alguns grupos, pode favorecer mais uma vez, agora não mais na forma de territórios-zona contínuos, um novo tipo de "experiência espacial integrada". (HAESBAERT, 2007, p. 39)

Desse modo, as dinâmicas tidas nos multiterritórios seriam diversas e mesclariam distintas formas de manifestação nos espaços, ampliando os processos de formação simbólica em múltiplas vias, fazendo com que suas trajetórias possam ser observadas nos mais variados ambientes. Assim, as experiências que os sujeitos buscam ter nos territórios apontam cada vez mais para um protagonismo individual ou do grupo em que está inserido. Dessa forma, os detentores de poder que buscam alavancar seus discursos precisam traçar narrativas que incluam essas demandas, para ainda angariar atenção de alguma forma. E é a partir dessas premissas que encontraremos os seres da ficção.

A TEORIA ATOR-REDE E O MODO DE EXISTÊNCIA FICÇÃO

A Teoria Ator-Rede (TAR), também chamada de sociologia da tradução ou sociologia das associações, se consolidou na década de 1980, através de estudos de Bruno Latour, Michel Callon, John Law, Madeleine Akrich, entre outros autores. A teoria se apresenta como um contraponto a sociologia clássica/tradicional e a intenção inicial dos autores era refutar a ideia de que para se fazer estudos e apontamentos sobre fenômenos eles precisam ser purificados. A TAR vai justamente no caminho oposto e não está preocupada com a essência das ações, mas com o processo individual de cada um dos fenômenos que enquanto pesquisadores nos propomos a analisar. Assim, para a teoria, o social não seria algo externo, como uma espécie de entidade e ditadora de regras, mas um fluxo que vai se construindo no desenvolver de ciências e técnicas. Para a TAR, o mundo seria como um grande laboratório e o contato heterogêneo formado entre os seres humanos e os não humanos é o que possibilita o andar da ciência e traduz a forma como os coletivos funcionam.

Nesse contexto, uma série de conceitos aparecem, como uma espécie de gramática própria da teoria ator-rede, que funcionam como um modo particular de se analisar as relações entre os atores. Vamos elencar aqueles que dizem sobre este trabalho, que seriam os conceitos de: híbrido, actante, mediação técnica, coletivo, associação e rede.

O primeiro ponto que devemos falar é sobre os *híbridos* e a ideia de simetria, já que para a teoria os humanos e as coisas possuem a mesma importância, por isso existem na realidade quase-sujeitos e quase-objetos. Não estamos encerrados dentro de nossas categorizações sociais uma vez que existimos a

partir das relações que estabelecemos com outros humanos, mas também com os não humanos.

Surge aqui o termo *actante*, que designa justamente essa dupla possibilidade, em contraponto com a ideia de ator, que nos remete apenas aos sujeitos, actante engloba o humano e o não humano, tudo aquilo que pode gerar ações e movimentos no coletivo. Ao se relacionarem os actantes podem se transformar a partir do contato estabelecido com os outros seres, passando por um processo de *medição técnica*. O *coletivo* também é um termo essencial para a teoria, uma palavra alternativa para sociedade, que se refere justamente ao mundo comum, em que transitam todas as associações de actantes.

Enquanto isso, as uniões e relações estabelecidas entre os actantes compõe a *associação*, de onde podemos ver despontar uma *rede*, que seria "aquilo que se forma na relação das coisas. É o espaço e o tempo" (LEMOS, 2013, p. 54), ou seja, actantes se associam a todo o momento, mas apenas quando consideramos um recorte de olhar para determinada associação é que veremos formada uma rede - a ideia de *mônada* para Gabriel de Tarde (2003) – assim, ela se caracteriza como um fenômeno que ocorre num espaço e tempo específicos, onde actantes se relacionam e transformam mutuamente até se estabilizarem no momento em que se faz visível a solução para um problema. Então, uma rede diferente é estabelecida a cada pesquisa, pois cada pesquisador delimita um recorte de análise e a realiza até responder as perguntas que foram elencadas no início do trajeto. Entendendo esses pressupostos, ao olhar para os objetos, natureza e os seres vivos como simétricos, a teoria trabalha com uma ideia de *ontologia plana*, para a qual todos os elementos podem possuir o mesmo valor de importância, dependendo das associações que estabelecem. Essa é o ponto em que TAR recebe muitas críticas, afinal como um ser humano poderia estar no mesmo patamar de uma cadeira, por exemplo? Como resposta a isso desponta *An Inquiry Into Modes of Existence (AIME)* (2013) trabalho ainda corrente de Bruno Latour e uma equipe de pesquisadores, que atua através da publicação de livro, artigos e manutenção de um *site*[3] e visa justamente, com a retomada de preceitos de Michel Serres, Gilles Deleuze e Félix Guattari, esclarecer essas questões.

Os modos de existência são as formas pelas quais os seres existem e se portam dentro de cada associação. Assim, todo elemento de uma rede possui características que os permitem atuarem de determinadas formas, enquanto isso, ao existir em outra rede, sua atuação pode ser exigida de outra maneira. Essa perspectiva aparece para explicar a heterogeneidade nas associações, percebendo que os seres existem de acordo com suas trajetórias e processos, que fazem deles o que são e permite que criem novas associações a partir do presente para o que se sucede. Nesse sentido, Latour (2013) está buscando formas de reagregar os coletivos sociais a partir da ideia de que não somos modernos (já que existimos através de processos e trajetórias de forma fluida), defendendo que os modos de existência irão responder a questão: "Como podemos compor um mundo comum?", pergunta que abre o portal *online* do projeto. Então, a AIME aparece como alternativa para refletirmos sobre a forma como existimos e nossas relações, pois considerando que a ideia de que somos modernos está equivocada, esse projeto surge como nova reflexão para usos desse termo e a composição de outra maneira de pensar as dinâmicas coletivas.

Dentre esses modos, vemos despontar a Ficção ([FIC]), que segundo Latour (2013) no

3 - Ver: <http://www.modesofexistence.org>

entendimento dos modernos está associada quase que em exclusividade com um mundo imaginário, mas que extrapola essas questões. Para o autor vivemos em uma espécie de bifurcação, onde de um lado temos o que consideramos ser real, objetivo e único, como a linguagem, a sociedade e a natureza. Do outro lado, existem os elementos relacionados a aspectos subjetivos e múltiplos, como a reprodução, a referência e a política. A partir dessa linha dupla, a solução vista pelos modernos foi a de criar um mundo especial para tudo aquilo que não se enquadrasse na natureza ou no "mundo real", ou seja, criamos um espaço de realidades simbólicas para esses seres, os evitando.

Entretanto para a AIME os seres da ficção não são apenas frutos da imaginação ou ilusão, eles se relacionam a tudo que nos aponta novos mundos e possibilidades diversas de se existir e explorar esses espaços, ou seja, são ancorados e nos apresentam aspectos da realidade:

> Nós já nos referimos a esses personagens mais de uma vez, essas entidades são encontradas em todos os lugares em que **colocam sobre nós um particular peso de realidade** (...) Como nós vimos, esse termo não direciona nossa atenção através da ilusão, falsidade, mas **na direção daquilo que é fabricado, consistente, real**. (LATOUR, 2013, p. 238, tradução nossa, grifo nosso)[4]

Assim, esse modo se relaciona com a criação de figuras a partir de matérias-primas que nos oferecem ideias que talvez não fossemos capazes de criar sem esses elementos. E esse aspecto não se limita ao mundo das artes e cultura, pois o extrapola. Um farmacêutico, por exemplo, buscando descobrir um novo medicamento supõe certos cruzamentos e o idealiza enquanto um resultado satisfatório, que pode ou não ser atingido no final, e esse processo de construção se enquadra no modo ficção.

Latour (2013) afirma que este modo está presente em todos os outros e em todas as relações que estabelecemos com outros actantes, e a grande diferença da visão que os modernos possuem desses seres para o que a AIME busca trabalhar é a trajetória que constituem nossas relações e os coletivos. Nesse sentido, a [FIC] não estaria limitada a nossa imaginação ou aspectos subjetivos, pois ela diz de uma trajetória que envolve elementos predecessores e sucessores do momento em que ela encontra outros actantes para gerar experiências e constituir uma associação.

