

estereótipos  
lendas  
infância  
esportivos  
análise  
cultural  
Estudos  
Culturais  
Representação  
audiovisual  
circuitos  
Brasil na regulação  
comunicação  
contemporânea  
significados  
comentários  
encontro  
recepção  
crianças  
trans  
Merchandising  
identidade

**ORGANIZADORES**

ANA LUIZA COIRO MORAES  
FABIO DE PAULA ASSIS JR.  
FLAVI FERREIRA LISBÔA FILHO

**ORGANIZADORES**

ANA LUIZA COIRO MORAES  
FABIO DE PAULA ASSIS JUNIOR  
FLAVI FERREIRA LISBÔA FILHO

ESTUDOS CULTURAIS  
NA COMUNICAÇÃO  
CONTEMPORÂNEA

1ª EDIÇÃO



SÃO PAULO  
2019

**Organização**

Ana Luiza Coiro Moraes  
Fabio de Paula Assis Junior  
Flavi Ferreira Lisbôa Filho

**Produção e arte**

Ana Luiza Coiro Moraes  
Simonetta Persichetti

**Capa**

iStock

**Revisão**

Fabio de Paula Assis Junior

**Comitê científico:**

Ana Carolina D. Escosteguy (UFSM)  
Carlos Eduardo Marquioni (UTP)  
Vilso Junior Santi (UFRN)  
Fábio Fonseca de Castro (UFPA)  
Luiz Signates (UFG)  
Maria Ângela Pavan (UFRN)  
Denise Cogo (ESPM)  
Maria Elisa Cevasco (USP)

**Projeto gráfico e diagramação**

Giulia Elisa Garcia de Souza

Dados Internacionais de Catalogação na Publicidade (CIP)  
Biblioteca Prof. José Geraldo Vieira

E84

Estudos culturais na comunicação contemporânea [recurso eletrônico] /  
organização Ana Luiza Coiro Moraes, Fábio de Paula Assis Junior e Flavi  
Ferreira Lisbôa Filho. – 1.ed. – São Paulo: Cásper Líbero, 2019.

ISBN 978-85-88668-08-9  
recurso digital : il.

1. Comunicação na contemporaneidade. 2. Estudos culturais. 3. Cultura -  
Identidade. 4. Estereótipos. I. Moraes, Ana Luiza Coiro. II. Assis Junior, Fábio  
de Paula. III. Lisbôa Filho, Flavi Ferreira.

CDD 302.23

*Bibliotecária responsável: Daniela Paulino Cruz Bissolato - CRB 8/6728*

**Editora Cásper Líbero**

Av. Paulista, 900 – CEP: 01310-000 – São Paulo/SP

Fone: (11) 3170-5841

monitoria@casperlibero.edu.br

# SUMÁRIO

<b>Apresentação</b>	6
Ana Luiza Coiro Moraes, Fabio de Paula Assis Junior e Flavi Ferreira Lisbôa Filho	
<b>A Empresa Brasil de Comunicação: uma análise à luz do circuito da cultura</b>	10
Ana Luiza Fleck Saibro e Ana Luiza Coiro Moraes	
<b>Video on demand: a importância da regulação da cadeia produtiva para a indústria do audiovisual nacional</b>	24
Leonardo de Souza Moura e Fabio de Paula Assis Junior	
<b>Análise cultural-midiática: desafios e perspectivas a partir do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades</b>	37
Mariana Nogueira Henriques e Flavi Ferreira Lisbôa Filho	
<b>Representação transgênero na telenovela “A Dona do Pedaço” sob a perspectiva dos Estudos Culturais</b>	58
Júlia Gomes Fagundes dos Santos, Luciomar de Carvalho e Reginaldo Martins Barbosa Jr.	
<b>Representação e estereótipos femininos em Friends: uma análise de Phoebe Buffay</b>	78
Andréa Corneli Ortis e Isadora Severo	
<b>Um encontro com os Estudos Culturais: o percurso de descobertas e desafios de uma pesquisadora em formação</b>	97
Lauren Santos Steffen	
<b>Os significados da recepção aos comentários esportivos da Rádio Gaúcha</b>	110
Marcelo Bernardes Farina	
<b>Sobre aborto, deficiências e limites: reportagem de valor na representação de crianças com deficiência</b>	125
Giselle Freire Borges Coelho	
<b>A representação das lendas arturianas: uma análise cultural</b>	142
Camila Campache Motta e Marta Cristina Buschinelli Pongidor	

<b>Youtubers e Infância: um estudo de regulação cultural</b>	158
Larissa Gonzalez Zerbini e Wardi Awada Cardoso Duva	
<b>Crô do Brasil:</b>	174
<b>identidade e representação do homossexual na mídia brasileira</b>	
Saulo César Tafarelo e Ciro Martins Pires de Oliveira	
<b>Merchandising Social:</b>	190
<b>representação e identidade da pessoa trans nas telenovelas nacionais</b>	
Vitor Eduardo Dumont Ferreira e Else Lemos Inácio Pereira	

# APRESENTAÇÃO

*Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea* é o primeiro livro produzido pelo grupo de pesquisa de mesmo nome, liderado por Ana Luiza Coiro Moraes, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, e Else Lemos Inácio Pereira, do Curso de Relações Públicas, da Faculdade Cásper Líbero. A obra é resultado dos debates travados no grupo de pesquisa, mas, também, de sua interlocução com o Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP), da própria instituição, e com o grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

O Centro Interdisciplinar de Pesquisa, cujo objetivo é estimular e fomentar a produção de pesquisa acadêmica na Faculdade Cásper Líbero; para tanto concede bolsas a projetos docentes e de Iniciação Científica. Tais projetos são atribuídos à coordenação dos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, que acolhem os pesquisadores docentes e discentes em seus grupos de pesquisa. Neste sentido, promovendo a aproximação da produção científica da graduação ao *stricto sensu*, ao grupo de pesquisa Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea (ECCC) coube orientar, neste ano de 2019, dois alunos bolsistas e dois voluntários de iniciação científica, ao mesmo tempo em que estabelecia interlocução com o projeto docente de Fábio de Paula Assis Junior, que também assina a organização deste livro. Aliás, o bom relacionamento do grupo de pesquisa ECCC com a graduação já está em sua origem, uma vez que Else Lemos, professora do curso de Relações Públicas, é co-líder do grupo, desde o seu registro no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) em 2018.

Já a interlocução do ECCC com o grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades, do Programa de Pós-Graduação da UFSM, tem origem na formação do grupo de Santa Maria, em 2013, que desde então tem Flavi Ferreira Lisbôa Filho como líder e Ana Luiza Coiro Moraes como co-líder. De lá para cá, este diálogo entre os grupos vem se consolidando em atividades de encontros, tanto presenciais como por via digital, notadamente em participações dos professores em bancas de um e de outro grupo e, agora, na organização deste livro, também assinada por Flavi Ferreira Lisbôa Filho.

Dadas estas primeiras informações sobre a obra, apresentamos, em primeiro lugar, os três trabalhos assinados pelos organizadores deste livro, em coautoria com pesquisadores dos dois grupos de pesquisa.

*A Empresa Brasil de Comunicação: uma análise à luz do circuito da cultura*, de Ana Luiza Fleck Saibro e Ana Luiza Coiro Moraes, investiga, metodologicamente amparado no circuito da cultura (du Gay et al., 1997), as condições culturais, políticas e econômicas envolvidas na criação e (não) consolidação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) enquanto instituição gestora do sistema público de radiodifusão em nosso País.

## APRESENTAÇÃO

*Video on demand: a importância da regulação da cadeia produtiva para a indústria do audiovisual nacional*, de Leonardo de Souza Moura e Fábio de Paula Assis Junior, ressalta a necessidade de regulação governamental sobre a distribuição de produtos audiovisuais no Brasil via plataformas de vídeo on demand, com foco na Netflix. Como aporte teórico-metodológico, o trabalho articula o circuito da cultura, de Paul du Gay et al. (1997), ao conceito de cidadãos e consumidores de Néstor García Canclini (2001).

*Análise cultural-midiática: desafios e perspectivas a partir do grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades*, de Mariana Nogueira Henriques e Flavi Ferreira Lisbôa Filho, apresenta características e potencialidades da análise cultural-midiática, a partir das metodologias de pesquisas desenvolvidas pelo grupo de pesquisa. Para isso, recorre aos pressupostos teóricos dos estudos culturais, com foco na análise cultural, proposta por Raymond Williams (1979).

Na sequência desta apresentação, destacamos os três trabalhos que têm origem nas investigações do grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades, sob a orientação de Flavi Ferreira Lisbôa Filho.

*Representação transgênero na telenovela “A Dona do Pedaço” sob a perspectiva dos Estudos Culturais*, de Júlia Gomes Fagundes dos Santos, Luciomar de Carvalho e Reginaldo Martins Barbosa Júnior, analisa a representação de Britney, personagem trans da telenovela “A Dona do Pedaço”, ancorado pela metodologia de análise televisiva proposta por Casetti e Chio (1999) que delinea através de um esquema de leitura os principais pontos a serem observados em um produto televisivo.

*Representação e estereótipos femininos em Friends: uma análise de Phoebe Buffay*, de Andréa Corneli Ortis e Isadora Severo, analisa de que forma se dá a construção dos estereótipos femininos em relação à representação da mulher no *sitcom Friends*, com foco na caracterização de Phoebe Buffay, uma das seis personagens principais da produção. O aporte teórico do trabalho tem embasamento nos Estudos Culturais e o percurso metodológico na análise textual de Casetti e Chio (1999).

*Um encontro com os Estudos Culturais: o percurso de descobertas e desafios de uma pesquisadora em formação*, de Lauren Santos Steffen, é um trabalho de natureza epistemológica, que reflete sobre o percurso acadêmico da autora durante a pós-graduação. Percorre os principais conceitos e autores dos Estudos Culturais que marcaram sua trajetória na pesquisa de mestrado, seguido pelos desafios de encontrar novos olhares para o desenvolvimento da tese a partir do encontro dos EC com a análise de discurso.

Finalmente, os seis trabalhos que se seguem nesta apresentação foram desenvolvidos no grupo de pesquisa Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea, do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Os dois primeiros são trabalhos individuais assinados por mestres; os três seguintes são resultado de coautorias de mestres com os pesquisadores discentes do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP); e, encerrando

esta coletânea de textos, o trabalho assinado por pesquisador do CIP em coautoria com a co-líder do ECCC, Else Lemos.

*Os significados da recepção aos comentários esportivos da Rádio Gaúcha*, de Marcelo Bernardes Farina, é um recorte da dissertação de mestrado do autor, e investiga a recepção aos comentários esportivos da Rádio Gaúcha, sob o aporte teórico-metodológico do circuito da cultura (du Gay et al., 1997), a partir do qual, e aplicando a técnica da entrevista em profundidade, aborda a constituição do eixo consumo, em que se caracterizam as condições de recepção e notabilizam-se os significados da audiência.

*Sobre aborto, deficiências e limites: reportagem de valor na representação de crianças com deficiência*, de Giselle Freire Borges Coelho, com base em Stuart Hall, Kathryn Woodward e Cremilda Medina, ressalta a importância do jornalismo interpretativo, de princípios compreensivos e dialógicos, na construção das identidades e representações inclusivas de crianças com deficiências. Propõe ainda a questão da cidadania, ao analisar a reportagem “Sobre aborto, deficiências e limites”, de Eliane Brum, no *El País*.

*A representação das lendas arturianas: uma análise cultural*, de Camila Campache Motta e Marta Cristina Buschinelli Pongidor, tendo como objetos de estudo o livro “As brumas de Avalon” e a quinta temporada da série *Once Upon a Time*, estuda as formas de representação das lendas arturianas nos artefatos culturais, isto é, de que maneira as diferentes histórias do Rei Arthur adequam-se ao imaginário de cada época e se tais diferenças afetam sua representação e identidade.

*Youtubers e Infância: um estudo de regulação cultural*, de Larissa Gonzalez Zerbini e Wardi Awada Cardoso Duva, analisa a crescente exposição das crianças a redes sociais, através de episódios icônicos em vídeos do Youtube, protagonizados por apresentadores de grande sucesso e audiência. A partir do circuito da cultura de Du Gay et al. (1997), as autoras verificam que as representações contidas nos discursos incitam o consumo e cunham identidades a partir do exemplo de “sucesso”.

*Crô do Brasil: identidade e representação do homossexual na mídia brasileira*, de Saulo César Tafarelo e Ciro Martins Pires de Oliveira, analisa identidade e representação do homossexual na mídia brasileira, com recorte no personagem da telenovela “Fina Estampa” e de dois filmes. O referencial teórico está embasado nos Estudos Culturais, em autores como Hall, Martín-Barbero e Woodward, aplicados no processo metodológico a partir do circuito da cultura de Du Gay et al. (1997).

*Merchandising Social: Representação e Identidade da pessoa trans nas telenovelas nacionais*, de Vitor Eduardo Dumont Ferreira e Else Lemos Inácio Pereira, estuda a identidade e a representação nas condições de produção, trazendo como exemplo emblemático da aplicabilidade de merchandising social a transformação sociocultural de Ivana em Ivan na telenovela “A Força do Querer”. A análise empreende uma discussão sobre as controvérsias quanto às aplicações do termo *merchandising*.



## APRESENTAÇÃO

Pela breve apresentação dos trabalhos que compõem este livro, é perceptível que sua ligação se dá a partir da opção teórico-metodológica pelos Estudos Culturais e pela investigação de suas possibilidades analíticas. Tais temáticas, aliás, são centrais tanto no grupo de pesquisa convidado, Estudos Culturais e Audiovisualidades, quanto no grupo que dá nome a esta coletânea, Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea.

Boa leitura,

**Ana Luiza Coiro Moraes**  
**Fabio de Paula Assis Junior**  
**Flavi Ferreira Lisbôa Filho**

# A EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO: UMA ANÁLISE À LUZ DO CIRCUITO DA CULTURA<sup>1</sup>

Ana Luiza Fleck Saibro<sup>2</sup> e Ana Luiza Coiro Moraes<sup>3</sup>

## INTRODUÇÃO

O debate constituinte de 1988 no Brasil, consagrou, no caput do art. 223 da Carta Magna, a existência de uma forma mista de exploração dos serviços de radiodifusão. Além do sistema privado que, assegura o direito à exploração comercial dos meios eletrônicos, desde que atendidas exigências mínimas, e do sistema estatal, que supre as necessidades de programações institucionais do governo, a Constituição instituiu o sistema público de comunicação, aquele a ser gerido por organizações autônomas, com estatuto próprio, e com a participação da sociedade civil em sua gestão.

A positivação do conceito de um sistema público de radiodifusão foi saudada, à época, por setores da sociedade civil, como associações de radiodifusão pública e coletivos ligados à área de comunicação. A promessa (ou a possibilidade) da produção de uma programação não-pautada pela necessidade do faturamento, como a da mídia privada e das ingerências políticas, próprias dos veículos estatais, pareceu enorme contribuição à construção da efetiva democratização da comunicação em nosso País.

Em texto publicado no *Observatório de Imprensa*, por ocasião do falecimento do Senador Arthur da Távola, relator da área de comunicação à época da Constituinte, o professor Vinício Lima (2008) revela a motivação que deu origem à iniciativa. Segundo o autor, o parlamentar acreditava que haveria lugar para um sistema “organizado por instituições da sociedade e que funcionasse independente do Estado e do capital”. Além disso, defendia “[...] a ideia de um (sistema) público que representasse não apenas o Estado, mas o que houver de possivelmente organizado na chamada sociedade” (Lima, 2008, s/p). Pensava não somente em experiências como a BBC britânica, mas outras, cujas concessões eram outorgadas diretamente às universidades, por exemplo.