A trajetória desses seres possui um mecanismo triplo envolvendo o tempo, espaço e actante, caracterizando-os assim como elementos que precisam dos nossos cuidados, uma vez que essa tríplice diz de uma composição que se estabelece, caso não possuam nossa atenção as criaturas da ficção tendem a desaparecer. Assim, a [FIC] tem a intenção de que prolonguemos sua essência, almejando a multiplicação de olhares e formas de entendermos e nos inserirmos em espaços. Isso porque a busca de entendimento que a teoria ator-rede traz é justamente a de um mundo articulado, formado por seres que se unem em diversas ramificações, construindo coletivos.

Latour (2013) traz um exemplo, dizendo das diferenças entre se viajar de trem de um local para outro, com viajar na narrativa de um livro. O trem e o livro são seres da técnica ([TEC]), a

4 - e have already referred to these characters more than once, these entities encountered everywhere that weigh on us with a quite particular weight of reality (...) As we shall see, this term does not direct our attention toward illusion, toward falsity, but toward what is fabricated, consistent, real. (LATOUR, 2013, p. 238)

matéria-prima que possibilita a criação de figuras pelos trajetos, enquanto isso as figuras (que lemos ou imaginamos encontrar no trajeto) são os seres da ficção [FIC]. Para o autor essas distinções não são tão evidentes em nosso dia-a-dia, pois estamos acostumados com o olhar bifurcado trazido pelos modernos e que tratamos acima.

Entretanto, mesmo não limitados ao campo das artes e cultura, são nesses espaços que a ficção se faz mais evidente. Essa inserção possui aspectos positivos por um lado, pois uma exposição em museu pode tornar mais clara a dualidade entre "fazer (algo) se manter, fazer acreditar/causar a falha, perder" (LATOUR, 2013, p. 489, tradução nossa)[5], que esses seres instigam, a partir do momento em que o público pode se sentir transformado ou não por uma obra. Mas ao mesmo tempo acabam limitando nossos pensamentos ao associarmos a ficção sempre respaldada em questões relacionadas a narrativas artísticas, que não se aplicariam no que reconhecemos por mundo real. Nesse ponto surgem alguns trabalhos do próprio Latour que buscam quebrar esses sentidos canonizados.

O autor vem trabalhando com diversas experiências multimídia e expositivas[6] para tratar na prática de questões que aborda no desenvolver de suas teorias e também para chamar atenção para assuntos ambientais, justamente por acreditar nos seres como híbridos. Para Latour (2014) a aproximação com as artes se faz essencial quando buscamos chamar a atenção de forma prática para determinada temática, uma vez que o debate teórico por si só não teria a força de criar a consciência de relações entre atores, o que se torna possível em experimentos que demonstrem ações através da [FIC], "pois é preciso criar instrumentos que nos sensibilizem e que nos levem a pensar (...) Se você apenas analisa, não sensibiliza, se você apenas grita 'fogo', todos saem correndo. É preciso gritar fogo, mas fazer com que as pessoas se mantenham na sala e pensem" (LATOUR, 2014)[7]. Reafirmamos com essa passagem que a ficção não seria apenas uma forma de criar elementos de fruição estética, mas também de questionar sobre as relações entre os actantes através de debates de tempos e espaços passados, para trazer novas perspectivas e caminhos ao que se sucede.

A partir desses apontamentos preliminares das duas correntes teóricas, vamos nos debruçar sobre possíveis conexões através da obra *Sala da Exaltação* do Museu do Futebol de São Paulo/SP.

5 - Make (something) hold up, make believe/cause to fail, lose. (LATOUR, 2013, p. 489)

6 - Como exemplo, Latour participou da constituição da exposição *Globale – Reset Modernity*, realizada entre junho de 2015 e abril de 2016, no Centro de Arte e Mídia de Karlsruhe (ZKM), na Alemanha. Segundo Lucia Santaella (2016, p. 142): "A exposição, que reuniu artistas internacionais, propunha levar o participante a reajustar, reposicionar, redefinir alguns dos instrumentos com que registramos os confusos sinais que o *Zeitgeist* está emitindo. Não se trata de uma simples recalibração como aquela de um compasso, mas sim de algo mais obscuro e não imediatamente decodificável, a saber, reprojetar o mapeamento do mundo, sob o nome de modernidade. Em tempos de mutações ecológicas profundas, não cabem mais em nossos visores os velhos dualismos da modernidade, tais como presente e futuro, Norte e Sul, progresso e regresso, radicais e conservadores etc. Disso advém a necessidade de um reajuste consequente na busca de novos sensores e instrumentos de aferição que nos levem a sentir de modo mais agudo onde estamos e para onde queremos e podemos ir. Para isso, a exposição, embora muito precisa, apresentou um conjunto de obras que hesitavam entre procedimentos orientadores e desorientadores, nas suas estratégias de convidar os participantes à reflexão"

7 - LATOUR, Bruno. Bruno Latour, antropólogo e escritor: "Temos que reconstruir nossa sensibilidade". Entrevista concedida a Luiz Felipe Reis. **O Globo**, Rio de Janeiro, 29/09/2014. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/conte-algo-que-nao-sei/bruno-latour-antropologo-escritortemos-que-reconstruir-nossa-sensibilidade-14081447>. Acesso em 01 abr. 2017.

CONVERGÊNCIAS E DIVERGÊNCIAS: PERCEPÇÕES DOS CONCEITOS ATRAVÉS DA SALA DA EXALTAÇÃO

Ao pensarmos na multiterritorialidade e no modo de existência ficção podemos traçar cruzamentos desses conceitos. Optamos aqui por utilizar a Sala da Exaltação, pois entendemos as obras e exposições museológicas como bons exemplos para demonstrar os seres da [FIC] e enquanto espaços que possibilitam relações de comunicação, que segundo Manuel Castells (2011) podem ser consideradas como conectores comunicacionais/culturais de tempo e espaço, contribuindo para identificação dos grupos sociais numa época em que os códigos comunicacionais tradicionais já não se aplicam devido ao protagonismo individual dos sujeitos. Assim, se tornaria mais complicado manter o interesse do público em abordagens mais gerais, já que encontram conteúdo personalizado em ambientes virtuais, então seria justamente esse o desafio dos museus: fazer conteúdo para muitos, mas de forma personalizada, ao mesmo tempo. Como nos disse Latour (2014) no trecho que destacamos acima, precisamos chamar atenção para um aspecto geral e fazer com que as pessoas se interessem, positiva ou negativamente, e reflitam sobre ele.

A Sala da Exaltação é uma obra do Museu do Futebol, localizado na cidade de São Paulo, dentro do Estádio do Pacaembu, construção de 1940, que respondia a uma necessidade e vontade social do período, através da ocupação de áreas fora do centro da capital paulista, aproveitando o declive natural do terreno, além de descentralizar os eventos esportivos da cidade do Rio de Janeiro, detentora do único estádio do país até então (WENZEL; MUNHOZ, 2012).

Os órgãos reguladores do patrimônio público de São Paulo, aprovando a implantação do Museu - no ano de 2005, com inauguração prevista para 2008 - dentro do estádio, solicitaram "(...) que o projeto museológico tivesse o cuidado de incluir o próprio espaço e a caracterização arquitetônica e urbanística do Complexo como um dos segmentos a serem destacados no Museu." (WENZEL; MUNHOZ, 2012, p. 97). Deste modo, houve uma preocupação na concepção museológica das exposições em se destacar a estrutura arquitetônica do estádio.

Dentre as muitas exposições e obras, a que deixa a estrutura mais evidente é a Sala da Exaltação, espaço descoberto no processo de implantação do Museu. Foram reveladas duas câmaras[8] simétricas, de mil e quinhentos metros quadrados cada, localizadas na parte de sustentação da arquibancada, em que esta deixa de ser apoiada pelo declive natural do terreno e passa a ser sustentada por vigas e pilares. Nesses lugares a estrutura se faz visível por completo, impossível de ser vista de qualquer outro ponto do estádio. Optou-se por colocar em uma dessas câmaras uma instalação multimídia do artista Tadeu Jungle.

Para fazer a ponte entre arquitetura e vídeo, Jungle reuniu e editou imagens de trinta torcidas de times de futebol brasileiros distintos e as organizou de forma a serem projetadas em sete telas suspensas pela própria estrutura da arquibancada. Os vídeos são sincronizados por meio de um *software* multi-telas que automatiza a exibição em diferentes pontos, unindo luz, som e imagem. Nas palavras de Marianne Wenzel e Mauro Munhoz (2012), responsáveis pelo processo de requalificação arquitetônica

8 - Câmara: arquitetura - qualquer local vedado; compartimento em uma construção. DICIO. Dicionário Online de Português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/camara/>. Acesso em 26 jun. 2017.

do Museu, podemos notar algumas particularidades desse local:

> Esse espaço residual, que sempre esteve fechado, tornou-se um dos principais momentos do percurso, ao transportar o visitante para o meio de torcidas virtuais. Se uma das propostas do projeto é tirar partido da geografia local e da estrutura original do edifício, criando uma nova espacialidade adequada a um museu, aqui é o ponto onde esse objetivo está mais evidenciado. A emoção evocada pelos gritos de guerra do vídeo ganha uma dimensão sensorial ao misturar-se com o cheiro da terra exposta, um depoimento do terreno natural que enuncia a geografia do local antes mesmo do projeto de urbanização do bairro. O clima quente e úmido intensifica a percepção do espaço, único do Museu sem climatização. (WENZEL; MUNHOZ, 2012, p. 153).

Nesse sentido, a escolha do estádio para abrigar o Museu do Futebol se justifica por sua associação imediata à esse esporte e a importância histórica e geográfica que a edificação possui. Além disso, através de sua implantação, o Museu visou a democratização do espaço público, pois a instituição devido a sua temática, poderia atrair pessoas de classes sociais diversas para o abastado bairro do Pacaembu, ressignificando e diversificando o espaço.

As pessoas frequentavam o estádio para torcer e apreciar os jogos de futebol, mas, com a construção do museu, os usos e atuações que tinham nesse espaço se alteram. Agora elas vão ao estádio para assistir partidas de futebol e/ou visitar o museu, sobrepondo suas presenças nesse local devido a implantação da instituição museológica.

Além das camadas de usos que se pode atribuir ao espaço, a sobreposição de camadas físicas dentro do território estádio também são evidentes. Primeiramente aparece o Estádio do Pacaembu com sua própria usualidade enquanto equipamento esportivo, em seguida, temos a inserção do Museu do Futebol, que apareceu temporalmente depois do estádio, mas que agora aponta para a flexibilidade desse local. Além disso, a Sala da Exaltação apresenta-se como uma representação de estádios, dentro de um Estádio e Museu ao mesmo tempo, apontando para a sobreposição dessa territorialidade e a possibilidade trazida aos sujeitos que passam por ali de vivenciarem quatro locais ao mesmo tempo (estádio, museu, exposição e a representação gerada pela obra).

Entretanto devemos destacar que a multiterritorialidade possível de se vivenciar na exposição é forjada, foi feita com a intenção de aglutinar esses sujeitos de grupos e origens distintas através de uma narrativa criada com o finalidade de passar determinadas experiências ao público, e é aqui que a [FIC] se faz visível. Pode parecer que os sujeitos que circulam por esses espaços é que estariam moldando suas utilizações, mas na realidade o espaço Estádio do Pacaembu e Museu do Futebol também impõe um recorte aos atores que circularão nesse território. Independente da motivação, o território encontra-se envolto de questões de origem econômica por um lado, onde as ações do universo do capital geram discursos de poder no local e, por outro lado, percebemos a movimentação pautada em preceitos culturais daquele ambiente, que remontam a sua constituição em épocas anteriores a existência do museu e que contribuirão na formação do que virá depois.

A multiterritorialidade é relacionada com movimentos naturais dos indivíduos ou relações de poder/econômicas que surgem com a intenção de criar uma dimensão simbólica no território. Essa perspectiva simbólica aponta para a questão da formação e entrecruzamento de narrativas, figuras, formas, materiais e sujeitos que digam de determinado objetivo institucional, que transmitam a história almejada por esses poderes. Desse modo, a ficção se faz visível por apontar para objetos artísticos como formas de guardar experiências que extrapolam os objetivos iniciais do artista. Trata-se de contar uma história que depende de matérias-primas e figuras como referencias – as obras. Assim, percebemos um entrecruzamento do espaço da/na obra Exaltação como ser ficcional e sua existência é possibilitada pela multiterritorialidade que contribui para criar e na qual se vê inserida.

O objetivo da exposição é o de homenagear os torcedores, que são os responsáveis por manter e trazer significado, de certa forma, aos times, aos estádios e ao próprio Museu. Nesse sentido, as imagens retratam apenas as torcidas nos jogos, sem em nenhum momento focar no campo ou em quaisquer outros aspectos. Dessa forma, mescla o avesso das arquibancadas com os hinos das torcidas e suas imagens, chamando atenção para a forma como o local foi constituído e deixando evidente as camadas necessárias para fazer com que a exposição exista, ao mesmo tempo em que trabalha com certo protagonismo de cada torcida ao destacá-las no espaço. Atentamos aqui que a abordagem busca tratar de grupos de torcedores, ou seja, a comunidade que formam com aqueles que dividem do mesmo ideal ao acompanhar um time de futebol, então a individualidade do sujeito aparece compartilhada através da equipe.

Assim, Exaltação trabalha com questões da realidade desses times através da união do espaço em que está inserida, dos materiais necessários para sua execução e de uma narrativa que almeja criar figuras de identificação com o público, buscando que os torcedores se sintam integrantes da própria representação que estão vendo, e que o restante do público (os não-torcedores) consiga entender e se sentir no meio de uma torcida, através dos elementos da ficção elencados nesse território.

Entretanto, dentre as muitas reações que podem existir nesse espaço, como aponta Latour (2014) as exposições devem fazer o público pensar sobre o que está vendo e se posicionar quanto a isso, mostrando o peso de realidade que a [FIC] traz aos nossos cotidianos. Vamos destacar para exemplificar esse aspecto uma sugestão colocada por um visitante no portal *online* do Museu do Futebol:

> Como amante do futebol, fui algumas vezes ao museu, primeiramente gostaria de dar os parabéns aos idealizadores desse espaço, que conta com um acervo maravilhoso, que nos faz viajar na nossa história e nossa cultura. Sou curitibano, e torcedor fanático do Paraná Clube, me senti honrado ao perceber no acervo fotos, histórias e bandeiras dos times que deram origem ao Paraná Clube (Colorado, Pinheiros, Ferroviário, entre outros). A minha sugestão / crítica é referente ao espaço reservado para as torcidas [Sala da Exaltação], onde aparece as torcidas dos principais times do país cantando seus gritos de guerra, vibrando com seus gols, torcedores felizes e cantando a um coro só as músicas dos seus times de coração. Ao aparecer a torcida do meu querido Paraná Clube, para minha tristeza, tristeza essa compartilhada com outros amigos paranistas que vieram de Curitiba prestigiar o museu, aparecem poucos torcedores do setor social do estádio que, no dia da filmagem, estava

> vazio (Vila Capanema), torcedores esses sentados, com capa de chuva, cara de triste, aparentemente reclamando de alguma coisa, e alguns tímidos gritos. Retratando de forma errada a vibrante torcida paranista, a massa tricolor, e a Vibrante Fúria independente. Me coloco a total disposição para fazer a ponte com a diretoria do Paraná Clube bem como com a principal torcida organizada para passar para vocês vídeos que façam jus à torcida vibrante que o time tem, todos cantando a um só coro os gritos de guerra do meu tricolor. Seria um bem para os torcedores paranistas como eu que visitam o museu, e para os demais milhões de brasileiros que visitam esse excepcional espaço reservado para a história do futebol do nosso Brasil. (AZEVEDO; ALFONSI, 2010, p. 286)

Por esse trecho podemos perceber a decepção do torcedor quanto a forma que a torcida de sua equipe foi retratada dentro da exposição, sugerindo e se responsabilizando por trazer novas imagens que façam jus ao que ele acredita como representações ideias de sua torcida, destacando que essa ação seria interessante não apenas para o seu time, mas também para todos os brasileiros que visitam a instituição.