O conceito de público surge, portanto, em contraposição ao estatal ligado ao governo autoritário que findava. No âmbito da radiodifusão, o sistema público se opunha àquele composto pelas emissoras classificadas na legislação como tevês educativas, pertencentes

---

1 Texto desenvolvido a partir de trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM).

2 Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Membro do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea. E-mail: anaflecksaibro@gmail.com.

3 Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Líder do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea. e-mail: alcmoraes@casperlibero.edu.br e anacoiro@gmail.com

à União, aos Estados, e aos Municípios, e pela empresa de comunicação institucional do governo, a Radiobrás. No entanto, a efetivação deste princípio constitucional só ocorreu quase vinte anos mais tarde, mediante a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que recebeu a missão de gerir os veículos públicos de comunicação e coordenar a Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP-TV).

A Lei que a criou<sup>4</sup> previu uma série de mecanismos para garantir o cumprimento dos princípios congruentes com a comunicação pública e que os veículos por ela geridos<sup>5</sup> expressassem a diversidade política e cultural existente no País. Também, à semelhança de órgãos de comunicação pública existentes no mundo, foi criado um Conselho Curador<sup>6</sup> para assegurar a participação da sociedade civil na definição dos rumos da empresa.

No entanto, passados dez anos, uma avaliação criteriosa realizada à luz das aspirações que se seguiram a seu surgimento, ainda que não possa deixar de reconhecer avanços, aponta para resultados que não permitem afirmar que a EBC tenha se tornado uma instituição de comunicação pública realmente relevante social, cultural e politicamente. É possível afirmar – sem receio de cometer equívoco – que pouco se caminhou para que a evolução do projeto inicial seja considerada robusta.

De fato, da observação quando no cargo de Presidente do Conselho Curador da empresa<sup>7</sup>, pode-se concluir que há pouco conhecimento, pelos brasileiros, a respeito de quais são os veículos da empresa, e que é sintomático, por exemplo, que o mais conhecido conteúdo veiculado pela EBC seja a Voz do Brasil, produto feito por intermédio da EBC Serviços<sup>8</sup> para o governo federal. Conquanto se deva reconhecer a existência de algumas experiências inovadoras no que concerne a programas culturais, o jornalismo da EBC não tem conseguido se diferenciar do agendamento e da tematização das pautas propostas pela mídia privada e, mais que tudo, ainda precisa demonstrar seu distanciamento definitivo dos traços distintivos da comunicação estatal.

Mais recentemente, decisões tomadas pelo governo Temer tornaram o cenário ainda mais sombrio. O Conselho Curador foi extinto e a EBC retirou de seu mapa estratégico o conceito de ‘público’, praticamente assumindo sua transformação em porta-voz de governo, em um retorno aos tempos da Radiobrás, estatal da qual originou-se. E, atu-

---

4 Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC.

5 Os veículos são: TV Brasil, Rádio Nacional RJ AM; Rádio Nacional Brasília AM e FM; Rádio Nacional da Amazônia; Rádio do Alto Solimões AM e FM; Rádios MEC RJ e Brasília; NBR-TV Governo Federal e Agência Brasil.

6 22 membros: 15 representantes da sociedade civil, 4 ministros de estado, 1 representante do Senado Federal e 1 da Câmara dos Deputados.

7 Cargo ocupado pela primeira autora deste artigo de 2012 a 2015.

8 A EBC Serviços é o braço comercial da empresa para prestar serviços de comunicação a governos e ao mercado.

almente, o governo Bolsonaro vem promovendo um desmonte na empresa que deverá provocar uma descaracterização ainda mais profunda no caráter público da instituição.

As razões para este desempenho (ou falta de desempenho) são de variadas ordens, mas parecem residir especialmente na arquitetura regulatória e institucional na qual a empresa se insere. O modelo adotado acabou por dificultar, ou mesmo impedir, a produção e a difusão de conteúdos suficientes para alcançar a aspiração do legislador constituinte: uma comunicação pública de qualidade e relevância editorial, independente dos poderes de governo e do mercado, capaz de contribuir para o equilíbrio de nosso ecossistema comunicacional, dominado amplamente pela radiodifusão comercial.

Neste contexto, é possível identificar fatores de natureza econômica, política, cultural e regulatória associados à não consolidação da EBC. Qualquer análise sobre a experiência da empresa, que se pretenda circunstanciada, não pode prescindir, portanto, de uma investigação compreensiva e holística de todo o processo. Neste esforço, identificamos os Estudos Culturais (EC) como linha de análise mais adequada para nosso trabalho, por configurarem um campo que se dedica a estudar aspectos culturais da sociedade, ressaltando “os nexos existentes entre investigação e formações sociais onde se desenrola a própria pesquisa” (Escosteguy, 2017, p. 158). Trata-se, aqui, de considerar os EC como um campo que articula questões culturais e políticas a duas outras ordens de determinação externa: tecnologia e regulação, e assim confrontando um sistema que é central nos processos de construção da hegemonia, regulado a partir de estruturas mercadológicas, à constatação mais pontual (e pertinente ao presente artigo) acerca da trajetória tecnológica do audiovisual, cujas determinações passam por setores como as telecomunicações e a informática (Bolaño, 2004).

## OS ESTUDOS CULTURAIS E O CIRCUITO DA CULTURA

De início dedicado à temática das subculturas e seus movimentos de resistência a alguns aspectos da estrutura dominante, já na segunda metade dos anos 70 o campo dos EC passou a reconhecer a importância crescente dos meios de comunicação de massa em suas relações com a sociedade. Embora nesta fase, segundo Escosteguy (2017), a premissa básica ainda fosse de que os efeitos dos meios de comunicação podiam ser deduzidos da análise textual das mensagens emitidas pelos próprios meios, nos anos 80 nota-se uma “clara mudança de interesse do que está acontecendo na tela para o que está na frente dela, ou seja, do texto para a audiência” (Escosteguy, 2017, p. 161-162).

O interesse pelas temáticas da recepção e dos consumos mediáticos toma impulso a partir do ensaio Codificação/decodificação, de Stuart Hall (2003a). De origem semiótica, é considerado o marco inicial da tradição dos chamados estudos de audiência por introduzir a ideia de que uma mensagem codificada no âmbito da produção (emissor) pode ser decodificada pelos receptores de maneiras distintas, de acordo com suas pró-

prias estruturas de significado. Ou seja, o autor propõe que, a depender do grupo social estudado, os conteúdos da televisão podem ser decodificados de acordo com o sentido proposto pelo produtor do texto (leitura referencial), de maneira a preservar parte do seu sentido original (leitura negociada) ou de maneira oposta (leitura resistente).

Já a proposta do circuito da cultura, de Paul do Gay, Stuart Hall, Linda James, Hugh Maca e Keith Negus ([1997] 2013), constitui-se em um protocolo analítico que identifica cinco processos sobre os quais uma análise deve se concentrar para examinar os sentidos atribuídos aos produtos culturais. Investiga como os artefatos culturais são produzidos, como são regulados, como são representados, que identidades sociais estão associadas a ele, e como são consumidos. Do ponto de vista analítico, esses processos são seções distintas, mas “no mundo real eles se sobrepõem e se entrelaçam continuamente de formas complexas e circunstanciais” (du Gay et al., 2013, tradução livre<sup>9</sup>). Assim, por se tratar de um circuito, esta ferramenta não privilegia qualquer desses eixos, considerando-os articulados e inseparáveis.

Mais especificamente, os autores consideram que o eixo da regulação corresponde à noção de regramento, isto é, leis, normas e convenções através das quais as práticas sociais são ordenadas e políticas culturais são implementadas. O eixo da produção, que se refere ao ato ou resultado da transformação socialmente organizada de materiais numa determinada forma, ou seja, corresponde às condições ou meios de produção do artefato cultural que se constitui no seu objeto de estudo.

A representação corresponde à associação de sentidos a determinado produto cultural, e isso se viabiliza principalmente através da linguagem (não apenas palavras escritas ou faladas, mas também pintura, fotografia, escrita, imagens feitas através da tecnologia, desenho). O conceito de identidade trata do posicionamento dos sujeitos no interior das representações, e está relacionado aos processos de subjetivação do indivíduo e de sua caminhada na direção do tornar-se sujeito. E, o consumo, é o eixo do circuito da cultura onde se completa a produção de sentidos, através do “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (Canclini, 1999, p. 77). O eixo do consumo, para fins deste artigo, é relacionado com a instância da recepção, ou seja, com as apropriações que são feitas pelo espectador e os sentidos construídos pelos sujeitos no processo comunicativo.

Trata-se, portanto, de um instrumental que permite uma visão global dos processos comunicativos, adequada, neste sentido, para a análise de dimensões e momentos de um mesmo fenômeno ou de um artefato cultural. Admitida a natureza cultural da EBC, e a identificação de fatores de natureza distintas envolvidos em sua trajetória, a metodologia baseada no circuito da cultura caracteriza-se por estudar as “instituições e sua organização, suas produções e condições de produção, os públicos e suas práticas, nas respectivas relações que se estabelecem entre todos eles” (Escosteguy, 2007, p. 117).

<sup>9</sup> A numeração em romanos consta na 2ª edição da obra (2013).

O século XX assistiu ao desenvolvimento de um sem número de estudos sobre o fazer comunicativo e mais especificamente sobre os meios de comunicação. As importantes transformações sociais e econômicas vividas no mundo neste período, o processo de urbanização, a consolidação do capitalismo industrial e o surgimento da sociedade de consumo, dos meios de comunicação de massa podem ser apontados como fatores a impulsionar a produção de conhecimento na área.

De fato, ao longo do tempo, vários autores construíram corpora teóricos para o estudo do papel e da influência dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, utilizando perspectivas distintas que variaram de acordo com o ambiente sociocultural e as injunções históricas, econômicas e políticas existentes à época em que se foram formuladas. A heterogeneidade de abordagens teóricas reunidas sob o guarda-chuva da ‘teoria da comunicação’ traz consigo uma grande dificuldade de sistematização e diferentes possibilidades de agrupamento. Distintos caminhos e categorizações são possíveis para a apresentação de um panorama dos estudos na área.

Stuart Hall (2003b) avalia que as mudanças de perspectiva epistemológica resultam não apenas do desenvolvimento do próprio trabalho intelectual, mas também da maneira como as verdadeiras transformações históricas são apropriadas pelo pensamento:

No trabalho intelectual sério e crítico não existem “inícios absolutos” e poucas são as continuidades aquebrantadas. [...] O que importa são as rupturas significativas em que velhas correntes de pensamento são rompidas, velhas constelações deslocadas e elementos novos e velhos reagrupados ao redor de uma nova gama de premissas e temas. Mudanças em uma problemática transformam significativamente a natureza das questões propostas, as formas como são propostas e a maneira como podem ser adequadamente respondidas (Hall, 2003b, p. 158).

E é em um momento de ruptura, entre a segunda metade dos anos 50 e início dos anos 60, momento de complexa articulação entre pensamento e realidade histórica, e na contínua dialética entre ‘poder’ e ‘conhecimento’ que emergem os EC como problemática distinta (Hall, 2003b, p. 131-132).

Coiro-Moraes (2017) considera que a grande contribuição trazida pelos teóricos britânicos foi a “transformação radical do conceito de cultura” mediante a “compreensão da cultura como a esfera do sentido que unifica os setores da produção e das relações sociais” (Coiro-Moraes, 2017, p. 229-230). Dito de outra forma, a conceituação de cultura abandona a compreensão elitista a respeito da arte e literatura, do saber acadêmico e passa a contemplar também o gosto das multidões, “incluída aí a fruição dos espetáculos dirigidos às massas, em última instância, a produção midiática” (Coiro-Moraes, 2017, p. 228).

Deve-se mencionar a este respeito Raymond Williams (2011, p. 23-24), que estabelece uma relação dialética entre tecnologia e sociedade, complexificando as noções de causa e de efeito. Mantendo a premissa fundante de que “a televisão foi inventada como resultado de investigação científica e tecnológica”, ele confere alcance epistemológico à ideia de que “a televisão alterou o mundo em que vivemos”, implícita nas diversas afirmações que atestam o seu poder como meio de comunicação social. Para o estudo dos meios de comunicação. Embora com certo pessimismo, não deixava de perceber possibilidades emancipatórias na televisão, que considerava uma ferramenta contemporânea “da longa revolução em direção a uma democracia participativa e à recuperação de uma comunicação eficaz nas complexas sociedades industriais e urbanas” (Williams, 2016, p. 162).

[...] a cultura não pode mais ser estudada como uma variável sem importância, secundária ou dependente em relação ao que faz o mundo mover-se; tem que ser vista como fundamental, constitutivo, determinando tanto a forma como o caráter deste movimento, bem como a sua vida interior (Hall, 1997, p. 23).

Além disso, Hall atribui à cultura tanto um lugar ‘substantivo’, como um lugar ‘epistemológico’. No primeiro caso, um lugar na estrutura empírica real e na organização das atividades, instituições, e relações culturais na sociedade, em qualquer momento histórico particular. O caráter ‘epistemológico’ da cultura refere-se à sua posição em relação às questões de conhecimento e conceptualização, em como a ‘cultura’ é usada para transformar nossa compreensão, explicação e modelos teóricos do mundo (Hall, 1997, p. 16).

Conforme Escosteguy (2009) este lugar ‘epistemológico’ é o lugar a partir do qual posicionar-se para pensar a sociedade.

Aqui, localiza-se a mudança de registro que vem sendo chamada de “virada cultural”, na qual não há experiência ou artefato que de alguma forma não seja passível de associações simbólicas. Decorre daí, também, a ideia de que a cultura não está acima nem da economia nem da política, mas permeia tudo (Escosteguy, 2009, p. 8).

Santos e Silveira (2007) ressaltam que o conjunto de leis e instituições que regulamentam as comunicações tem estrutura complexa (pelo volume de leis/regras e de instituições envolvidas) e truncada, pelas novas leis/regras que se fazem necessárias por conta das mudanças tecnológicas, sobretudo se for levada em consideração a tendência à convergência. Dados como esses levam à reflexão sobre os diferentes pontos de vista acerca da função social da televisão e das alternativas de modelos de gestão que tais posturas implicam.

Os autores sugerem que para estudar o campo da comunicação, “que se transforma ao sabor da política, do mercado e das inovações tecnológicas”, é preciso investigar os

“princípios que definem o papel das comunicações na sociedade”, bem como “a natureza do serviço prestado pelas instituições de comunicação” (Santos e Silveira, 2007, p. 49).

Para tanto, recomendam que o caminho para tal investigação parta do tipo de participação do Estado no que se refere ao provimento de conteúdo (radiodifusão) e ao tráfego de informações (telefonia/transmissão de dados), que foram regulamentados sob lógicas e instâncias distintas, isto é, em modelos públicos ou privados. De qualquer forma, os autores lembram que de modo geral (exceto nos Estados Unidos), os serviços de telefonia/transmissão de dados historicamente se caracterizaram por um tipo de estrutura regulatória cuja base se estabelece através de acesso universal, interconexão e controle de preços (tarifas não discriminatórias). Já na radiodifusão, tradicionalmente, “tanto a distribuição quanto os conteúdos eram controlados pelos Estados, fosse nos modelos público/estatal ou comercial” (Santos e Silveira, 2007, p. 52).