Percebemos com essa postura, que para esse torcedor a sala transmite uma homenagem as torcidas e as sensações de se estar numa arquibancada, mas a desilusão com a imagem vista do Paraná Clube traz reflexões e questionamentos sobre a realidade que ele (enquanto actante inserido na associação torcida-time) tem de seu clube, para o que os outros sujeitos formarão do time ao visitarem o museu. Isso se torna uma preocupação ao não ser condizente com a experiência que ele protagoniza em sua equipe. Assim, os seres da [FIC] podem também trazer reflexões negativas quanto a sua existência, mas ao transformar e se manterem vivos através dos comentários e incômodo desse torcedor, por exemplo, apontam para sua atuação dentro da multiterritorialidade em questão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As geografias da comunicação trazem reflexões sobre os usos que fazemos dos territórios, mas também da influência que eles possuem e exercem sobre nós enquanto categorias e possibilidades de expressão e comunicação. A ideia de multiterritorialidade nos diz que sobrepomos territórios ao transitarmos por diversos cenários, seja de forma física ou virtual. Essas camadas que se formam aparecem, na maioria das vezes, relacionadas a questões de poder econômico e ideológico, mas também se tornam cada vez mais acessíveis devido a difusão de dispositivos móveis e acesso à *internet.* Os sedimentos formados pela multiterritorialização trazem uma mescla de influências e origens, caracterizando esses territórios como múltiplos, com aspectos que entram em convergência para determinados grupos de indivíduos que ocupam ou transitam por esses espaços.

Enquanto isso, os modos de existência buscam exemplificar sobre as formas de existirmos no mundo 'moderno' e como o papel de cada elemento é essencial e híbrido dentro do coletivo. Assim, o modo ficção aparece para falar da união de matérias-primas e figuras, seja por meio imaginativo, artístico ou científico, que lançam narrativas e nos fazem refletir e perceber de formas diversas o peso da

realidade, multiplicando nossos mundos e a percepção que temos sobre eles.

Do cruzamento desses dois conceitos, percebemos que a multiterritorialidade está presente em ações e lugares de nossos cotidianos que nem sempre se fazem visíveis de forma evidente, podendo ser constituída individualmente, através da sobreposição desses espaços, mas também em grupos, através da busca coletiva por aspectos simbólicos e que muitas vezes respondem ao poder político. Ao mesmo tempo, essa multiterritorialidade pode ser forjada para transmitir certos significados e identificação, transformando os seres que passam por esses territórios e encontrando a [FIC] para execução desse processo, como observamos com apontamentos trazidos pela obra multimídia Sala da Exaltação.

Esse trabalho representa um esforço inicial para apontar as tangências desses dois conceitos e como podem ser agregadores no olhar para as relações de comunicação e análise de obras de arte.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Clara; ALFONSI, Daniela. A Patrimonialização do Futebol: notas sobre o Museu do Futebol. **Revista de História**, Universidade de São Paulo, n. 163, p. 275-292, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/19179>. Acesso em 24 mar. 2017

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

CASTELLS, Manuel. Museus na Era da Informação: conectores culturais de tempo e espaço. IN: **Musas** – Revista Brasileira de Museus e Museologia, Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, nº5, 2011.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**: capitalismo e esquisofrênia. São Paulo: Editora 34, 1995.

HAESBAERT, Rogério. Da Desterritorialização à Multiterritorialidade. **Boletim Gaúcho de Geografia**, 29: 11–24, jan., 2003. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/bgg/article/view/38739/26249>. Acesso em 21 fev. 2017.

HAESBAERT, Rogério. Território e Multiterritorialidade: um debate. **GEOgraphia**, Vol. 9, No 17, 2007. Disponível em <http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article/viewArticle/213>. Acesso em 21 fev. 2017.

LATOUR, Bruno. **An Inquiry Into Modes of Existence***:* an antropology of the moderns. Massachusetts: Harvard University Press, 2013.

LATOUR, Bruno. Bruno Latour, antropólogo e escritor: "Temos que reconstruir nossa sensibilidade".

Entrevista concedida a Luiz Felipe Reis. **O Globo**, Rio de Janeiro, 29/09/2014. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/conte-algo-que-nao-sei/bruno-latour-antropologo-escritortemos-que-reconstruir-nossa-sensibilidade-14081447>. Acesso em 01 abr. 2017

LEMOS, André. **A Comunicação das Coisas**: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

LOPES, Sonia Aguiar. Geografias da comunicação contemporânea: um mapa teórico e empírico do campo. **Contemporânea**, n. 21, ano 11, v. 1 2013, p. 31-47. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/6960/5097>. Acesso em 02 mar. 2017.

TARDE, Gabriel. **Monadologia e sociologia**. Petrópolis: Vozes, 2003.

WENZEL, Marianne; MUNHOZ, Mauro. **Museu do Futebol**: arquitetura e requalificação no Estádio do Pacaembu. São Paulo: Romano Guerra Editora, 2012.

O VOO EM MIYAZAKI:
Características, cultura e semiótica na obra do diretor

Raphael Parreira e Silva
(Mestrado em Comunicação Social – Interações Midiáticas pela PUC Minas;
raphaelparreiraesilva@hotmail.com)

RESUMO
Este artigo analisa a forma com que o voo é discutido dentro do estilo visual e narrativo do diretor de animação japonesa Hayao Miyazaki. Para isso é necessário focar em questões relacionadas ao próprio cinema, se destacando conceitos como a teoria do autor, leitmotiv, além de estudar características que são especificas da cultura japonesa que se refletem no cinema. Baseando nisso, foi necessário buscar autores como Oliveira, Stam, Eisenstein e Austruc; além de debater os processos semióticos de acordo com os pensamentos de Peirce, Pinto e Joly com o propósito de ilustrar melhor a relação voo/Miyazaki. Dito isso, por meio do entrelaçamento desses conceitos, espera-se entender elementos que constituem a obra do diretor e a problemática do discurso do voo.

PALAVRAS-CHAVE
Anime. Miyazaki. Cinema. Leitmotiv. Semiótica.

ABSTRACT
This article analyzes how the flight discussed inside the visual and narrative style from director of Japanese animation Hayao Miyazaki. For that happen is necessary to focus on issues related to cinema itself, highlight concepts such as the theory of the author, leitmotiv, besides studying characteristics that are specific to Japanese culture assimilated by cinema. For this, it was necessary to look for authors like Oliveira, Stam, Eisenstein and Austruc; further on discussing the semiotic processes according to the thoughts of Peirce, Pinto and Joly with the purpose of better illustrating the relationship flight/Miyazaki. By the intertwining of these concepts, expects to understand elements that constitute the work of the director and the problematic of the speech of flight.

KEYWORDS
Anime. Miyazaki. Movie. Leitmotiv. Semiotics.

INTRODUÇÃO

Esse artigo visa discutir as manifestações acerca do discurso do voo e como que essa presença pode gerar interpretações, sejam elas quais forem (psicológicas, filosóficas, românticas, entre outras), baseando fortemente no processo de significação, dentro da obra de Hayao Miyazaki. Infere-se que o voo possa ser uma reivindicação por parte do diretor, não estando em todos os seus filmes apenas como *plot* da história, mas como proposta de uma síntese ideológica, uma vez que sua relação com a aviação, como será abordado mais adiante, estabeleceu-se há um certo tempo, tornando uma de suas paixões.

Hayao Miyazaki é um dos mais famosos diretores de cinema de animação japonesa e suas obras conquistaram numerosos fãs ao redor do mundo, com recepções, em suma, positivas pela crítica, além da conquista de respeito por profissionais dentro da aérea cinematográfica, como, por exemplo, Akira Kurosawa[1][2].

Como visto em Oliveira (2016), desde a infância o interesse de Miyazaki por desenhos era latente, pois enquanto seu pai e tio trabalhavam com construção aeronáutica, ele ilustrava aviões que mais gostava[2][3]. Por ter vivenciado a segunda Grande Guerra, mas, principalmente, as consequências do pós-guerra, o diretor, talvez como forma de escape daquela realidade da qual vivenciou e em que seu país se encontrava, desenhava mangás no período escolar. Após se formar em Ciências Política e Economia, foi contratado pela *Toei Animation*, onde trabalhou como desenhista, produtor, entre outras tarefas. Na Toei seu trabalho era mais direcionado para a produção de series de TV, o que estimulou sua saída da empresa, pois seu foco, desde a entrada para o campo da animação, residia na elaboração de filmes animados.