Ressaltando que nesse controle os Estados assumem três tipos de funções (Estado proprietário, estado promotor ou Estado regulador), Santos e Silveira (2007) apresentam, então, em primeiro lugar, o modelo britânico, no qual a radiodifusão é considerada uma extensão dos serviços postais e está baseada no conceito de Serviço Social, mas com uma autoridade independente. Trata-se da BBC, que atua sob a lógica do serviço de utilidade pública. Depois, contextualizam o modelo norte-americano, que, sustentado pela Primeira Emenda (liberdade de expressão), deve defender o Interesse Público. Esse modelo tem raízes no mercado, é financiado pela publicidade; mas os canais são licenciados pelo governo, em número limitado. Para Bolaño (2011, p. 92):

O modelo de regulação (no sentido amplo, da escola francesa da regulação) dos chamados “trinta gloriosos” (1945 a 1975) caracterizava-se, em nível mundial, por importante estabilidade das estruturas de mercado e dos atores hegemônicos implicados, especialmente, no que nos interessa mais de perto, nos mercados de telecomunicações e de televisão. Este último é o núcleo central de todo um sistema de indústrias culturais que evoluíra, de forma notável, desde o aparecimento da imprensa de massa na virada do século 19 para o 20, numa trajetória ascendente, presenciando o surgimento recorrente de novas indústrias, como as do cinema falado, em cores, do rádio, da TV, da TV em cores, dos discos de vinil, das fitas cassete, do VHS, enfim, de uma gama de produtos de entretenimento, cultura e lazer, que alteram os modos de vida das mais amplas camadas da população mundial. Tanto na radiodifusão quanto nas telecomunicações, premidas pela limitação do espectro de frequências ou pelo caráter de monopólio natural da rede de cabos, pode-se falar em dois paradigmas, um americano e outro europeu, mas tratava-se, em todo caso, e especialmente nas telecomunicações, de sistemas complementares que preservavam, em essência, o poder regulador dos Estados nacionais e a indústria nacional. Assim, a existência, no conjunto



das indústrias culturais, de um oligopólio global dominado pela maior norte-americanas, no cinema e na indústria fonográfica, não diminuía o poder das empresas monopolistas (estatais) ou oligopolistas nacionais dos mercados de rádio e televisão.

Neste sentido, percebemos que no Brasil essa lógica se estabeleceu no convívio de emissoras comerciais, de modo geral com frágeis compromissos com o interesse público e grande apelo comercial; e emissoras públicas, altamente comprometidas com valores culturais e com o *accountability* midiático, isto é, inseridas no “processo que invoca a responsabilidade objetiva e subjetiva de profissionais e veículos de comunicação na constituição de espaços públicos democráticos de discussão” (Oliveira, 2004, p. 63). Além disso, se elencadas algumas das características desejáveis no jornalismo (como isenção, pluralidade, apartidarismo e a escuta de pelo menos três fontes durante a apuração das notícias), notamos que esta função, que diz respeito ao direito universal dos cidadãos e cidadãs à informação, no contexto contemporâneo da mídia brasileira, eivada de editoriais declarando votos neste ou naquele partido, está tão somente a cargo das televisões públicas.

### **EBC: UM OLHAR À LUZ DO CIRCUITO DA CULTURA**

Optamos por iniciar nosso ‘circuito’ a partir do eixo da produção, ou seja, o contexto político e econômico em que se deu a criação e o funcionamento da EBC. Embora não possamos, por limitações de espaço, discorrer de modo aprofundado sobre todas as nuances e atores envolvidos neste processo, é possível afirmar que estruturas econômicas e políticas de poder sempre exerceram forte pressão, seja para retardar a implantação do sistema público durante 20 anos, seja para influenciar no modelo de gestão implantado na empresa. Em outras palavras, a EBC nunca esteve imune aos constrangimentos de natureza política e econômica tradicionais.

A este respeito, convém trazer à luz os questionamentos de Stuart Hall (1997) em seu texto sobre a centralidade da cultura, por considerá-los extremamente pertinentes ao nosso objeto de análise.

Qual é a relação que existe entre a ‘cultura’ e outras forças que exercem um poder determinante de controle, de modelagem sobre a cultura? A princípio, é a política, a economia, o Estado, ou o mercado o fator mais determinante em relação à cultura? É o Estado que, através de suas políticas legislativas, determina a configuração da cultura? Ou são os interesses econômicos ou as forças de mercado com a sua ‘mão oculta’ que estão de fato determinando os padrões de mudança cultural? (Hall, 1997, p. 34)

A resposta a estes questionamentos parece inequívoca na realidade do cenário comunicacional brasileiro. O modelo de comunicação implantado no País, baseado na concessão, pelo Estado, de canais de rádio e de televisão para a exploração privada, com uma participação marginal de emissoras ditas ‘educativas’ criadas durante os governos autoritários, tem evidenciado uma histórica aliança entre radiodifusores e políticos. Pela manutenção de uma base de apoio, as licenças para exploração dos serviços de radiodifusão se transformaram em ‘moedas de barganha’ política. O resultado desta nefasta simbiose entre os poderes político e econômico foi uma hegemônica concentração da propriedade privada dos meios de comunicação no País que, além dos indesejáveis efeitos de natureza econômica causados pelos oligopólios, impediu a existência de um ambiente midiático mais equilibrado. Nos referimos à falta de espaço para serviços alternativos de radiodifusão e um ambiente de comunicação mais diversificado e plural.

Este cenário teve, sem dúvida, reflexos diretos sobre a natureza da regulação da empresa. Com efeito, observou-se na redação final do projeto aprovado no Congresso Nacional um relevante ‘desvio de rota’ nas ideias originalmente propostas pelas organizações da sociedade civil ligadas à área da democratização da comunicação. Observe-se que as alterações regulatórias finais tiveram efeitos danosos sobre a identidade da empresa. Veja-se que embora a lei que a criou expresse formalmente a autonomia da empresa em relação ao Governo Federal, desde o início, a natureza jurídica da EBC, constituída como pessoa jurídica de direito privado, criada por ato estatal e cujo controle pertence à União, teve, certamente, consequências danosas sobre sua independência e, por óbvio, em sua missão de gestora da comunicação pública.

Além disso, a arquitetura institucional adotada atrelou a empresa inicialmente à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), (atualmente à Casa Civil) e atribuiu-se à empresa a dupla missão de gerir a comunicação pública e de operar os canais e serviços de divulgação do Governo Federal, o que acabou por criar uma ‘promiscuidade’ nas relações entre as estruturas de governança do Executivo federal e a EBC.

Internamente à empresa, ficou evidente o aparelhamento das ferramentas de comunicação pública por meio da prática de ocupação de significativo número de cargos de direção e de gerência da EBC por indicação política, e não com base em qualificação, desempenho e perfil profissional. Também com efeitos danosos para o jornalismo e para a própria programação das emissoras foi a constante nomeação de profissionais da estrutura do governo federal para exercerem cargos na EBC e vice-versa, num movimento análogo ao fenômeno das ‘portas giratórias’, usualmente aplicado pela teoria às relações entre agentes públicos e privados.

Retomando as definições dos eixos que compõem o circuito da cultura, veremos que o eixo da representação corresponde à associação de sentidos a determinado produto cultural, e isso se viabiliza principalmente através da linguagem. No caso da EBC e de

seus veículos, esta linguagem se materializa por meio da programação, cujo conteúdo deve se mostrar compatível com os valores inerentes ao conceito de serviço público.

Evidentemente, a falta de definição a respeito da identidade da empresa, se pública ou estatal, teve reflexos adversos sobre o grau de autonomia editorial e gerencial interno e provocou um ambiente pouco favorável à liberdade jornalística e à definição de um perfil claro para a programação das emissoras. Diga-se que os valores-notícia a serem adotados na comunicação pública devem se diferenciar daqueles adotados pelos veículos comerciais, onde a seleção do que é notícia ou não tem como filtro fundamentalmente os interesses econômicos da empresa jornalística. Tampouco podem replicar os critérios que orientam a construção da notícia nas redações dos veículos estatais (ou governamentais) de comunicação, destinados a propagar mensagens oficiais do Poder Executivo. Mas o que tem ficado evidente é que:

no afã de se diferenciar dos veículos oficiais – o que lhe é sempre cobrado – esbarra na reprodução do modelo comercial. Ou seja, ao fugir do estereótipo (que muitas vezes também é genótipo) cai na armadilha da reprodução do mais fácil que, no Brasil, é o modelo comercial. (Martins, 2015, p. 3).

Importante observar, também, os impactos negativos de um modelo de comunicação de natureza hegemonicamente comercial que acaba por impor suas lógicas enunciativas e suas estratégias discursivas nas programações. Pode-se dizer que a trajetória ‘bem-sucedida’ das televisões privadas contribuiu para inibir o desenvolvimento de outras propostas e formatos, bem como para a falta de entendimento por parte da própria sociedade sobre outras possibilidades, já que o modelo de programação que entra nas casas dos brasileiros segue viés estritamente ‘comercial’.

De acordo com Escosteguy, Coiro-Moraes e Lisbôa Filho (2016) é exatamente aí que se efetiva o poder da mídia e se reitera a profunda associação entre mídia e formação de identidades. Trata-se do que Hall (1997) define como a forma de regulação da cultura que incide diretamente na constituição dos modos de ser e, portanto, das identidades, pois busca com que o sujeito internalize condutas, normas e regras, regulando-se a si mesmo:

como o pensamento hegemônico vem sendo reiterado através de representações discursivas que reforçam estereótipos étnicos, de gênero, de cidadania e outros tantos, orientando, assim, a identidades socialmente “desejáveis”, e regulando a cultura sob parâmetros que a partir da produção são destinados ao consumo (Escosteguy, Coiro-Moraes e Lisbôa Filho, 2016, p. 237).

O eixo do consumo, para fins desta análise, está relacionado com a instância da recepção, ou seja, com as apropriações que são feitas pelo telespectador e os sentidos cons-

truídos pelos sujeitos no processo comunicativo. Coiro-Moraes e Lisboa Filho (2014, p. 77) consideram ser possível situar o consumo ligado ao entretenimento e à informação na atividade dos receptores, que não se restringe à decodificação, atuando também na produção dos sentidos das mensagens emitidas. Trata-se, então de pensar o consumo das mídias na esfera dos estudos de recepção, cuja tradição nos EC é inegável.

No caso em tela, lembremos que a EBC foi criada como gestora dos canais públicos de radiodifusão e coordenadora da rede nacional de emissoras públicas. Tendo a TV Brasil como cabeça de rede, e com base na proposta de troca de conteúdos para valorização da cultura regional e local, foi criada a Rede Nacional de Comunicação Pública (RN-CP-TV), a partir do sistema montado pela extinta TVE do Rio de Janeiro e as emissoras educativas, culturais e universitárias parceiras nos estados e municípios<sup>10</sup>. Observe-se que a associação a emissoras estaduais compensaria a inexistência de infraestrutura de transmissão para que o alcance de sinal da TV Brasil se tornasse nacional.

Conquanto não possamos deixar de reconhecer a pertinência e a importância do projeto, alguns vícios na sua concepção e desenvolvimento parecem ter contribuído para o seu insucesso. Em primeiro lugar, foi feita a opção pela afiliação apenas das emissoras localizadas nas capitais, o que excluiu a população de outras localidades do acesso à programação. A universalização de acesso, um dos pressupostos da comunicação pública, não foi alcançada, portanto. Além disso, estas emissoras estaduais, mesmo aquelas ligadas às universidades, estão constantemente sujeitas a ingerências causadas por alternâncias políticas nos estados, o que ocasiona inconstância de gestão e de modelo de afiliação.

A problemática com respeito à audiência nos remete à discussão de outra natureza que, em verdade, pelo potencial de polêmica que provoca mereceria um trabalho em separado. Referimo-nos à discussão em torno do binômio audiência/TV pública, ou seja, a TV pública deve ou não se preocupar em ter audiência? Sem entrar a fundo na discussão, deixamos indicada a reflexão: qual o papel de uma televisão que não atinge a audiência? Não deveria a TV Brasil ter como objetivo descobrir, conquistar e cativar audiências que não estão contempladas pelas mídias comerciais ou não têm acesso a outras plataformas por sua condição econômico/financeira desfavorável?

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo dedicou-se a realizar uma análise sobre as condições culturais, políticas e econômicas envolvidas na criação e (não) consolidação da EBC enquanto instituição gestora do sistema público de radiodifusão em nosso País. Motivou-nos para a escolha

---

10 Lei nº 11.652, de 2008, que criou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC). No texto fica determinado que a emissora pode “estabelecer cooperação e colaboração com entidades públicas ou privadas que explorem serviços de comunicação ou radiodifusão pública, mediante convênios ou outros ajustes, com vistas na formação da Rede Nacional de Comunicação Pública”. As regras para regulamentação da rede estão na Norma nº 401/2015, deliberada pelo Conselho de Administração da EBC em 20/05/2015.

da abordagem proposta o reconhecimento da EBC como um bem cultural, e a partir dessa hipótese de pesquisa, lançamos um olhar sobre todo o processo, sob aporte do circuito da cultura (du Gay et. al, 1997). A análise do contexto em que se deu a criação e o funcionamento da empresa, ou seja, sua produção, revelou uma forte influência das estruturas de poder, o que sujeitou a EBC a pressões e constrangimentos de natureza política e econômica; a regulação que normatizou a empresa refletiu este ambiente e o modelo jurídico-institucional e o desenho organizacional segundo os quais a empresa foi estruturada influenciaram negativamente o seu grau de autonomia editorial e gerencial em relação ao Poder Executivo. Ficaram evidentes os impactos sobre a identidade institucional da empresa, se estatal ou pública, e sobre sua representação, já que, como vimos anteriormente, a programação veiculada não tem conseguido se diferenciar do agendamento e da tematização das pautas propostas pela mídia privada e, mais que tudo, ainda precisa demonstrar seu distanciamento definitivo dos traços distintivos da comunicação estatal.

Por fim, os vícios causados por opções políticas no projeto causaram o fracasso da implantação da Rede Pública de Televisão (RPTV) a cargo da EBC e com prejuízo para a recepção (consumo), e descumprimento do desejável princípio da universalidade de acesso a conteúdo de natureza pública.

Este cenário evidenciou um quadro de completa falta de distinção entre o que é público e o que é estatal, raiz dos problemas enfrentados pela EBC. A empresa foi construída à sombra do poder político e se manteve em permanente estado de simbiose com os governos de plantão, como se estatal fosse. Observou-se, portanto, a presença do Estado, do poder, como instrumento e aparelho à mercê dos interesses dos governantes, e não do Estado na desejável qualidade de provedor de serviço público e defensor da participação efetiva da sociedade civil na gestão destes serviços.

## REFERÊNCIAS

BOLAÑO, C. R. S. **Mercado brasileiro de televisão**. 2. ed. rev. e ampla. São Paulo: EDUC, 2004.

\_\_\_\_\_. Comunicação, cultura e desenvolvimento: a atual encruzilhada histórica da produção e distribuição de conteúdo no Brasil. In: **Produção de conteúdo nacional para mídias digitais**. Brasília: Secretaria de Assuntos Estratégicos, 2011.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

DU GAY, P. et al. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman..** 2nd ed. London: Sege, 2013.

ESCOSTEGUY, A. C. D. Uma introdução aos estudos culturais. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre: PUC/RS, nº 9, dezembro 1998, p. 87-97.

\_\_\_\_\_. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. ESPM/São Paulo: vol. 4, n. 11, nov. 2007, p.115-135.

\_\_\_\_\_. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **E-Compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Brasília: v. 12, n. 1, jan. /Abr. 2009.

\_\_\_\_\_. Os Estudos Culturais. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C., FRANÇA, V. (org.). **Teorias da Comunicação de Massa: conceitos, escolas e tendências**. 15 ed. Petrópolis: Vozes, 2017 [2001], p.151-170.

ESCOSTEGUY, A. C. D., COIRO-MORAES, A. L., LISBOA FILHO, F. Uma proposta de análise das recolonizações de modos de ser no contexto da televisão brasileira contemporânea através do circuito da cultura. In: LISBOA FILHO, BAPTISTA, M. M. (Org.) **Estudos culturais e interfaces: objetos, metodologias e desenhos de investigação**. Aveiro: Universidade de Aveiro, Santa Maria, UFSM, 2016, p. 237-248.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Revista Educação & Realidade**, Porto Alegre: v. 22, n. 2, jul-dez. 1997, p.15-46.

\_\_\_\_\_. Codificação/decodificação. In: HALL, Stuart. SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: UNESCO, 2003a, p. 387-404.

\_\_\_\_\_. Estudos culturais: dois paradigmas. In HALL, Stuart; SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: UNESCO, 2003b, p.131-159.

LISBOA FILHO, F e COIRO-MORAES, A. L. Estudos Culturais aplicados a pesquisas em mídias audiovisuais: o circuito da cultura como instrumental analítico. **Significação: Revista de Cultura Audiovisual**. v. 41, n. 42, 2014.

LIMA, V. A. De. Artur da Távola (1936-2008): um lutador pela comunicação democrática. **Observatório da Imprensa**, São Paulo: n. 485, 2008. Disponível em: <[http://observatorio-daimprensa.com.br/um\\_lutador\\_pela\\_comunicacao\\_democratica/](http://observatorio-daimprensa.com.br/um_lutador_pela_comunicacao_democratica/)>. Acesso em: 13 abr.2018.

MARTINS, M. A Empresa Brasil de Comunicação e o desafio da comunicação pública. **RECIIS – Ver. Eletrôn. De Comum. Inf. Inova. Saúde**. v. 9, n. 3, jul. - set. 2015.

OLIVEIRA, V. de C. Comunicação, informação e participação popular nos conselhos de saúde. **Saúde e Sociedade**, v.13, n.2, p.56-69, maio-ago 2004. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v13n2/06.pdf>>. Acesso em 3 mar.2019.

SANTOS, S. dos; SILVEIRA, E. da. Serviço público e interesse público nas comunicações. In RAMOS, M. e SANTOS, S. dos (org.). **Políticas de comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007. p. 49-82.

TÁVOLA, A. da. **Pronunciamento**. In: Comissão da Família, da Educação, da Cultura e Esportes, da Ciência e Tecnologia e da Comunicação. Anais da Assembleia Nacional Constituinte 1987.

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Belo Horizonte: PUC Minas, 2016.

# VIDEO ON DEMAND: A IMPORTÂNCIA DA REGULAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA PARA A INDÚSTRIA DO AUDIOVISUAL NACIONAL

*Fabio de Paula Assis Junior<sup>1</sup> e Leonardo de Souza Moura<sup>2</sup>*

## INTRODUÇÃO

Com foco no impacto da globalização na América Latina, Néstor Canclini (2001) reflete criticamente sobre a transformação na cultura e na cidadania dos povos que vivem no continente ao observar o consumo. Na visão do autor, ao consumir, exercemos cidadania, e estudar as relações entre consumo e cidadania permite entender o impacto político-cultural daquilo que compramos. “Precisamos pensar, ordenar aquilo que desejamos” (Canclini, 2001, p. 82).

Hoje, é transversal entre as classes que movem o consumo do audiovisual no Brasil (A, B e C) o interesse na assinatura de plataformas de *video on demand*, com destaque para a Netflix. A operadora é uma empresa criada no Vale do Silício americano com foco em distribuição de produtos audiovisuais e é líder no segmento na maior parte dos países em que atua – entre eles, o Brasil. Seu foco: atender a maior parte de consumidores possível, com crescimento, rentabilidade e escoamento ágil e global da produção, sobretudo, de seus *blockbusters* norte-americanos.

Mas será possível que, num país como o Brasil, a oferta dos produtos de fornecedores como a Netflix esteja embasada exclusivamente no que seus algoritmos apontam como a demanda do consumidor? Será que este consumidor entende o impacto de sua demanda e tem capacidade de compreender que produtos bem desenvolvidos no audiovisual brasileiro podem ser importantes não só para sua experiência estética como, também, para o desenvolvimento contínuo desta indústria, que começou no cinema, avançou na TV aberta de forma verticalizada, mas só conseguiu ampliar seu desenvolvimento nos anos recentes após a regulação da TV por Assinatura em 2011?

Por que deveríamos nos preocupar com a forma como são regulados os meios de comunicação (rádio e TV) e suas instituições, com o que podemos ou não ver em nossas telas ou comprar nas prateleiras das livrarias; com a possibilidade ou não das culturas nacionais se protegerem

---

1 Professor de graduação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda, e Rádio TV e Internet da Faculdade Cásper Líbero. Mestre e doutorando em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela PUC-SP. Membro do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea. E-mail: fabiodepaula77@gmail.com e fpajunior@casperlibero.edu.br

2 Mestrando em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP. Membro do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea. E-mail: leomoura001@gmail.com.



contra a onda das redes globais de comunicação; e com a forma como a diversidade cultural deve ser negociada ou com os debates e as apreensões relacionadas à moralidade e aos padrões de conduta sexual? (Hall, 1997, p. 17)

Como questiona Stuart Hall, deixar o mercado se autorregular impede a proteção da cadeia produtiva cultural nacional. Com o auxílio do Circuito da Cultura, de Paul du Gay (1997), pretendemos apontar como produzir cultura depende de uma articulação central de diferentes frentes, entre elas, regulação. Poder regular e garantir uma reserva de mercado desenvolve não só a indústria audiovisual nacional como, também, gera impacto nas demais frentes a fim de evitar repetir o que Néstor Canclini analisou no texto “América Latina e Europa como subúrbios de Hollywood” (2001), quando, na década de 80, lidávamos com o esvaziamento das salas de cinema diante da exponenciação das videolocadoras, que estariam mais adequadas à maneira de consumir e às preferências estéticas do consumidor.

Os benefícios da regulação da oferta da TV por Assinatura sobre a produção audiovisual serão apresentados em defesa de um ajuste semelhante para as plataformas de *video on demand*. Afinal, se é a demanda que regula a oferta e mantém o mercado audiovisual ativo, a regulação deste mercado via a Agência Nacional do Cinema (Ancine) deve permitir que a atuação de empresas como a Netflix no Brasil, assim como fez a TV por Assinatura, estructurem um fluxo de oferta de conteúdos brasileiros de qualidade, atendendo ao consumidor e promovendo a indústria.

## O CONTEXTO DE CRIAÇÃO DA ANCINE

A criação da Ancine faz parte do movimento de retomada de políticas públicas que historicamente são necessárias para o desenvolvimento do audiovisual brasileiro. Em 1990, o governo de Fernando Collor extinguiu a Empresa Brasileira de Filmes S.A. (Embrafilme), que havia sido criada em 1969 para fomentar o mercado. Foi no governo Itamar Franco, em 1993, que foram implementados mecanismos de incentivos mais eficientes, como a Lei do Audiovisual, que permitia ao patrocinador recolher destinar até 3% de seu imposto de renda a um produto cultural audiovisual, em especial o cinema. Na virada do ano 2000, consensua-se sobre a necessidade de criação de um órgão mais robusto para reger o mercado.

A Ancine é responsável pelo fomento, fiscalização e regulação do audiovisual brasileiro. Atua em todos os elos da produção, com foco no desenvolvimento e sustentação do setor no País. Regula também a produção e a distribuição em todos os segmentos: cinema, TV, *home video*. Por enquanto, está excluída a regulamentação sobre o *video on demand* pela pressão das empresas que atuavam na TV por Assinatura, que, a partir de 2011, lançavam suas plataformas de exibição em formato digital não-linear e temiam o

aumento da oneração da cadeia em forma de impostos como a Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional). É também papel da Ancine a administração do Fundo Setorial do Audiovisual, que, criado em 2006, tornou-se a principal fonte de investimento em produção para TV e cinema, como séries e filmes com verbas oriundas da Condecine. A taxa é cobrada conforme o tipo de obra (publicitária ou não).

Em 2019, no início do governo de Jair Bolsonaro, a Secretaria do Audiovisual é alocada dentro do Ministério da Cidadania, submetida à atual Secretaria Especial da Cultura<sup>3</sup>. Apesar da atual crise da Ancine, desde 2017 com suas atividades sob vistoria de Tribunal de Contas da União devido a questionamentos sobre a forma como administra suas contas, torna-se notório o benefício da criação da Lei 12.485/2011. Conhecida como Lei da TV Paga, ela é fruto do Projeto de Lei 116 de 2010, que tramitou no Congresso como PL 29 desde 2007, demonstrando como o debate sobre uma cadeia produtiva viável já acontecia diante da necessidade histórica. Em vigor desde 2012, a Lei da TV Paga, promulgada no governo de Dilma Rousseff (1º de janeiro de 2011 a 31 de agosto de 2016), tem como intuito potencializar a missão da agência no fomento da indústria produtiva sob a égide da distribuição. Diferentemente de mecanismos anteriores, que procuraram alocar a veiculação do audiovisual brasileiro em determinados espaços de exibição, como o Canal Brasil, a Lei 12.485 obrigou os canais de TV por Assinatura, que alcançava até então seu recorde de assinantes, com mais de 16 milhões de domicílios, segundo a Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA), a exibir semanalmente três horas e meia de produção nacional independente em seu horário nobre. Na composição dos pacotes de canais comercializados pelas operadoras, instalou-se ainda a obrigatoriedade da oferta de canais de conteúdo de brasileiro qualificado, que são os que possuem a maior parte das horas diárias do horário nobre composta por programação nacional, sendo obrigatoriamente 50% deste conteúdo oriundo de produtoras independentes (aquelas que detêm a maior parte dos direitos sobre o que é produzido). Excluem-se da obrigatoriedade de exibição de conteúdo nacional independente canais jornalísticos, religiosos, televidas e esportivos, pois sua produção é efêmera, ou seja, pouco poderia ser explorada em uma nova janela de exibição que não fosse a primeira, o que pouco desenvolveria o mercado.

Em 2012, as operadoras que distribuem os canais de TV por Assinatura passaram a se preocupar com a composição de seus pacotes à luz da nova lei. Preocupavam-se também com a percepção da qualidade por parte do consumidor desta produção nacional obrigatória. Na grade dos canais internacionais, conteúdos feitos às pressas para cumprir a Lei chegaram a entrar na programação. É possível, de fato, questionar a qualidade de alguns destes conteúdos frente a pertinência para o público. Entretanto, após a publica-

---

<sup>3</sup> O Ministério da Cultura também foi extinto no governo de Jair Bolsonaro e tornou-se uma secretaria especial do Ministério da Cidadania.

ção da Lei 12.485, o poder de produção e o profissionalismo das produtoras, sejam elas independentes ou parceiras terceirizadas dos canais de TV por Assinatura, cresceu e se desenvolveu. O mercado se estruturou de forma a dar vazão a produtos que pudessem compor a obrigatoriedade de exibição dos canais. O resultado foi a aceleração da profissionalização e o aumento efetivo da produção mensurado nos anos seguintes.

A emissão do Certificado de Registro de Título (CRT) de obras audiovisuais não publicitárias, exigidas pela Ancine para veiculação de obras por segmento de mercado, é um parâmetro para mensurar a quantidade de licenciamentos de obras brasileiras na TV por assinatura. Entre 2009 e 2011, houve certa estabilidade no número de emissões de CRTs (em torno de 700 CRTs/ano) e após a Lei 12.485, entre 2011 e 2014, a quantidade de certificados emitidos aumentaram mais de três vezes em relação a 2011. [...] Segundo dados da Superintendência de Registro (SRE) da Ancine em 2011 foram emitidos 761 CRTs para obras brasileiras, enquanto em 2014 foram 2.590 registros, um aumento de 240% (Lima, 2015, p. 93).

### TV POR ASSINATURA ONTEM, VIDEO ON DEMAND HOJE

A tecnologia avança a passos mais largos que a regulamentação. Ao mesmo tempo em que a produção audiovisual se beneficiava diante da obrigatoriedade da exibição de conteúdos brasileiros qualificados pelos canais pagos, um operador de *video on demand* crescia, até então, de forma silenciosa. Em 2015, sua marca tornou-se conhecida pelas classes sociais brasileiras que consomem produtos em vídeo em plataformas diversificadas (TV, celular, computador). Esta operadora é a Netflix, que contava em 2019 ainda com uma operação enxuta no Brasil, com pouco mais de 100 funcionários alocados em Barueri-SP, porém com mais de 10 milhões de assinantes (Estadão, 2019).

O modelo de negócio da Netflix é altamente disruptivo para o mercado de distribuição e comercialização de produtos audiovisuais em todo o mundo. Atua em mais de 130 países e considera o Brasil como um de seus principais mercados. Esta consideração tem fundamento: o brasileiro é apaixonado por produtos audiovisuais, com uma exigência estética pautada por qualidade técnica e espetacularização, cujas principais fontes são a TV Globo (que se sofisticou em termos de produção ao longo de sua história) e os *blockbusters* norte-americanos, que levam massas de pessoas às salas de cinema, e que, por muito tempo, junto de campeonatos esportivos, foram produtos considerados como fundamentais para a manutenção de uma assinatura de TV. Soma-se a isso o fato de o Brasil ter, em 2018, 72% de seus domicílios pertencentes às classes ABC, as classes que movem o consumo, sendo que 48% pertencem à classe C (Datafolha, 2018). É um número massivo, que instiga empresas a atender esta população.

A Netflix é uma destas empresas interessadas no volume que os consumidores brasileiros são capazes de gerar. Seu crescimento ao longo de sua atuação no Brasil se deve

a uma combinação de preço e produto. Em junho de 2019, uma assinatura mensal da Netflix, que permite que até dois dispositivos diferentes exibam conteúdos ao mesmo tempo (TVs, tablets, computadores pessoais e celulares), custava um pouco menos de R\$ 40,00 (para referência, um pacote básico de TV por Assinatura custava mais que o dobro deste valor). A oferta de produtos, que inclui filmes, séries, *reality shows* e programas de variedades, está em torno de mais de 4100 títulos (Unofficial Netflix Online Global Search, 2019). A maior parte deste catálogo é composta por títulos internacionais. Em 2019, eram 6 séries brasileiras classificadas como “originais Netflix” na plataforma, além de 93 filmes nacionais, sendo que apenas 2 destes produzidos pela operadora (Netflix, 2019). 70% do catálogo brasileiro da Netflix, em 2019, é composto de produções americanas.

A Netflix tem polos de produção instalados em locais destinados a atender mercados estratégicos para a empresa. Eles estão em países como Índia, Alemanha, Espanha, Brasil, México e Japão. O modelo é muito semelhante ao da TV por Assinatura: o empacotador (ou programador) encomenda às produtoras locais, sejam elas localizadas nos Estados Unidos ou em qualquer lugar do mundo, produções audiovisuais das quais se apropria para distribuir em escala, ficando com os direitos de produção. Difere do modelo da TV aberta brasileira, que pode ser definido como verticalizado, com sítios próprios de produção e distribuição. É também diferente do modelo de TV por Assinatura no Brasil e no mundo, em que não necessariamente os canais comercializados pelas programadoras (Globosat, Band, Turner, Discovery, Disney, ESPN, entre outras) detêm os meios de produção e, sobretudo, de distribuição direta para o consumidor. Mas, no Brasil, a aprovação da entrada de todas as empresas de telecomunicação no mercado de TV por Assinatura em 2011, algo que se anunciava há alguns anos antes, exigiu que o setor se estruturasse para que os agentes que distribuem não sejam os agentes que produzem, tentando, assim, evitar uma concentração que prejudicasse as empresas brasileiras.