Após variados trabalhos relacionados a produção de filmes e series animadas, com passagens em diversas produtoras, foi na criação de um mangá que Miyazaki iniciou sua popularidade. Em 1982 desenhou e roteirizou *Nausicaã no Vale do Vento*. Neste, o desenhista já começava a demonstrar algumas de suas principais características como o protecionismo ecológico, personagens femininos fortes e aviação.

O êxito do quadrinho estimulou o animador a adaptar *Nausicaã* para um longa de animação. Produzido por Isao Takahata, amigo de Miyazaki desde os tempos da *Toei*, e distribuído pela Topcraft, a estreia do filme ocorreu em 1984. O retorno financeiro foi grande o suficiente para possibilitar que Miyazaki e Takahata fundassem sua própria produtora de filmes animados: o Studio Ghibli. Assim, desde as primeiras produções audiovisuais do estúdio, a marca Ghibli e o nome de Hayao Miyazaki ganharam fama considerável em escalas mundiais.

Os filmes Ghibli, em destaques aqueles concebidos por Miyazaki, tem como pressuposto discutir as relações dos humanos com o mundo, mesmo que para isso seja necessário a interferência do fantástico. É comum a presença de criaturas ou magias nos filmes da marca.

Dentro dessa ótica, o respectivo artigo pretende discutir acerca dos elementos que constituem a narrativa de Miyazaki, em especial o voo, que, entende-se, proporciona uma variável de significações

1 - No encontro promovido por uma TV japonesa, em 1993, intitulado *Miyasaki Meets Kurosawa*, o diretor de Os setes Samurais (1954) afirmou ter se emocionado bastante com O Serviço de Entregas de Kiki (1989) e colocou Meu Vizinho Totoro (1988) como um dos seus filmes favoritos.

2 - Percebe-se a relação emotiva que o diretor já demonstrava para com a aviação. Talvez esse elo tenha tamanha potência, em função da nostalgia paterna, que tal fato pode trazer para a representação do voo incontáveis significados.

sobre a interação homem/mundo. Possivelmente seja essa a intenção do autor: moldar o relacionamento do personagem com o espaço diegético, por meio do *mise en scène*, e, dessa forma, incentivar a promoção, talvez pela catarse, como visto em Hikiji (2012)[34], do entendimento de mundo do espectador através da consciência crítica.

SINGULARIDADES CULTURAIS PERCEBIDAS NO CINEMA JAPONÊS

Em função disso, estipula-se que estudar a obra de Miyazaki corresponde entender a importância do cinema de animação e do cinema japonês no mosaico atual da sétima arte. Além disso, a compreensão de tais eventos reside nas colocações de assuntos em vigente pauta como a preservação da natureza, avanços tecnológicos, movimento feminista e desigualdade.

Diante disso, evoca-se aqui certas características do animador que compactuam com a forma de se fazer cinema no Japão, ou seja, há certas peculiaridades que são notadas como demasiadas idiossincrasias dentro do formato audiovisual japonês nas quais Miyasaki se enquadra.

Eisenstein (1929) já observava a riqueza existente dentro da cultura japonesa e que era incompreensível, para o cineasta russo, a maneira como os japoneses não a aproveitavam para moldar suas películas[45]. Para ele, a forte presença da escrita pelo formato em ideogramas, sugere a ideia de montagem, gesto este importantíssimo para o universo cinematográfico.

Oliveira (2016) também compartilha da mesma opinião. De acordo com ela, o ideograma propõe mais do que a escrita ocidental, pois transmite novas concepções e permite o surgimento fácil de metáforas.

> Essa metaforização, em grande parte, é facilitada pela peculiaridade da escrita japonesa ser ideográfica e possibilitar uma polissemia natural, pois a imagem tem muito mais apelo à imaginação poética do que a escrita não-ideográfica. (OLIVEIRA, 2016, p. 99).

Em virtude disso, quando enfim o cinema japonês apropriou-se dessa estrutura linguística, trouxe consigo outros traços artístico-filosóficos nacionais, como o uso do tempo cronológico na ação. A exaltação do "agora", assim como arquitetado numa frase ideográfica, permite saborear melhor o presente e exibir diferentes elementos em tela. É como se ocorresse uma desaceleração do tempo em virtude de uma espécie de contemplação e meditação.

Conforme destacado por Eisenstein (1929), acredita-se que uma das influências para tal gesto

3 - A autora afirma que as formas materializadas de catarse no indivíduo - impulsos agressivos, patológicos e exorcização de um 'eu' psicótico - podem ser canalizadas pelo sujeito ao entrarem em contato com a determinada obra (seja ela literária, musical, pictórica, etc.). Dessa forma, observamos como a catarse funciona como um mecanismo para o sujeito quando este observa situações tragicômicas, reais ou ficcionais, transformando as suas respectivas manifestações sentimentais. A catarse auxilia na perda de estresse e contribui com a constituição da forma do sujeito e de sua performance. Toda a carga de nervos do indivíduo é posta para fora ao formular o gesto catártico.
4 - Na época em que o cineasta russo escreveu esse artigo o cinema japonês tinha realizado poucas obras relevantes. Foi apenas na década de 50 com surgimento de diretores como Akira Kurosawa, Yasujirô Ozu e Ishirô Honda que o país oriental entrou de vez como uma das grandes escolas da sétima arte.

tenha sido o teatro nipônico, em especial, o Kabuki. Essa forma de encenação recorre ao tempo lento, os movimentos cênicos são retardados e tal escolha, de modo geral, é vista como positiva no Japão. Os japoneses valorizam seu respectivo teatro e as características do mesmo se tornaram uma extensão no cinema. O autor esclarece que a maioria das cenas filmadas (ou animadas) não são feitas em "câmera lenta" - ou nos termos propostos para o modelo cênico citado no que diz respeito a degustação do presente – mas é perceptível a utilização desse artifício em obras fílmicas nipônicas. Essa herança do teatro Kabuki é sentida em *Porco Rosso* (1992), filme de Miyazaki, por exemplo. Na cena em que Rosso tem uma espécie de delírio e vislumbra aviões de pilotos já mortos no céu. Essa cena reflete essa elasticidade do tempo aqui debatida.

Deleuze (1983) verifica que essa exploração em torno da ação no espaço cênico japonês funciona como um "sopro" de linhas horizontais e verticais que cobrem a tela. É como olhar para uma pintura do Japão feudal. Os traços únicos são unidos pela mão do 'editor' que conta uma história, onde a conclusão quem faz é o observador da obra.

Ao falar do cinema de Kurosawa, Deleuze (1983) considera que o cineasta possui uma forte relação com as tradições nipônicas. O mesmo se aplica a Miyazaki, por exemplo, que busca uma base na poesia haicai que é uma das marcas mais famosas do universo cultural japonês. Sua narrativa breve conta com palavras que se amarram sem o auxílio do verbo. Essa junção de palavras, que para Deleuze (1983) seriam blocos de ação e para Eisenstein (1929) sinônimo de montagem, que nada mais é do que a produção cinematográfica, equivalem aos desenhos miyasakianos. Ao ler um haicai compreende-se sua narrativa pela conexão de palavras e potencial imagético; Vale leitura similar nos filmes de Miyazaki, pois com a sequência das imagens que a compreensão se fará.

Além disso, infere-se que a arte de Miyazaki por si só se compara com o haicai já que provavelmente o diretor olhou com mais atenção para tal tipo de poesia e se deixou influenciar pela mesma, contudo tal processo interartístico não foi o primeiro e tampouco o último na história das artes japonesas.

Outro ponto comum entre obras fílmicas e extremamente presente na cultura 'miyasakiana' é a exacerbação da natureza. No país, há um gama grande de eventos naturais bem distribuído ao longo do ano - as quatro estações conseguem ser bem fidedignas dentro da concepção de cada uma - e, conforme enfatiza Oliveira (2016), as expressões artísticas como literatura e cinema são o elo do humano com a natureza. Dessa forma, para os japoneses onde o orgulho a fauna e flora é salientado, ao expor tal conteúdo em obras artísticas, a paisagem se estrutura como um personagem.

Assim, o orgulho da natureza é reforçado na esteira do ideograma e concluída imageticamente pelo alongamento da ação. O ideograma japonês, por assumir configurações, imagens, se 'instaura' desde muito cedo no japonês nativo. Essa realidade concede uma valorização à imagem e conta com os outros manifestos culturais, como o teatro e a poesia, a preservação ambiental entre outros. O ideograma cria todas essas atividades culturais, pois a escrita é uma das bases para as formulações de uma sociedade e essa estrutura, além de instigar o potencial metafórico, condiz com o que Eisenstein (1929) admitia ser a real cinematografia. Cinema, para ele, é nada mais que o apoio de diversas imagens que ao se agruparem formam algo maior, transmitindo ideias e movimentando significados; uma linguagem.

Ora, é perceptível que o cinema japonês possui uma 'semi-linguagem', baseada no campo cultural desempenhado e alimentado por eles próprios, talvez cada país tenha um pouco disso. Contudo, ao observar essas idiossincrasias, interpreta-se e concordo com Antonio Costa (1985) que há no macro conceito cinematográfico uma linguagem, "Uma linguagem com suas regras e convenções" (COSTA, 1985, p.27), mas uma linguagem.

Dito isso, fica claro que essa linguagem, assim como qualquer outra, exerce um poder no seu meio, servindo de alicerce para o surgimento de qualquer obra fílmica. Miyazaki não foge disso. Entretanto, ele apropria dessas 'regras cinematográficas', se impulsiona das características japonesas fornecidas pela cultura para gerar seus próprios gestos e tendências dentro da sua composição artística de animes.

PARTICULARIDADES DE MIYAZAKI: LEITMOTIV E TEORIA DO AUTOR

Como enfatizado anteriormente, Hayao Miyazaki possui marcas que são constantes em suas obras; discurso antibelicista, presença de mitos e lendas, ode à natureza, personagens femininos marcantes e o voo. Entender seus gostos com relação a propriedade criativa de um longa é discutir o próprio cinema. Para isso, compreende-se que certas teorias se encaixam no material artístico do diretor japonês. Ao realizar isso, busca-se evidenciar que essas particularidades de Miyazaki querem dizer algo mais do que simplesmente serem postadas em seus roteiros.

O primeiro conceito que a ser problematizar é sobre a Teoria do Autor. Segundo Stam (2003) essa teoria surgiu entre o fim da década de 1950 e início dos anos 1960, guiando a crítica e o modo de se pensar cinema. O autor dessa proposta foi o romancista e diretor Alexandre Astruc, com seu ensaio *Bith of a new avant-garde: the camerapen*, de 1948. Astruc é outro pensador que reivindica a linguagem no cinema. No livro citado, ele conclui que o cineasta pode defender suas crenças da mesma forma que um escritor faria num romance. O nome '*Camarapen*' não é apenas uma alusão para uma reciclagem da sétima arte, mas também a ideia de que a câmera para um diretor de cinema é como uma caneta para um romancista. Astruc acreditava que o cineasta também deveria ser capaz de dizer "eu" como os poetas e escritores. "O cinema irá libertando-se paulatinamente desta tirania do visual, da imagem pela imagem, do concreto, para tornar-se uma escrita tão maleável e tão sutil como a linguagem escrita" Astrucc (2012, p. 65, apud PINHEIRO, 1994, p. 21).

Essa teoria ganhou força com o diretor francês François Truffaut, um dos maiores nomes da *Nouvelle Vague*, pois o cineasta enquanto percussor e crítico de cinema, era contra a forma institucionalizada de se fazer filme na França. Ele ridicularizava a tradição fílmica de seu país, alegando que uma obra não se diferenciava da outra.

"Para Truffaut, o novo cinema se assemelharia a quem realizasse, não tanto pelo conteúdo autobiográfico, mas pelo estilo, que impregna o filme com a personalidade de seu diretor. " (STAM, 2003, p.103). O autor certifica que a teoria do autor se aplicava em Truffaut, pois este além de se firmar no decorrer dos anos, levando peculiaridades técnicas em seus filmes, dava créditos a outros diretores

com personalidades estilísticas como Alfred Hitchcock.

Dentro desse prisma, Stam (2003) ressalta que a teoria do autor teve um papel importante no resgate de filmes e seus mais variados gêneros, antes negligenciados e jogados no limbo pelo grande público, além de contribuir com a teoria e a metodologia cinematográfica. Foi importante também por agregar cinema e literatura e enriquecer os estudos acadêmicos sobre o cinema.

Em função disso, salienta-se que para o reforço da busca de entendimento por trás do trabalho de Miyazaki, seja interessante resgatar outro pensamento: o Leitmotiv. O termo se originou nas obras de Richard Wagner, na metade do século XIX, quando o músico repetia frequentemente o tema numa partitura, unindo o som a um personagem ou aspecto narrativo, por exemplo.

Desde o nascimento da expressão já havia a reutilização da ação na estrutura artística do autor, no caso Wagner. Da mesma maneira que o suspense é mantido em filmes de Hitchcock, do mesmo modo que as referências a cultura pop são percebidas nos longas de Tarantino, do mesmo jeito que o voo é visto nas obras de Hayao Miyazaki. Evidente que o uso do Leitmotiv se modificou e desenvolveu com o tempo desde a proposta realizada por Wagner. Seu conceito atingiu mais campos e adotou novos significados.

Focando na história do cinema, Oliveira (2015) percebeu que Fritz Lang foi um dos responsáveis pelo reuso do Leitmotiv.

> Ao propor a identificação do assassino por uma música que sugere leituras metafóricas, Fritz Lang introduz emprego do Leitmotiv no cinema. E é justamente tal perspectiva metafórica que permite a aproximação entre Lang e o conceito original de Leitmotiv. Ou seja, a utilização de um tema musical se constitui como uma composição que pretende ampliar os significados da obra para o espectador. (OLIVEIRA, 2015, p. 24)

Diante disso, no exemplo demonstrado por Oliveira (2015) é notado que a música permanece forte no emprego do Leitmotiv, entretanto, consta-se também a maneira como os sentidos ao termo vão crescendo progressivamente. O próprio Wagner, mesmo que sem esse propósito, ao aplicar tal formulação levantou variáveis interpretações. “Seus motivos e suas posições variam e seus significados dramáticos se re-significam a cada nova combinação. “ (OLIVEIRA, 2015, p. 57).

Ainda dentro dessa ótica, no texto, Wellek e Warren (2003) apontam como configura o Leitmotiv na medida em que ocorrem repetições a partir da escolha do criador de uma determinada obra. Dessa maneira, observo que o Leitmotiv para o espectador, no caso do cinema, representa uma serie de cenas, ou discurso, que se sucedem na filmografia do diretor, como o caso do voo em Miyazaki, não importando se a forma reprisada seja quase que idêntica a outra ou bastante diferente, mas, como assegura Julio Pinto (2017) se mantem o “caroço semântico”. Ou seja, embora um gesto ou ação seja reprisado de outras maneiras, sua formação inicial será mantida. Se há uma música presente no momento em que o assassino aparece, como no filme de Fritz Lang, quando a mesma trilha tocar em uma passagem distinta, a ligação com o ato da personagem do matador será imediata, com chances de

haver um novo atributo de valor nesse elemento narrativo. Ao mesmo tempo que existe a conexão com a primeira visualização do artificio, haverá um novo deslocamento de sentido. "...O Leitmotiv opera como uma espécie de gancho de significação que auxilia o espectador a criar sentidos dentro de uma obra..." (OLIVEIRA, 2015, p.73).

Em vista disso, assim como reconhecido no processo de *semiose*, onde uma reprodução de certo evento proporcionará transformações e movimentos para outras esferas de significações, essa repetição, sobreposta a outra, produzirá novas inferências. Retomando a Miyazaki, mesmo o Leitmotiv do ato de voar operando com importância num momento da história, todo instante que esse gesto for replicado ele estará sujeito a uma sobreposição de ideias, por parte do espectador, no caso, que podem gerar sentidos diferentes que o apresentado pelo autor.

Assim, estudando os filmes de Miyazaki, verifica-se que certos momentos são característicos do autor que me permite afirmar se uma obra é dele ou não. Tal caracterização pode ser lida como uma figura diante da teoria do autor e a forma multiplicada da mesma como manifesto do Leitmotiv.

ANÁLISE SEMIÓTICA: ÍCONE E ÍNDICE

Neste segundo momento será abordada questões relativas a semiótica e os diversos pensamentos oriundos de Peirce. Tendo em vista que estudar demasiados fenômenos, como o cinema, por meio da semiótica é entender a reverberação dos sentidos e as inúmeras inferências construídas por meio da semiose (movimento de sentido). Dessa forma, Peirce (2005) considera que um signo torna-se real diante da efetivação do interpretante e da maneira como o mesmo atribui predicados ao signo.