A legislação impede uma integração vertical entre as atividades pelas empresas de telecomunicações, evitando a formação de conglomerados capazes de controlar todas as atividades do setor. Entretanto, criou-se uma reserva de mercado para as empresas de radiodifusão, produtoras e programadoras brasileiras que podem atuar na distribuição de conteúdos da TV Paga, por meio do controle de até 50% do capital das prestadoras de serviço de telecomunicações, conforme disposto no artigo 5º. Assim, a lei parece refletir as demandas de acordo com o “peso” dos agentes econômicos envolvidos no PL 116/10 (Lima, 2015, p. 42)<sup>4</sup>.

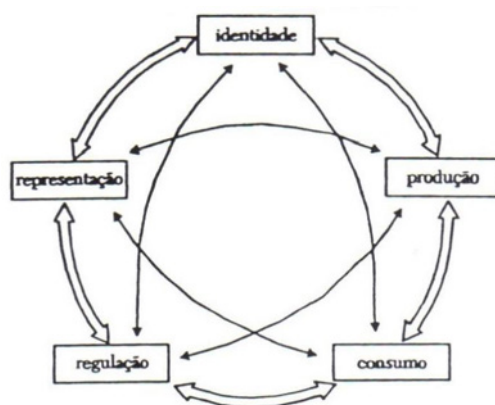
---

4 O Projeto de Lei 116 de 2010 resultou na Lei da TV Paga, a Lei 12.485/2011.

## O CIRCUITO DA CULTURA

O circuito da cultura de Paul du Gay et al. (Figura 1) demonstra a centralidade da cultura e as interdependências de suas esferas de atuação. O circuito traz uma visão sistêmica da cultura, mostrando com as interfaces intrínsecas aos produtos e processos culturais. Representação, identidade, regulação, produção e consumo: cada elemento do circuito da cultura impacta diretamente sobre outros.

FIGURA 1: Circuito da cultura



Fonte: Du Gay et al. (1997, p. 3)

A *representação*, no topo do circuito, é a forma como as *identidades* serão construídas. Ela confere poder simbólico na cultura sobre o qual indivíduos constroem suas identidades. A *produção* está além da análise técnica de qualquer produto: a visão de du Gay amplia o conceito para produções culturais, independente da técnica envolvida. O *consumo* está além da aquisição ou fruição de um bem. Semelhante ao que aponta Canclini (2001), du Gay demonstra que consumir é reforçar o caráter identificatório com determinada produção cultural – é entender, portanto, que esta produção, em determinado aspecto, representa o consumidor. E a *regulação* é o papel da força do Estado diretamente sobre a produção a fim de balancear os impactos – é a política pública balanceando o livre mercado.

Apesar de existir uma atuação discursiva dos meios privados de que o excesso de regulação do estado prejudica a indústria, não é o que ocorre com a indústria do audiovisual no Brasil, com histórico de dependência da regulação para manter-se ativa frente à força de atuação de empresas com forças de capital maiores, sejam estúdios norte-americanos quando se trata de produção, sejam empresas telefônicas com capital europeu no momento da distribuição.

À esfera da regulação corresponde a noção de regramento, isto é, leis, normas e convenções através das quais as práticas sociais são ordenadas e políticas culturais são implementadas, cuja abrangência pode incluir

tanto o direito universal de “procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”<sup>5</sup>, quanto específicas legislações nacionais como a que instituiu as concessões de rádio e televisão no Brasil. Esta, embora seja essencialmente uma questão técnica de alocação de frequências no espectro eletromagnético para evitar interferências nas transmissões, assume caráter político, como o atual debate em torno da proibição de concessões de meios de comunicação a pessoas detentoras de cargos eletivos e a grupos ligados a igrejas<sup>6</sup>. Neste sentido, há uma clara conexão no circuito da cultura entre as instâncias da regulação e da produção, no que tange aos meios de produção articulados aos recursos no âmbito da tecnologia (Lisbôa Filho; Coiro-Moraes, 2014, p. 73).

## O MODELO DE REGULAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO NO BRASIL

No modelo da TV por Assinatura, as programadoras encomendam às produtoras os conteúdos que compõem a sua grade. O foco não é a produção, mas sim o empacotamento em forma de grades de programação, mas ainda assim é possível que produzam muito do que exibem, como fazem canais esportivos ou de notícias. Pela Lei 12.485/2011, metade do que os canais exibem pode ser de seu direito proprietário, independentemente se foi produzido por meios próprios ou terceirizado a uma produtora. A outra metade segue a obrigatoriedade de ser um licenciamento de uma produtora nacional independente, cujos direitos sobre a obra a ela pertencem.

Já a distribuição dos canais de TV por Assinatura está a cargo de outras empresas, como SKY, NET/Claro, Oi ou Vivo. Com exceção da SKY, que opera exclusivamente via satélite, todas as gigantes têm sua base tecnológica apta a comercializar combinações de pacotes que incluem internet banda larga e telefonia móvel e fixa, além da TV apoiada em contratos complexos com as programadoras. Estes contratos com as programadoras garantem o fluxo de produção e o lucro da cadeia, mas também requerem o comprometimento do assinante com preços altos e fidelidade a pacotes com diversidade de canais. Este modelo de pacotes de canais obrigatoriamente diversificados da TV por Assinatura ofertados ao consumidor viveu seu auge entre 2008 e 2014, quando a base crescia dois dígitos percentuais ao ano (ABTA, 2019). Com a ampliação do poder de consumo das famílias neste período, internet banda larga, filmes, esporte e canais infantis, além

5 XIX Parágrafo da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Assembléia Geral das Nações Unidas (10 de dezembro de 1948). Disponível em: <[http://www.mj.gov.br/sedh/ct/legis\\_intern/ddh\\_bib\\_inter\\_universal.htm](http://www.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm)>. Acesso em: 23 out. 2013 (Lisboa Filho; Moraes, 2014, p. 73).

6 “A proposta de projeto de lei (PL) que regulamenta o funcionamento de meios de comunicação, conhecida como Lei da Mídia Democrática, foi lançada hoje (22), na Câmara dos Deputados pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).” Agência Brasil, 22/08/2013. Disponível em: <<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/proposta-que-regulamenta-meios-de-comunicacao-e-lancada-na-camara/>>. Acesso em: 20 out. 2013 (Ibidem).

de, em igual importância, um sinal de TV de qualidade, incluindo o de canais abertos, passaram a integrar a cesta de serviços essenciais dos lares de cerca de 19 milhões de brasileiros - um público potencial de mais de 57 milhões de espectadores da TV por Assinatura (Ibidem). Com a crise econômica alterando a capacidade de consumo das famílias brasileiras, a TV por Assinatura começa a perder base sucessivamente a partir de 2015. Nos combos das operadoras, a TV é considerada supérflua quando comparada à internet banda larga. Em junho de 2019, a base da TV por Assinatura seguia alta, com cerca de 17 milhões de domicílios assinantes, porém sofrendo baixas mensais que não compensavam os ganhos. Os cancelamentos da assinatura impactam o negócio das operadoras (que distribuem), mas colocam aparentemente em mais risco o negócio das programadoras, que empacotam conteúdos brasileiros e estrangeiros em canais de TV para serem comercializados às operadoras. Com a crise econômica brasileira iniciada em 2014, a queda da TV por Assinatura nos lares tornou-se latente. Mas a banda larga não seguiu pelo mesmo caminho, crescendo até 2019 (Anatel, 2019). Brasileiros já consideram a internet domiciliar como um serviço fundamental, sendo mais difícil abrir mão, mesmo em um cenário econômico adverso.

Enquanto a TV por Assinatura caía, a internet banda larga crescia (ABTA, 2019). E cresceu com ela a cobertura da Netflix no Brasil. É natural que o preço seja um dos fatores que contribuem com o sucesso da operadora de *video on demand*. Mas seria raso concluir que o preço é o único atrativo da Netflix. Há uma mudança crescente no hábito do consumidor de vídeo como informação e entretenimento. Para informação, ele tem como fonte principal os diversos portais de internet, de forma gratuita e rápida. E o entretenimento sob demanda encontrou no modelo da Netflix a experiência tão sonhada pelo consumidor: assistir ao que quiser, quando quiser. A TV por Assinatura mantém ancorado seu modelo em pacotes esportivos como estratégia de negócio. Estes pacotes incluem outros canais, que precisam ser abarcados na assinatura. O ponto positivo do modelo é para o mercado de audiovisual, pois obriga que horas disponíveis sejam preenchidas por conteúdo produzido ou licenciado, o que viabilizou a regulação da Ancine para fomentar a cadeia. Mas este modelo regulamentado, benéfico ao desenvolvimento audiovisual brasileiro, pode cair em risco de arrefecimento frente ao ajuste de mercado diante do que demanda o consumidor.

## O CONSUMO COMO REGULADOR DA LEI

Nestor Canclini aponta em “Consumidores do século XXI e cidadãos do século XIX” que o consumo demonstra como uma sociedade hierarquiza suas prioridades de aquisição e ordenação de produção. Na visão do autor, consumir “é um ritual que permite às sociedades pensarem e ordenarem aquilo que desejam” (Canclini, 2001, p. 82). Ao mesmo tempo, o autor alerta para uma norte-americanização do mundo, que se traduz nas

preferências estéticas, de hábitos, no achatamento do multiculturalismo e, conseqüentemente, pautam seu consumo de bens culturais, sobretudo entre os habitantes de cidades (Ibidem, p. 86). As marcas que o consumidor brasileiro, por exemplo, deseja e reconhece elucidam a observação do autor. Elas são, de fato, nacionais e mundiais, como Nike, Samsung, Coca-Cola, Itaú, Gol, entre outras (Meio & Mensagem, 2018). Em se tratando do consumo de conteúdo audiovisual, o caso merece um olhar ainda mais cuidadoso para possibilitar políticas públicas que permitam que a cadeia produtiva se ajuste de modo a beneficiar não só diretamente o consumidor (cujo foco é preço e espetáculo), mas também todo o setor econômico de produção audiovisual, que, em 2016, empregava 91 mil pessoas no país (Ancine, 2018, p. 8).

A maneira neoliberal de fazer a globalização consiste em reduzir empregos para reduzir custos, competindo entre empresas transnacionais, cuja direção se faz desde um ponto desconhecido, de modo que os interesses sindicais e nacionais quase não podem ser exercidos (Canclini, 2001, p. 42-43).

O poder de produção e escala da distribuição dos conteúdos norte-americanos veio, desde a década de 40, moldando não só a forma de consumir como também as preferências estéticas do público. É notório o estigma que os cinemas europeu e latino-americano (incluindo o cinema brasileiro) têm em nosso país. O europeu e o latino são associados a temas “cult” devido à sua complexidade; o brasileiro, associado à baixa qualidade. No caso europeu, seria por conta da complexidade da linguagem, que passa pela estranheza a histórias com que o consumidor não se sente identificado ao assistir.

A análise crítica que Canclini (2001) faz ressalta a necessidade de se manter políticas públicas que regulem o mercado audiovisual brasileiro a partir da distribuição. Celebrados pela crítica e pelo público pela sua capacidade de entreter e mobilizar massas, o cinema norte-americano foi capaz de alcançar escala mundial pelo fato de atender a demanda de uma audiência educada sistematicamente a se fascinar pelo espetáculo.

Fator importante em qualquer processo político ou cultural, neste período (1912-1922), a crítica alienada condena os filmes nacionais e promove uma grande campanha para tachá-los de ridículos. Sem notar que, por tabela, estava servindo à estratégia estrangeira de monopólio do mercado cinematográfico (Moreno, 1994, p. 37).

Mas a questão não seria barrar o mercado a outros produtos. Afinal, “a cultura não é apenas uma viagem de redescoberta, uma viagem de retorno. Não é uma ‘arqueologia’. A cultura é uma produção” (Hall, 2003, p. 44).



Existem as forças dominantes de homogeneização cultural, pelas quais, por causa de sua ascendência no mercado cultural e de seu domínio de capital, dos “fluxos” cultural e tecnológico, a cultura ocidental, mais especificamente, a cultura americana, ameaça subjugar todas as que aparecem, impondo uma mesmice cultural homogeneizante (Ibidem, p. 45).

Se a exigência das massas é espetacularizar-se diante de qualquer tela, foi natural que fluxo de produção norte-americana alçasse novos voos ao ser licenciado para emissoras de TV mundiais. Com o advento da TV por Assinatura, não só nos Estados Unidos na década de 1970, mas também na sequência no mundo, era ampliada a capacidade, mas também a necessidade, de se exhibir e rentabilizar a fonte produtora. Soma-se a isso o fato de os próprios estúdios serem alguns dos acionistas de canais de TV por Assinatura nos EUA e no mundo, fazendo do domínio de toda a cadeia produtiva e distributiva uma alta fonte de renda e controle de direcionamento da oferta à audiência. No momento, nos detemos à Netflix, que é hoje quem exerce força de influência no controle produtivo e distributivo dos estúdios não só em seu país sede (os Estados Unidos) como também nos mercados mundiais estratégicos onde atua. Na visão de seu executivo global encarregado de conteúdo, Ted Sarandos, a Netflix quer ser a HBO (canal reconhecido pela qualidade do que produz e veicula) antes que a HBO decida ser a Netflix. Isso significa que a operação que viu seu número de assinantes crescer ao disponibilizar conteúdo produzido por outros estúdios precisaria o quanto antes viabilizar seu próprio acervo original de qualidade. E foi o que aconteceu a partir do momento em que os estúdios viram o crescimento vertiginoso da Netflix, decidindo que muitos dos contratos de renovação de acervo licenciado iriam ser interrompidos para formarem suas próprias plataformas concorrentes: HBO GO, FOX Play, Disney Plus e, no Brasil, Globoplay. O ponto é que a sinapse de negócio que estas empresas fizeram pode ter sido tardia. Os números do mercado americano demonstram como funcionou a estratégia da Netflix: nos Estados Unidos, seu maior mercado, a empresa passou de 530 shows originais e 6.755 filmes em 2010 para 1569 shows e 4010 filmes em 2018 (Unofficial Netflix Online Global Search, 2019). Junto a isso, a empresa passou a ser reconhecida pela qualidade de sua produção, ampliando o recebimento de estatuetas Emmy, premiação reconhecida da TV mundial, de 2013 a 2018<sup>7</sup>.

Se o consumidor valoriza preço e espetáculo no mercado brasileiro de *video on demand*, será que a visão de nossos legisladores sobre o tema também será tardia, a ponto de colocar em crise a produção audiovisual nacional, cujo foco de produção e incentivo ainda priorizam cinema e TV por Assinatura? Há uma proposta de alteração na Lei 12.485 que pretende equilibrar o fomento da indústria do audiovisual à luz de onde o consumidor parece ter ampliado a preferência de consumo, independente da classe so-

---

7 Em 2013, foram 23 indicações e 3 vitórias; em 2018, foram 112 indicações e 23 vitórias.

cial: as plataformas de *video on demand*. A atuação da Netflix demonstra o tamanho deste novo hábito de mercado, em que o consumidor brasileiro parece ser pouco provável de abandonar a experiência e a oferta do *video on demand* para voltar ao consumo exclusivo de TV linear. A Netflix expõe de maneira mais drástica a forma de atuação de todos os players deste mercado, entre eles não só os operadores de estúdios como outro gigante que pretende crescer no setor, investindo em estúdio e plataforma próprios: a Amazon.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A forma de produção da Netflix segue um modelo semelhante ao das programadoras de TV por Assinatura: contrata produtoras, avalia as encomendas de forma artística e mercadológica (potencial de audiência), distribui globalmente e mensura rapidamente a resposta. Em um catálogo densamente povoado por produtos amortizados em escala global, como os produzidos em Hollywood, qual a probabilidade de uma presença maior de conteúdo nacional na oferta? Que tipo de conteúdo nacional estaria adequado ao mundo? E qual o modelo de relação de forças entre o distribuidor, a Netflix, e as produtoras brasileiras? O que o ajuste da Lei propõe, por enquanto, é a criação de uma Condecine-Vod. Em dezembro de 2018, o Conselho Superior do Cinema, órgão integrante do extinto Ministério da Cultura responsável por pensar estruturas políticas para o audiovisual brasileiro, abriu espaço para membros de empresas como Netflix e de associações como a ABragames estarem ao lado de representantes de categorias tradicionalmente ligadas ao cinema e à TV (O Globo, 2018). O intuito é para que se pudesse avançar sobre o debate da Condecine-Vod. Em abril de 2019, a proposta da cobrança completava um ano de travamento na Casa Civil. A proposta prevê duas formas de cobrar: sobre o número de obras que compõem o catálogo da empresa no Brasil (Condecine Catálogo) ou na forma de taxa única por assinante/transação (Condecine por Assinatura ou Condecine Transação) (Ancine, 2018). O avanço da proposta diferencia os serviços de *video on demand* proporcionados por operadoras de TV por Assinatura, que passam a ser entendidos como *TV everywhere* (TV em qualquer lugar) – já que a cobrança da Condecine nesta cadeia se executa por bases controladas a partir das horas na grade linear definidas pela Lei 12.485/2011 – e passam a atingir empresas que atuam exclusivamente sobre o setor não linear. A proposta consensuada pelo grupo caminha para tornar-se projeto de lei. Mas os avanços, até então, eram lentos. Enquanto o debate político e a avaliação técnica se entendem num cenário com pouca clareza da força de atuação de cada parte envolvida, o país acompanha o desenvolvimento do mercado de *video on demand* sem um modelo implementado de fomento da indústria audiovisual nacional. Fica à cargo das operadoras do serviço como e quando investir, modelo diferente do que se conseguiu estruturar para a TV por Assinatura e que teve seu êxito para a indústria nacional.

## REFERÊNCIAS

ANCINE. **Emprego no setor audiovisual**: estudo anual 2018 (Ano-base 2016). Disponível em: <[https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/emprego\\_no\\_setor\\_audiovisual\\_0.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/emprego_no_setor_audiovisual_0.pdf)>.

BASE de títulos Netflix. **Unofficial Netflix online Global Search**. Disponível em: <<http://unogs.com>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

BRASIL já está entre os 10 primeiros mercados da Netflix. **O Estado de São Paulo**, 15 de março de 2018. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,brasil-ja-esta-entre-os-tres-principais-mercados-danetflix,70002228916>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

BRASIL. **Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011**. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória no 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nos 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências. Presidência da República Federativa do Brasil. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 12 de setembro de 2011. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-014/2011/Lei/L12485.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-014/2011/Lei/L12485.htm)>. Acesso em: 28 jun. 2019.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 4a. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

COCA-COLA, Nike e Samsung são top do top. **Meio & Mensagem**, 31 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2018/10/31/coca-cola-nike-omo-e-samsung-saotop-do-top.html>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

CONSELHO Superior de Cinema amplia espaço para streaming e games. **O Globo**, 05 de dezembro de 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/conselho-superior-de-cinema-amplia-espaco-para-streaminggames-23282347>>. Acesso em: 11 jul. 2019.

DU GAY, P. et al. **Doing cultural studies**: the story of the Sony Walkman. Londres: Sage, 1997.

EVOLUÇÃO do número de assinantes da TV paga. **ABTA**. Disponível em: <[http://www.abta.org.br/dados\\_do\\_setor.asp](http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp)>. Acesso em: 10 jul. 2019.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais de nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v.22, n.2, p.15-46, 1997.

HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

LIMA, H. S. **A Lei da TV Paga**: impactos no mercado audiovisual. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo. São Paulo, 2015.

LISBOA FILHO, F.F.; MORAES, A.L.C. Estudos Culturais aplicados a pesquisas em mídias audiovisuais: o circuito da cultura como instrumental analítico. **Significação: Revista De Cultura Audiovisual**, v. 41(42), n. 67-86. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/significacao/article/view/85103>>.

MORENO, A. **Cinema brasileiro: história e relações com o Estado**. Niterói: EDUFF; Goiânia: CEGRAF/UFG, 1994.

NEW data shows Netflix's number of movies has gone down by thousands of titles since 2010 — but its TV catalog size has soared. **Business Insider**, 20 de fevereiro de 2018. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/netflix-movie-catalog-size-has-gone-down-since-2010-2018-2>>. Acesso em: 12 jul. 2019.

Number of nominations and wins for Netflix original programs at the Primetime Emmy Awards from 2013 to 2018. **Statista**. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/324190/nominations-winners-netflix-original-programs-emmy-awardsusa>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

Proposta de Condecine sobre VOD segue travada na Casa Civil. **TeleSíntese**, 22 de abril de 2019. Disponível em: <<http://www.telesintese.com.br/proposta-de-cobranca-da-condecine-sobre-vod-segue-travada-na-casacivil/>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

Tributação híbrida de VOD é “consenso possível”, mas detalhes ainda são cruciais. **Teletime**, 11 de junho de 2018. Disponível em: <<http://teletime.com.br/11/06/2018/tributacao-hibrida-de-vod-e-consenso-possivel-mas-detalhes-ainda-saocruciais>>.

# ANÁLISE CULTURAL-MIDIÁTICA: DESAFIOS E PERSPECTIVAS A PARTIR DO GRUPO DE PES- QUISA ESTUDOS CULTURAIS E AUDIOVISUALIDADES

*Mariana Nogueira Henriques<sup>1</sup> e Flavi Ferreira Lisbôa Filho<sup>2</sup>*

## **INTRODUÇÃO**

Estudar e analisar a área da comunicação é sempre um desafio. Os objetos midiáticos são cada vez mais plurais e heterogêneos, assim como as sociedades contemporâneas e os diversos modos de vida. Esse cenário exige que as pesquisas sobre o tema tenham abordagens cada vez mais complexas e críticas para se compreender essas as articulações e inter-relações. Torna-se imprescindível, então, explorar diferentes possibilidades teóricas e metodológicas que deem profundidade às análises, contribuindo, de fato, para um entendimento mais amplo do campo comunicacional.

Nesse sentido, esse artigo objetiva abordar as características e potencialidades da análise cultural-midiática, a partir do Grupo de Pesquisa (GP) Estudos Culturais e Audiovisualidades, bem como o modo com que esse Grupo foi apropriando-se desse método como protocolo teórico-metodológico de pesquisas em comunicação. Para tal, partimos dos pressupostos teóricos dos estudos culturais, buscando evidenciar como a análise cultural, proposta por Raymond Williams, pode ser aplicada para os estudos de mídia, já que, com a gênese no conceito de materialismo cultural (Williams, 1979), permite uma rica investigação contextual, trazendo à tona aspectos políticos, econômicos e sociais do período de produção dos objetos estudados.

De forma prática, a fim de evidenciar como tal metodologia pode ser aplicada, apresentamos cases de dez pesquisas<sup>3</sup> de autoria de membros do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades da Universidade Federal de Santa Maria, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, as quais encontraram na análise cultural-midiática a possibilidade de exercer um estudo com criticidade e densidade contextual por meio do desenvolvimento de um percurso metodológico autoral.

## **COMUNICAÇÃO E CULTURA: BUSCANDO APROXIMAÇÕES**

É inegável que, nos dias atuais, os fluxos comunicacionais estão cada vez mais intensos, as formas e produtos midiáticos se multiplicam e tornam-se parte de nossas vidas, e

---

1 Doutoranda em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

2 Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

3 As pesquisas completas e demais trabalhos desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa podem ser encontrados no site <http://w3.ufsm.br/estudosculturais/>.

indispensáveis em nosso cotidiano, exigindo novas formas de comunicar, que atendam a pluralidade e diversidade da sociedade. Ou seja, tornou-se praticamente inviável estudar a comunicação sem estudar a sociedade de seu entorno e suas formas e práticas culturais.

É a partir dessa perspectiva que o Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisuais, fundado em 2013, busca, ao longo dos anos, desenvolver seus estudos, relacionando comunicação, representações e identidades, tendo como pano de fundo aspectos inerentes aos contextos sociais. Assim, desde seu princípio, o GP teve por base a compreensão de que as mídias são espaços culturais onde circulam sentidos, sendo importantes mediadoras de significados e facilitadoras da disseminação e do reconhecimento coletivo de características identitárias. A partir disso, dedicou-se a compreender os modos pelos quais a mídia elabora representações sobre o cotidiano e as relações sociais que permitem debater a construção de sentidos sobre um tempo específico. Ou seja, assim como Morigi (2004, p. 3), o GP compreende que os meios, mais que apenas difusores de informação, são também “responsáveis pela produção dos sentidos que circulam na sociedade”, e, dessa forma, mais do que apenas transmissores de notícias, comunicam cultura e valores.

Partindo desse entendimento, tornou-se inevitável uma aproximação com o campo da cultura e, assim, também, com os estudos culturais. Isso aconteceu, de forma gradual, a partir da incorporação de conceitos, teorias e pensamentos vinculados aos estudos culturais, o que fica evidente no desenvolvimento das pesquisas realizadas que, inicialmente, os utilizavam como aporte teórico e, gradualmente o incorporaram como base teórico-metodológica e analítica. No entanto, independentemente do modo como as aproximações entre as áreas foram acontecendo, no cerne desse debate encontra-se o entendimento sobre cultura. Porém, estudar a cultura nunca foi tarefa fácil. Em 1976, Raymond Williams já dizia que ela é uma das duas ou três palavras mais complicadas da língua inglesa. E isso ocorre, principalmente, pelo fato de o termo ser utilizado em diversas disciplinas distintas e sistemas de pensamentos incompatíveis (Williams, 2007, p. 117).

Podemos verificar que, pelo menos até meados do século XX, o uso preponderante do termo cultura era associado a civilização, como uma descrição do processo secular de desenvolvimento humano (Williams, 2007, p. 119). Esse entendimento começa a se alterar apenas na segunda metade do século, quando as mudanças no cenário europeu, após as duas grandes guerras, e mais adiante, na década de 1960, com o grande desenvolvimento dos meios de comunicação, levam a uma reformulação do conceito, pois não era mais possível pensar em uma única cultura para toda a sociedade.

Conforme afirma Tavares (2008), após a Segunda Guerra, quando a cultura ainda era entendida como restrita a um grupo seletivo, reproduzindo desigualdades sociais, começa a ser questionada por jovens intelectuais que se estabeleciam nas instituições de nível superior, que buscavam novas formas de compreender as transformações do contexto social que estavam vivendo, para além do pensamento marxista em voga no período.

Esse movimento, político e intelectual dos anos 1950, ficou conhecido como *New Left*. Essa intrincada e complexa relação do conceito é o que motiva Raymond Williams, Richard Hoggart e Edward Thompson a pensarem no termo e proporem novas lógicas para seu entendimento, descolando da ideia elitista inicial, em direção a práticas cotidianas, atentando para as relações entre a cultura e a sociedade, com foco nas instituições, formas e práticas culturais, bem como, nos meios de comunicação. Aliar essa compreensão da cultura com os meios midiáticos é, então, um dos principais compromissos dos pesquisadores vinculados ao GP.

A trajetória da *New Left* está entrelaçada com a origem dos estudos culturais, que também surgem nesse período de grande crise política e econômica e quando temas como cultura, indústria, arte e democracia começavam a permear os meios de comunicação, já que há uma grande ênfase na chamada indústria cultural.

No entanto, estudar, compreender, teorizar e analisar a cultura não foram processos imediatos e lineares, mas uma construção no tempo que levou ao desenvolvimento de uma teoria da cultura e do materialismo cultural – processo esse, que de acordo com Williams (2011), levou mais de 30 anos, culminando com o desenvolvimento do termo.

Levei trinta anos, em um processo bastante complexo, para deslocar-me daquela teoria marxista herdada (que, em sua forma mais geral, comecei aceitando), passando por várias formas de transição da teoria e da investigação, para a oposição que defendo agora e que defino como “materialismo cultural”. As ênfases da transição – na produção (e não apenas reprodução) de significados e valores por formações sociais específicas; no primado da linguagem e da comunicação como forças sociais formativas; e na interação complexa tanto das instituições e formas quanto das relações sociais e convenções formais – podem ser definidas, se quisermos, como “culturalismo”, e até mesmo a dicotomia (positivista) antiga e crua idealismo/materialismo pode ser aplicada, se ajudar a alguém. (Williams, 2011, p. 331-332)

Assim, para Williams (2011) as práticas culturais devem ser entendidas como práticas reais, elementos de um processo social material, com intenções e condições específicas. Ou seja, através de uma revolução do marxismo clássico, os estudos culturais passam a defender que a cultura não é um campo autônomo nem externamente determinado, mas um local de diferenças e lutas sociais. Isso significa que não pode ser explicada e determinada apenas por uma dimensão econômica, já que a sociedade é um todo complexo e são vários os fatores que a compõe.

Esse novo modo de ver e analisar a sociedade, deu ênfase na produção (e não apenas reprodução) de significados e valores por formações sociais específicas. Com esse pensamento, o que Williams (1979, p. 332) almeja é que se alcance:

[...] uma teoria da cultura como um processo (social e material) produtivo e de práticas específicas, e das “artes” como usos sociais de meios materiais de produção (desde a linguagem como “consciência prática” material até às tecnologias específicas da escrita e das formas de escrita, por meio de sistemas mecânicos e eletrônicos de comunicação). (Williams 1979, p. 332)

A partir daí, podemos compreender que o referido autor propõe uma teoria e análise da cultura que a entenda como um processo social real interligado com as questões econômicas, políticas e midiáticas da contemporaneidade. É com esse mesmo entendimento, que Glasser (2008, p. 88) afirma que “o materialismo cultural se define, então, como uma teoria da cultura intrinsecamente vinculada a uma teoria da comunicação”, isso porque destaca a centralidade da linguagem e da mídia como atores fundamentais na disseminação, produção e reprodução cultural. Assim, se os estudos culturais tinham como preocupação central a cultura popular e *mass media*, os produtos midiáticos ganham destaque a partir do entendimento de que não são meros instrumentos de manipulação e controle, mas sim, produtos culturais que atuam na mediação de elementos da sociedade. Com isso, rompe com as concepções passivas e indiferenciadas de público, partindo para a análise dos modos como as mensagens são decodificadas pelos diferentes receptores, conforme o contexto social e político (Hall, 2003a). Tal perspectiva passa a defender que, no âmbito popular, não existe somente submissão, mas também há espaço para resistência e intervenção social.

Podemos adicionar aqui, ainda, o pensamento de Jameson (2016), que compreende os estudos culturais como um sintoma, uma manifestação de grupos sociais que refletem o que acontece em um contexto maior. Assim, para o autor, trabalhar no campo da cultura, a partir do materialismo cultural e dos estudos culturais é receber, de braços abertos, o feminismo, o antirracismo, o movimento LGBTQI+, os estudos de gênero, latinos, decoloniais, das culturas populares e de qualquer outro grupo que ainda não tem voz (Jameson, 2016). O que ele evidencia, então, é que os estudos culturais têm dado espaço para uma série de temáticas ou grupos que até então eram desvalorizados, invisibilizados ou não tinham poder de expressão na sociedade tradicional. Inclui-se aí, também, os produtos até então desconsiderados como culturais, aqueles produzidos por grupos sociais minoritários ou relacionados aos meios de comunicação, que são agora, então, considerados produtores culturais, agindo de forma dinâmica e ativa na construção e consolidação de ideologias e hegemonias. A partir de suas estruturas, sustentam, atualizam e reproduzem a estabilidade social e cultural.