Em função disso, ao captar a variação dos signos e a estrutura triádica que conecta objeto, signo e interpretante, é interessante notar como que cada um desses elementos que compõem a trindade é similar e ao mesmo tempo diferente. Se reparar numa cena de qualquer filme, por exemplo, os atores são distintos de suas palavras proferidas, de suas vestimentas, do cenário ou dos objetos materiais que constituem a passagem. Contudo, como lembra Joly (1994), "Todos podem significar algo diverso de si próprio e constituir-se, portanto, como signos." (JOLY, 1994, p. 38).

Dito isso, resgatando o conceito de ícone, que constitui a ordem dos signos cuja a ligação se estabelece com o objeto, proporcionando assim uma certa equivalência com seus significantes. Um desenho pode ser lido como um valor icônico, por exemplo. Assim, estipula-se que é perceptível a importância de entender a capacidade semiótica do ícone na cultura da animação, uma vez que ele possui uma aproximação com metáforas e, como já observado, o Japão tem um apego a metáfora. E seria as metáforas a melhor forma de decifrar uma arte?

Contudo, como afirma Pinto (1995), é logico que o ícone não se restringe a uma imagem, de propriedade física, como um desenho ou fotografia, no momento em que se instaura sua semelhança com o objeto. Entretanto, é salutar o pensamento do ícone enquanto vetor de informação.

> Como diz Peirce, no CP 2.276, um signo por Primeiridade é uma imagem do seu objeto e uma imagem só pode ser uma ideia. A função sígnica do ícone é, assim, a de exibir em si traços de seu objeto para uma mente. Por isso, uma de suas importantes características é a de que, através da observação direta dos ícones, podem ser descobertas outras verdades acerca de seu objeto, além dos traços que bastaram para a sua identificação, isto é, o ícone é responsável pela revelação de interpretantes inesperados. (PINTO, 1995, p. 24 e 25)

Indubitavelmente, como define Peirce (2005), a imagem, enquanto signo icônico, possui um caráter de aparência constante com seu objeto. Para o autor, ela quase que ocupa o lugar dele. "Na relação imagem/objeto, portanto, privilegia-se a identificação da qualidade material do ícone (seu fundamento) com a do objeto. " (PINTO, 1995, p. 26).

Retomando a Joly (1994), a potência de uma imagem (leia-se aqui a imagem da maneira mais polissêmica) é a soma de ícones que se relacionam analogicamente entre significantes e seus referentes. Um simples frame de um filme de animação, por exemplo, resgata atributos de seu referente. As formas, geométricas ou não, escolhidas para compor o quadro em destaque por parte do animador, ou uso das cores e suas respectivas significações são movidas por uma densidade icônica que vão culminar no símbolo. Afinal, de acordo com Peirce (2005), há uma convenção de que a forma desenhada seja relativa a um menino (a), por exemplo; existe uma lei. Tal símbolo, por sua vez, dependendo do contexto, poderá servir como índice. E por aí se infinita a complexidade semiótica interpretativa de uma cena congelada de um anime.

Sendo assim, o índice, que pode ser lido como as pistas, os rastros deixados pelo objeto, além de expressar continuidade de um ato, se posiciona, conforme visto em Pinto (1995), para com o objeto na proporção em que é dirigido pelo próprio. Agrega-se a isso o juízo que o índice tem de poder gerar um conteúdo icônico a partir do momento que ele consegue atingir um nível de aparência com seu referencial.

Logo, avaliando profundamente as construções fílmicas do cineasta japonês e, consequentemente, o cinema de forma geral e o cinema do Japão, frisa-se a avaliação feita por Julio Plaza (2010) sobre esse tipo especifico de nicho audiovisual.

> Do ponto de vista semiótico, o que o artista oriental procura acentuar é o efeito do ambíguo, do evanescente do aberto à interpretação, quer dizer, o caráter de qualidade de sentimento inscrito nos interpretantes imediatos e, portanto, nos objetos imediatos dos signos (...). O signo, então, se entretece numa redes de ambiguidades e de formas abertas à significação. Mas isso só é conseguido pelo vazio que é gerado as oposições energéticas e inversões visuais transformativas através de elementos opostos: Céu-mar, Terra-água, oposições que instalam entre

> seus componentes, a espacialização como abertura que se impõe ao tempo, dando a sugestão de grande vazio entre objetos, vazio que é preenchido mentalmente como um ícone. (PLAZA, 2010, p. 204)

Portanto, com a observação de Plaza no que diz respeito ao recurso do ícone, ocorre-se uma ligação com o propósito desse artigo de evidenciar a formatação do discurso do voo nos longas de Miyazaki. A partir do momento em que se nota essa presença constante na efetuação de suas obras, o artificio do ato de voar, independente se for *plot twist* do roteiro ou uma simples passagem em tela, contribui para a crença do índice. Índice e ícone podem caminhar juntos e, com efeito, re-significar como lembra Peirce (2005).

Nesse contexto, os usos de tais entendimentos semióticos auxiliam na compreensão dos valores significativos e referenciais constados na obra de Miyazaki. Principalmente no que tange a apropriação do ícone e índice enquanto tradutores da ordem visual. Afinal, a obra do diretor em estudo se resume ao estético e essa transposição de sentido reforçará na articulação na medida em que o estudo acerca da composição fílmica do autor focar nas acepções causadas pela retorica do voo.

METODOLOGIA

O trabalho metodológico utilizado aqui parte, uma vez mais, de tratados da filosofia de Peirce. A abdução, como enfatizado por Pinto (1995) é o conhecimento gerado pela hipótese. "Seu papel é vital no sentido em que a inferência hipotética é a responsável pela lógica da descoberta. " (PINTO, 1995, p. 13).

Deely (1995) assegura que a abdução é a lógica da distinção, já que com ela defrontamos ideias, anafóricas e catafóricas, e traduzimos sugestões. Essas sugestões podem acarretar descobertas. Deely (1995) crê que a abdução seja originária no que diz respeito a formação de argumentos.

Parece pouco, mas dentro da lógica de Peirce (2005) é na abdução que surgem as teorias. E tal conduta de pensamento não se restringe a apenas um campo do conhecimento. Seu uso guia descobrimentos seja nas ciências biológicas, geométricas, sociais, filosóficas ou comunicacionais. Isso se torna mais claro ao passo que percebemos que nosso conhecimento é dado não apenas pelos fenômenos e experiências externas, mas pelos fenômenos que criamos de modo interno. Há uma produção de sentido que damos ao mundo que não necessariamente seja igual a ele, mas que não deixa de ser verdade, pelo menos a nossa verdade.

> Como palpites, os processos abdutivos podem levar a erros, mas a falibilidade de uma hipótese não quer dizer que a abdução seja um processo de ensaio e erro. Fundamentalmente, o que acontece é que uma hipótese é formulada com base na experiência, através da escolha de um interpretante logicamente possível para os signos que se oferecem à observação. A inferência abdutiva

> é, portanto, um palpite razoavelmente bem fundamentado acerca de uma semiose. (PINTO, 1995, p.14).

Verifica-se aqui como que essa dúvida surgida na mente por meio da hipótese caminha de forma evidente nas categorias peircianas; Primeiridade (qualidade), Secundidade (experiência) e Terceiridade (finalidade).

Para Eco (1991) a abdução se determina na confiança de afinidade entre mente do interprete e a natureza para concretizar que tal suposição elaborada se torne algo palpável e confiável, pois cada inferência desse patamar entrará em conflito com outra, na medida de comparação, por meio da observação.

Essa análise lógica, para Eco (1991), seria o primeiro degrau de um raciocínio tipicamente cientifico, bem como o processo argumentativo que cria novas concepções. Para que ocorra essa ação é notório relembrar que a abdução é um dos diversos elementos de um movimento cognitivo. Como retrata Eco (1991), essa sustentação hipotética aqui debatida é "o ponto de partida que pode interpretar os fatos observados de modo a identificar possíveis causas de eventos resultantes" (ECO, 1991, p.136).

Segundo Eco (1991), o método abdutivo é considerado ferramenta prática para o alcance do estágio da investigação e comprovamento da série. Para o autor, qualquer pesquisa cientifica usufruirá desse artificio hipotético, pois este dará a base para que a mesma pesquisa se torne concreta.

> Ao enfatizar, em detrimento da tradição cartesiana, que todo nosso conhecimento em uma base hipotética, por um lado, eu realço sua fiabilidade intrínseca, mas, por outro, proclamo resolutamente a necessidade de colocar a abdução na sala de controle do processo cientifico, pois é apenas por meio de hipóteses, de novas e mais ousadas abduções, que podemos descobrir novas verdades, ainda que de modo aproximado e provisório. (ECO, 1991, p.137).

Em função disso, ainda baseando em Eco (1991), não é devaneio ressaltar que por meio dessas inferências o indivíduo pensante pode desvendar o objeto e perceber certas novidades da experiência. É valido o caráter criativo e aperfeiçoado sugerido pela abdução. Ela dá liberdade para o alcance de padrões e convenções. Ela, ao que indica o autor, pode auxiliar em escolhas diárias de contextos adversos, dos simples aos mais complexos, pois como destacado em Peirce (2005), as hipóteses estão presentes a todo instante da formação psíquica.

Na visão dele, no momento em que o sujeito opta pelas sensações, a abdução está acolhida na mínima forma. Ela se manifesta com mais força no estado de exigência imaginativa, onde o poder criativo se percebe de maneira latente. Nesse emaranhado de significados, é importante lembrar que, para o pensador, a sensação aqui é lida como um atributo, predicado da hipótese, pois uma coisa não necessariamente está descolada da outra. Nossa percepção de mundo, conforme atores que enriquecem o agir, sentir e entender os fenômenos, é uma soma das sensações e inferências. "A diferença é que o julgamento real se baseia em argumentos racionais, enquanto que a hipótese de sensação, "ou signo

mental natural", é "arbitrário", do ponto de vista racional, uma vez que é determinado pela constituição de nossa natureza". (PEIRCE, 2005, p. 271).

Dessa forma é indispensável enaltecer que o processo abdutivo, enquanto vetor interpretativo, não possui obrigatoriedade alguma em chegar a devida conclusão. Tal hipótese apresenta sua suposição, coletando em seu percurso os dados para que sustentem a ideia inicial, mas seu vigor produtivo pode encarretar um vislumbre diferente do "premeditado". Visto assim, talvez nesse processo as premissas podem até levar a um equívoco, como destaca Peirce (2005). Segundo ele, há esse risco, mas no caso aqui estudado, a abdução funciona como impulso para debater as camadas de percepções estéticas usufruídas por Hayao Miyasaki em torno do voo.

Portanto, a abdução, incentivada pela teoria de Peirce, serve não apenas como consideração metodológica para a pesquisa disposta, mas ainda pauta os demais usos de conceitos e embasamentos destacados ao longo do estudo. Seu pano de fundo enquanto características hipotéticas se ergue no emprego para o eixo de todas as teorias debatidas.

CONSIDERAÇÕES

Em Hayao Miyazaki, foi notado que o diretor opera com um certo propósito diante das suas características. Estas marcas sentiram, a princípio, a lógica do costume do modus operandi de se fazer cinema, tendo em vista o conceito de linguagem existente na sétima arte ressaltada por Costa (1985), e a base engessada de se fazer cinema como lembra Deleuze (1983) e Eisenstein (1929).

O modo "adequado" de criação cinematográfica guia um certo padrão dentro desse meio, causando o surgimento de regras. Estas ditam a receita para as escolas cinematográficas, no caso, os países. As artes, ao firmarem suas obras, se fazem influenciadas pelas respectivas culturas de suas nações e no caso japonês isso não é diferente.

Apoiando em questões levantadas por Eisenstein (1929) e Oliveira (2016), o Japão possui uma valorização do tempo presente, que estimula o conforto e a sensação do momento, uma filosofia de respeito a fauna e flora e uma herança cênica do seu teatro, em especial o Kabuki.

Dito isso, Miyazaki usará dessas normas, mas não deixará de ditar a suas, promovendo assinaturas que o destacam enquanto cineasta autoral. Peculiaridades como personagens femininos marcantes, presença do fantástico (em alguns casos, referência a mitos e lendas de seu país) e o discurso do voo. Sem dúvida a aviação é uma de suas paixões. Assim como a animação, o ato de voar não encontra fronteiras e isso sempre foi um fascínio para Miyazaki. A busca de sua biografia é ascender o encontro do menino pequeno admirando modelos de aviões no local de trabalho do pai. O sentimento é tão forte que, como elemento de sua propriedade artística, conforme destacado anteriormente, no que consta o leitmotiv, a tematização do voo e insistência do criador das obras no tema, uma vez que em todos os filmes realizados por Miyazaki o tratamento do voo está presente. E quando uma obra expressa tal sentimento, instiga-se o potencial metafórico.

Destaca-se que o voo representando em seus filmes não possui apenas como característica o deslocamento físico ou apêndice narrativo de roteiro, mas seu emprego pode repercutir algo maior, Miyazaki pode sedimentar sua filmografia tendo o voo como estrutura de estilo.

Nesse caso, os processos semióticos, com ênfase no ícone e índice, assistem para o conhecimento significativo nos filmes. Os estudos de Peirce mostram como a semiose é um movimento *ad infinitum*. Uma obra, seja ela fílmica, auditiva, impressa ou pictórica contará sempre com a adição dos significados por parte dos consumidores dessas artes. Essa estrutura de pensamento em torno dos incontáveis signos, na medida em que não se pode pensar sem eles, como reflete Peirce (2005), auxilia no condicionamento para a tentativa de leitura de organizações ímpares de signos. No caso, visa-se captar essas formulações no cinema de Miyasaki.

REFERÊNCIAS

DELEUZE, G. **Cinema – a imagem movimento**. Editora Brasiliense, 1983.

DEELY, John, 1995, Introdução à Semiótica. História e Doutrina, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

EISENSTEIN, S. ; O Princípio Cinematográfico e o Ideograma. P. 149-164, 1929.

ECO, U. **O Signo de Três**. 1.ed. São Paulo; Editora Perspectiva, 1991. V . 1. 261p

COSTA, A. **Compreender o cinema.** Tradução: Nilson Moulin Louzada, Sheila Schvarzman, Inácio Araújo. São Paulo: Globo, 1985.

HIKIJI, Rose Satiko Gitirana. **Imagem-violência: etnografia de um cinema provocador**. 1.ed. São Paulo: Terceiro Nome, 2012. V. 1 . 200p.

OLIVEIRA, J. *Por entre mitos e fadas: diálogos metafóricos com a literatura midiática japonesa da obra de Hayao Miyasaki.* 2016. 277 f. Tese (Doutorado em Letras) – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. 2016.

OLIVEIRA, R. *Encenação do Leitmotiv*. 2015. 217 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Artes) – Instituto de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2015.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Tradução de José Eduardo Rodil. Lisboa: Edições 70, 2007. 176p. Disponível em: https://flankus.files.wordpress.com/2009/12/introducao-a-analise-da-

imagem-martine-joly.pdf . Acesso em: 2016-10-24.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica.** Tradução: José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2005.

PINTO, J. **1, 2, 3 da Semiótica**. Belo Horizonte Editora UFMG, 1995.

PINTO, Julio. **Olhares Sobre Nossos Agoras**. Belo Horizonte. Editora Cr. 2017. P. 98

PLAZA, J. Tradução Intersemiótica. 2ed, Estudos (93), São Paulo: Perspectiva, 2010.

PINHEIROS, F. A evolução da noção de Autoria no cinema. In: **O Mosaico**. Faculdade de artes do Paraná/ UNESPAR, 2012. p. 59-72.

STAM, R. **Introdução à teoria do cinema**. Tradução de Fernando Mascarello. Campinas: Papirus, 2003.

STAM, Robert. Teoria e prática da adaptação: da fidelidade à intertextualidade. **Ilha do Desterro A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies**, Florianópolis, n. 51, p. 019-053, abr. 2006. ISSN 2175-8026. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/desterro/article/view/2175-8026.2006n51p19 . Acesso em: 18 ago. 2015.

WELLEK, René, Austin Warren. **Teoria da Literatura e metodologia dos estudos literarios**. 1.ed. São Paulo: Terceiro Nome, 2003. V. 1 . 421p.

ecomig

X Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social de Minas Gerais