Esse amplo entendimento, apresentado até aqui, de certa forma, baliza a construção teórica das pesquisas desenvolvidas pelo GP, que além dos estudos voltados para as relações entre comunicação e cultura, visam tensionar, também, com a representação de grupos



minoritários. Por esse motivo, para além da teoria, contamos com o aporte metodológico da análise cultural-midiática que, por suas especificidades, consegue articular as particularidades de diversas áreas de conhecimento e contextos sociais, políticos, econômicos, culturais, além de práticas cotidianas e comunicativas. No entanto, os modos de utilização da metodologia não ocorreram de forma imediata e linear, tampouco estão finalizados. Assim sendo, podemos identificar três fases distintas na trajetória do GP, apresentadas nos próximos itens. Destacamos, que esses períodos não possuem limitações rígidas, mas marcam as rupturas e novas perspectivas encontradas ao longo das pesquisas.

### **FASE INICIAL: APLICAÇÃO DA ANÁLISE CULTURAL**

A análise cultural, desenvolvida por Williams (1979), tornou-se útil ao GP para embasar trabalhos, pois, tendo como cerne o materialismo cultural, compreende a linguagem e a comunicação como forças propulsoras e formadoras de todos os processos produtivos e sociais. Assim, o materialismo cultural é tanto considerado uma posição de ordem teórica e política como um método (Moraes, 2015). Essa característica fez com que os primeiros trabalhos desenvolvidos por nós, utilizassem a análise cultural para auxiliar na compreensão de como se dão as inter-relações de práticas e padrões vividos e experimentados, em um determinado contexto.

Como forma de melhor compreensão e aplicabilidade da análise cultural, cabe aqui destacar que a utilização da metodologia se relaciona com a classificação que Raymond Williams (2003) propõe para o termo cultura, a partir de três definições: ideal, na qual ela é um processo de perfeição humana; a documental, que seriam as obras intelectuais e imaginativas que registram o pensamento e a experiência intelectual; e a social, que trata de descrever a maneira de viver da sociedade. As três definições de cultura tornam-se importantes para analisar a sociedade contemporânea, pois sua complexidade e pluralidade requer entendimentos provindos dessas três vertentes do conceito e a análise, então, será uma mescla das teorias e tradições já estabelecidas e registradas, sendo interpeladas pelos novos valores e significados do meio social.

Além da definição geral do termo, Williams (2003) apresenta, também, três níveis de cultura. O primeiro delas é a “cultura vivida” por um sujeito, em um momento e local determinado; o segundo é a “cultura registrada”, que seria a materialização do vivido através de obras de arte, museus, vídeos, documentos, música, representações teatrais, linguagem e, também, os produtos midiáticos; por fim, a “cultura da tradição seletiva”, que funciona como um mecanismo de resgate e incorporação de práticas do passado no presente.

Hoje, ao analisarmos, de forma mais profunda e abrangente, um produto cultural e, em especial os midiáticos, temos que levar em conta as três definições e os três níveis de cultura propostos pelo autor. Por exemplo, um programa televisivo, dependendo do contexto, da história e do local onde se passa, é produzido e exibido de formas diferentes,

por mais que alguns elementos sejam universais. Por outro lado, através do que é veiculado podemos ter uma visão geral sobre a cultura vivida a partir da apresentação de alguns fatores selecionados para serem representativos dessa realidade.

Assim, com bases epistêmicas nos estudos culturais e metodológicas no materialismo cultural, a análise cultural começou a ser utilizada como um protocolo investigativo no Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. Dessa forma, tendo em vista esses pressupostos, sua utilização possibilitou a construção de percursos menos rígidos, mais amplos e que estivessem de acordo com os objetivos da pesquisa e as demandas próprias de cada objeto. É importante destacar, neste ponto, que este texto apresenta o diagrama síntese elaborado por cada pesquisador e que, não se esgotando em si, não é o ponto de chegada das pesquisas e sim o de partida, já que o protocolo de pesquisa é muito mais complexo. A opção por apresentá-lo dessa forma se dá por motivos didáticos, a fim de facilitar a compreensão das trajetórias desenvolvidas.

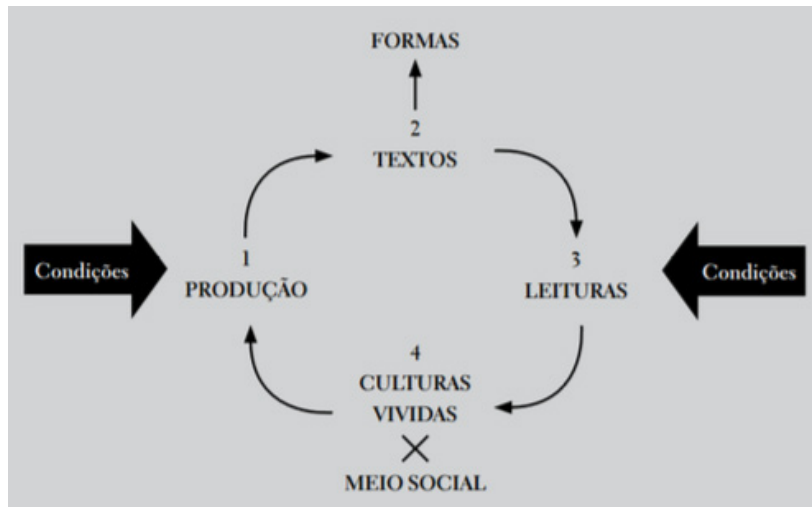
Cabe destacar, no entanto, que nesse primeiro momento de utilização da análise cultural, sua aplicação estava diretamente atrelada a circuitos da cultura já existentes e que foram desdobrados para as análises. Esses primeiros circuitos, de Hall (2003b) (Figura 1), Johnson (2006) (Figura 2) e Du Gay et al. (1999) (Figura 3), inspiraram o desenvolvimento dos trabalhos por não valorizarem apenas os aspectos de produção do produto, mas também os contextos em que estão inseridos e a sua recepção.

**FIGURA 1: Modelo Codificação/Decodificação de Hall**



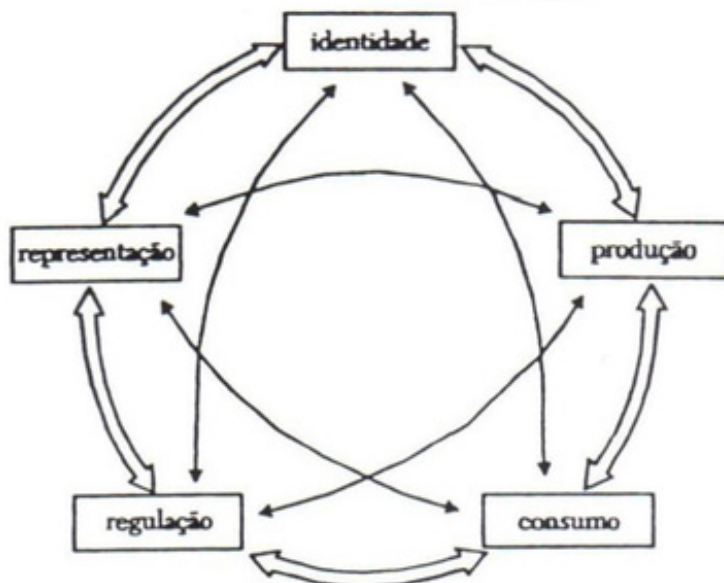
Fonte: Escosteguy (2007, p. 120)

FIGURA 2: Circuito de Johnson



Fonte: Escosteguy (2007, p. 120)

FIGURA 3: Circuito da Cultura de Du Gay et al.

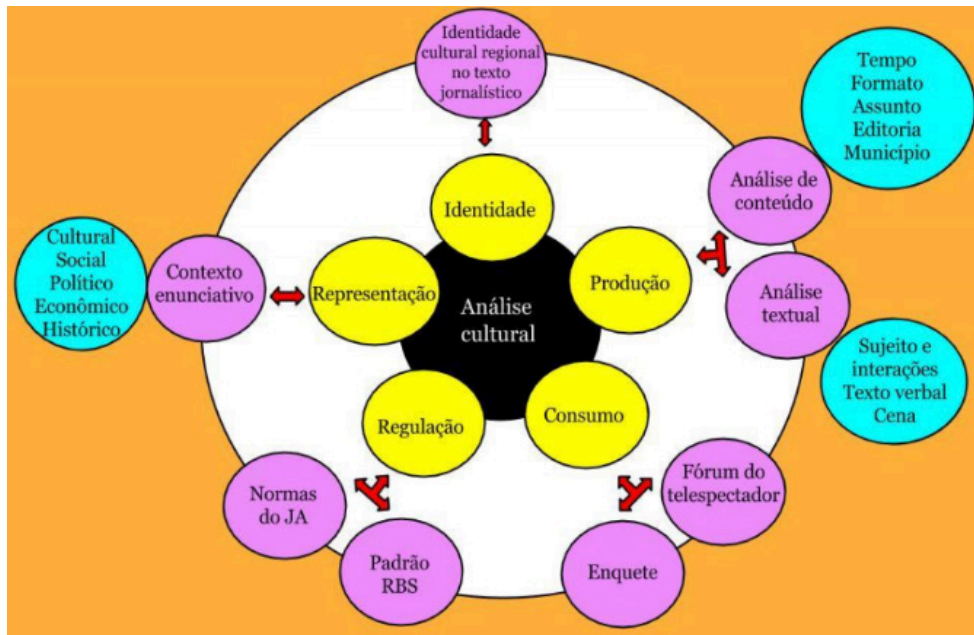


Fonte: Du Gay et al. (1999, p. 3)

Um dos primeiros trabalhos apresentados nessa perspectiva foi a dissertação intitulada “Análise cultural do telejornalismo local: representação e identidade na RBS TV Santa Rosa”, de autoria de Rossana Zott Enninger (2015), que teve como objetivo realizar uma análise cultural do *Jornal do Almoço*<sup>4</sup> da RBS TV Santa Rosa identificando de que modo a identidade regional é construída no telejornalismo local. Para isso, tendo como base metodológica o circuito da cultura de Paul Du Gay et al. (1999), Enninger (2015) procurou contemplar as instâncias da produção, regulação, consumo, identidade e representação (Figura 4).

<sup>4</sup> Telejornal exibido ao meio-dia pela RBS TV, emissora afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul.

FIGURA 4: Protocolo analítico de Enninger



Fonte: Enninger (2015, p. 55)

FIGURA 5: Protocolo analítico de Canabarro



Fonte: Canabarro (2015, p. 59)

A dissertação defendida por Tiane Dias Canabarro (2015), intitulada “A representação das identidades gaúchas na televisão pública: um estudo da TV Assembleia/RS”, analisou como e quais identidades gaúchas estão representadas na programação de tal emissora. Para tanto, a autora utilizou o circuito da cultura proposto por Johnson (1999) aliado à análise textual de Casetti e Chio (1999), quando fez referência aos con-

textos enunciativos produzidos pelos textos televisivos (Figura 5). Além disso, para contemplar a análise da produção, Canabarro (2015) busca compreender como se dá a regulação da televisão pública no Brasil, as lógicas da TV por assinatura e como são organizadas as grades de programação televisiva. A cultura vivida é trazida através de um estudo do contexto social, histórico, identitário e político da emissora. Por fim, as condições de leitura aparecem através de entrevistas com apresentadores e coordenadores da TV.

É possível perceber nos circuitos de Hall (2003b), Johnson (2006) e Du Gay et al. (1999), a valorização do todo comunicacional, explorando elementos desde a produção até o consumo, permitindo com que se compreenda a sua complexidade cultural e inserção social. Entretanto, mesmo que o posicionamento do Grupo seja em relação à importância de se considerar as práticas da audiência ao se analisar produtos culturais televisivos, muitas vezes, ao longo de uma pesquisa, não é possível abarcar, igualmente, todas as instâncias com o aprofundamento necessário. Assim, nos estudos desenvolvidos pelos pesquisadores do GP, não há a intenção de explorar igualmente todos os pontos expostos pelos autores referidos, já que a perspectiva a ser observada é a da produção. Essa observação fez com que, a partir dessas primeiras pesquisas, percebêssemos que os circuitos, da forma como estavam postos, não dariam conta da efetiva complexidade dos estudos realizados e nem refletiriam a real proposta a ser desenvolvida. Essa percepção fez com que se repensasse a utilização dos referidos circuitos para que servissem como uma inspiração para o desenvolvimento de processos mais autorais, que, de fato, demonstrasse as escolhas das estratégias metodológicas próprias. Com base nessas propostas, os trabalhos seguintes já irão realizar uma apropriação particular dos circuitos, selecionando os elementos necessários para a investigação, atentando, sempre, para a totalidade social presente no período de circulação dos produtos analisados.

Nesse momento, o que se compreendeu foi que a análise cultural é uma necessidade para a aplicação da teoria à prática, já que a dinâmica social e seus tensionamentos serão o cenário cotidiano sobre o qual nos debruçamos. É por isso que Johnson (2006, p. 29) destaca a importância de se partir de casos concretos, a fim de se discutir a teoria de forma contínua e contextualizada ao fazer conexões entre argumentos teóricos e experiências contemporâneas, assim, o projeto da análise cultural é “abstrair, descrever e reconstituir, em estudos concretos, as formas através das quais os seres humanos vivem, tornam-se conscientes e se sustentam subjetivamente”. Nesse sentido, pudemos utilizar da análise cultural como instrumento analítico e base para o desenvolvimento de uma análise cultural-midiática, termo que passou a ser utilizado nos trabalhos seguintes.

**SEGUNDA FASE:****DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE CULTURAL-MIDIÁTICA**

Ficou evidente, a partir dessa primeira aproximação, a importância da análise cultural dentro do campo midiático, especialmente na contemporaneidade, porque permite observar o amplo complexo das atividades das comunidades humanas e suas inter-relações, frente aos ambientes e processos midiáticos. Com isso, partiu-se para uma nova etapa de apropriação e uso da análise cultural que, como metodologia de investigação no campo da comunicação, privilegia não apenas os meios em si, mas valoriza as diferentes formas com as quais os sujeitos sociais negociam suas vivências e experiências culturais. Passamos, então, a chamá-la de análise cultural-midiática.

Levando-se em conta essa utilização e as potencialidades da análise cultural-midiática como um protocolo teórico-metodológico de pesquisas na área da comunicação, Steffen, Henriques e Lisbôa Filho (2018) a definiram como uma estratégia teórico-metodológica que faz o contexto ganhar protagonismo, revelando bastidores que nem sempre estão explícitos e, por isso mesmo, evidenciam interesses e tensões sociais ocultos responsáveis, muitas vezes, por explicar modelos e padrões sociais vigentes que perpetuam desigualdades e preconceitos, preocupando-se com as práticas de dominação dos sujeitos, bem como as formas de resistência encontradas por esses.

Colocando em relação as esferas da produção, circulação e recepção, tal análise compreende que os produtos não existem isoladamente e não devem ser pensados apenas a partir de suas características internas, mas que são, de fato, inteiramente dependentes dos contextos que os abrigam. Nesse sentido, tal metodologia insere os meios de comunicação em um contexto mais amplo, para além de si mesmos, incorporados na complexidade da cultura vivida do período em que foram produzidos, mostrando que o meio cultural em que se encontram é um campo de conflito e negociação de formações sociais de poder atravessado por tensões políticas, históricas, econômicas, sociais, entre outros (Steffen, Henriques e Lisbôa Filho, 2018, p. 10-11).

Nesse viés, podemos apresentar a dissertação intitulada “Identidade feminina gaúcha: representações de gênero nos programas regionais *Bah!*”, de autoria de Mariana Nogueira Henriques (2016), que buscou problematizar quais sentidos sobre a identidade da mulher gaúcha são mobilizados pela RBS TV, a partir dos especiais “Bah!”, uma série de programas comemorativos à Revolução Farroupilha. Para isso, através da elaboração de um modelo metodológico próprio, com inspiração nos circuitos de Johnson (2006) e Du Gay et al. (1999), a autora realizou uma análise cultural-midiática para observar o objeto através de três grandes instâncias: o fazer televisivo, os produtos textuais e o contexto em que estava inserido (Figura 6). Assim, para dar conta do fazer televisivo, buscou

informações sobre regulação televisiva e normas institucionais da emissora em que os programas foram exibidos. As formas textuais foram contempladas através da análise textual de Casetti e Chio (1999). O contexto foi observado com base nas estruturas de sentimento em relação a aspectos sociais, históricos, culturais e identitários. Junto a isso, foi incluída a dimensão política para dar visibilidade às questões de gênero. Por fim, a pesquisadora realizou uma análise de conteúdo com base em Bardin (2002) a fim de elencar os principais sentidos acionados pelo programa.

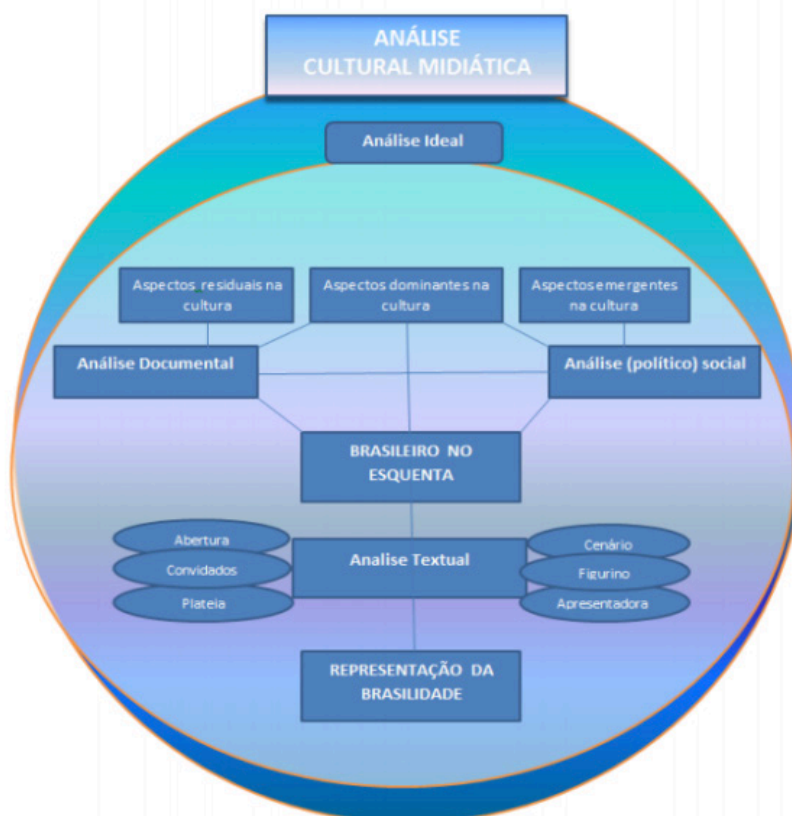
FIGURA 6: Protocolo analítico de Henriques



Fonte: Henriques (2016, p. 71)

Além das temáticas voltadas para o contexto regional, Rogério Saldanha Corrêa (2016) trouxe questões sobre identidade brasileira na dissertação intitulada “A construção da brasilidade: uma análise cultural midiática do programa *Esquenta* - TV Globo”. A pesquisa teve como objetivo principal analisar os sentidos de brasilidade construídos no programa *Esquenta*, encontrando as continuidades e rupturas que se apresentam nas formas de representação do brasileiro. Aliou a isso uma análise documental e político-social a fim de descrever a maneira de viver ou modos de vida da sociedade contemporânea. Trouxe, ainda, a análise textual de Casetti e Chio (1999) para, por fim, compreender como esses elementos estão presentes no programa televisivo e quais sentidos são construídos por ele (Figura 7).

FIGURA 7: Protocolo analítico de Côrrea



Fonte: Henriques (2016, p. 71)

Ao longo do desenvolvimento dessas pesquisas, tornou-se evidente, também, a necessidade de tensionar as análises através de categorias mais amplas. Novamente, recorremos a Williams (1979) que, ao desenvolver sua teoria da cultura, retomou alguns eixos centrais da teoria marxista, dando a eles uma nova leitura, tendo como foco os aspectos culturais. Esses eixos dizem respeito aos conceitos de base e superestrutura, determinação, forças produtivas, mediação, hegemonia, tipificação, tradições, instituições, formações e estrutura de sentimento. Desenvolve, assim, as bases epistemológicas sobre as quais são articulados os percursos metodológicos que tem na cultura seu ponto principal de investigação e que aqui, serão utilizados para analisar as relações entre cultura e mídia.

### FASE ATUAL: CATEGORIAS E TENSIONADORES ANALÍTICOS PELA PERSPECTIVA CULTURAL

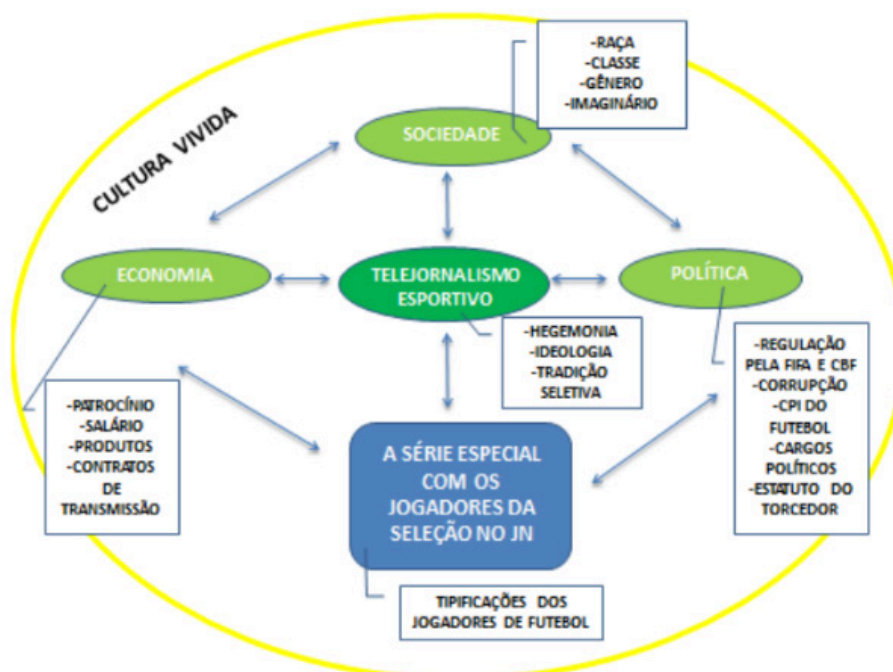
Esta terceira fase e estágio atual do GP, retoma e aprofunda os elementos da teoria marxista, pelo viés de Williams (1979). Esses conceitos começam a fazer parte dos estudos desenvolvidos como grandes categorias analíticas ou como tensionadores dos resultados obtidos, fazendo a intersecção do produto midiático com os aspectos da sociedade contemporânea. Desses eixos, cada pesquisador elenca aquele ou aqueles que se encai-



xam no tema estudado, auxiliando no desenvolvido do estudo e obtenção de respostas para o problema de pesquisa. Trazemos, na sequência, alguns exemplos de trabalhos que já fizeram essa utilização.

A dissertação de Lauren Santos Steffen (2016) analisou o telejornalismo esportivo. Com a pesquisa “Relações e tensões em campo: tipificações e cultura vivida na série especial do Jornal Nacional com os jogadores da Seleção Brasileira”, a autora objetivou problematizar as tensões e relações entre as tipificações dos jogadores de futebol, construídas através da série, e os elementos presentes na cultura vivida, a partir do contexto político, econômico e social. Para isso, Steffen (2016) elaborou uma proposta de análise cultural-midiática do telejornalismo esportivo, inspirada em Du Gay et al. (1999) e Johnson (2006), dando foco em esferas dinâmicas e interdependentes da cultura vivida: a economia, a política, a sociedade e o telejornalismo esportivo. Por fim, para mapear as tipificações, elemento da teoria cultural elencado pela pesquisadora, construídas nas histórias de vida na série, ela utilizou a análise textual de Casetti e Chio (1999) (Figura 8).

**FIGURA 8: Protocolo analítico de Steffen**

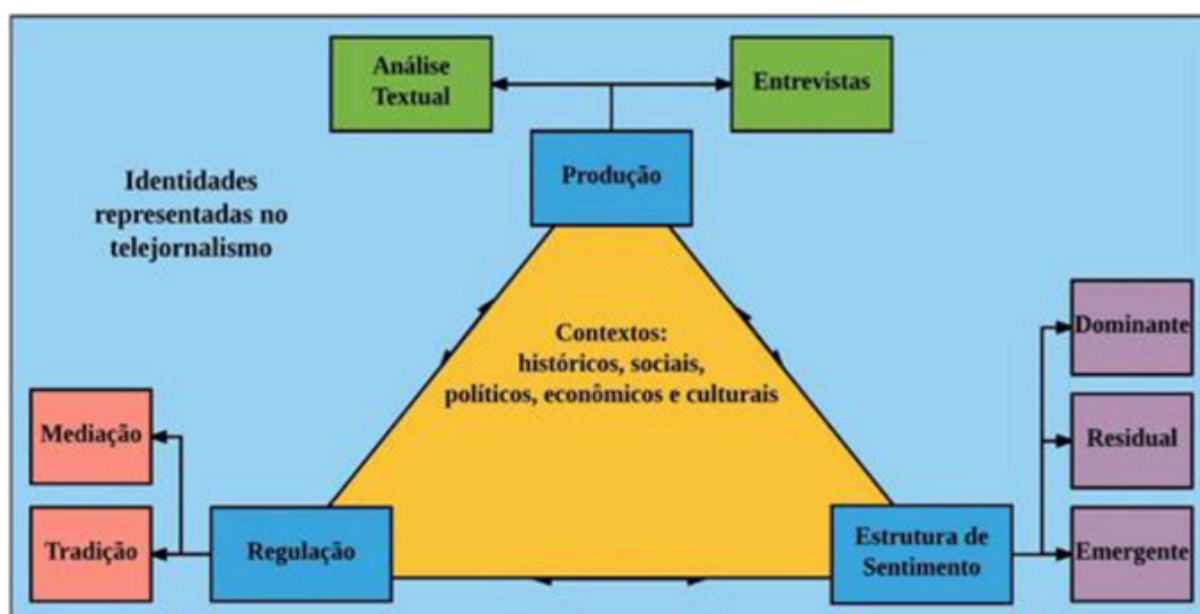


Fonte: Steffen (2016, p. 96)

A dissertação de Francesco Flavio da Silva (2017), intitulada “Identidades contemporâneas do Oeste catarinense no telejornalismo regional”, tinha como objetivo analisar como dois telejornais locais (re)configuram, em seus conteúdos, a cultura identitária da região Oeste catarinense e, com isso, de que forma atuam na constituição da identidade dos sujeitos. Para tal, Silva (2017) elaborou um diagrama, inspirado em Du Gay et al.

(1999), a partir de três grandes categorias analíticas: produção, estrutura de sentimento e regulação (Figura 9). A essas três categorias estão associadas práticas, sentidos e valores presentes na sociedade, cultura, política, economia e história, que são determinantes, também, para constituir e (res)significar os sentidos na estrutura de sentimento. Na categoria produção, foi utilizada a análise textual de Casetti e Chio (1999) para perceber os sentidos representados nos textos dos telejornais e entrevista semiestruturada com os responsáveis pelas equipes de jornalismo das emissoras analisadas. Para a categoria regulação, foram analisadas as mediações e as tradições seletivas, advindas da teoria cultura, presentes nos conteúdos dos telejornais e como elas contribuem para a constituição dos sentidos atuais das representações identitárias.

**FIGURA 9: Protocolo analítico de Silva**

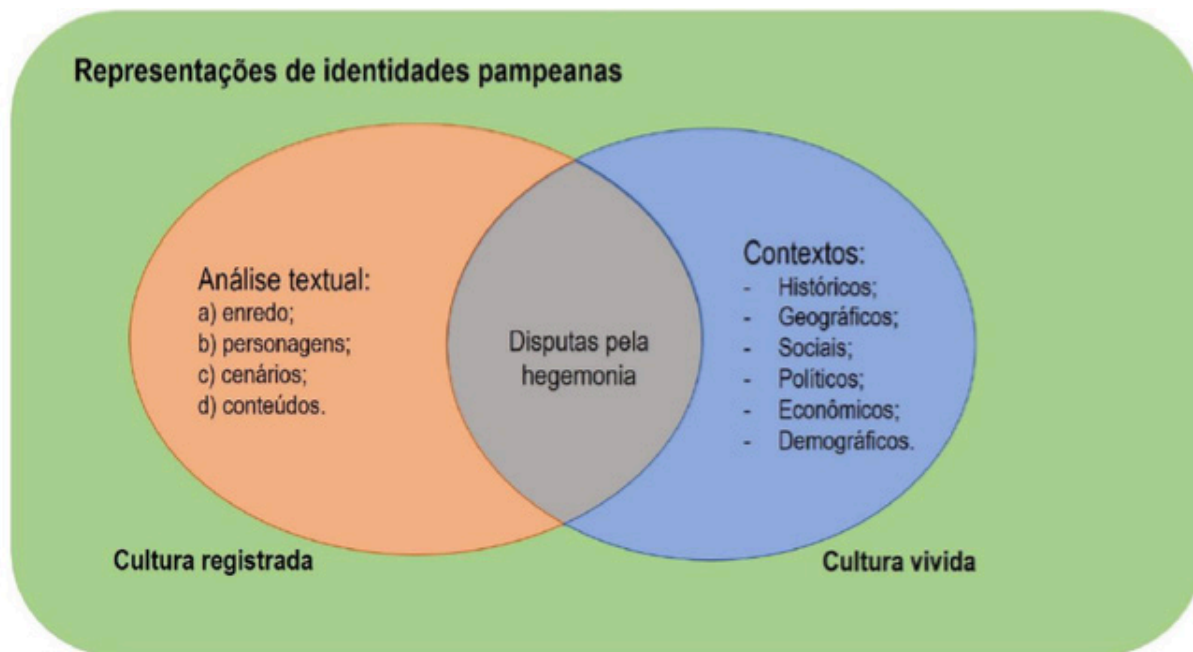


Fonte: Silva (2017, p. 48)

A dissertação de Débora Flores Dalla Pozza (2018), intitulada “Representações de identidades pampeanas em programas documentais da região: intersecções entre cultura vivida e cultura registrada”, objetivou analisar as representações de identidades pampeanas a partir de programas documentais do Brasil, Argentina e Uruguai. Com esse intento, a autora buscou em Williams (2003) suas classificações das dimensões e níveis de cultura. Dessa forma, Dalla Pozza (2018) articula a dimensão social, que se refere aos modos particulares de vida dos povos, com o nível da cultura vivida, de um momento e de um lugar determinado, e da tradição seletiva, que vincula a cultura vivida do momento com as culturas de distintos períodos no mesmo espaço. A dimensão documental, que se refere aos registros do pensamento e da experiência humana, é articulada ao nível da cultura registrada e aqui se localizam os documentários que foram estudados através da análise textual de Casetti e Chio (1999) (Figura 10). Com base nisso, a autora delineou as

intersecções entre cultura registrada e cultura vivida a partir das disputas pela hegemonia, elemento da teoria cultural que utilizou para tensionar sua análise.

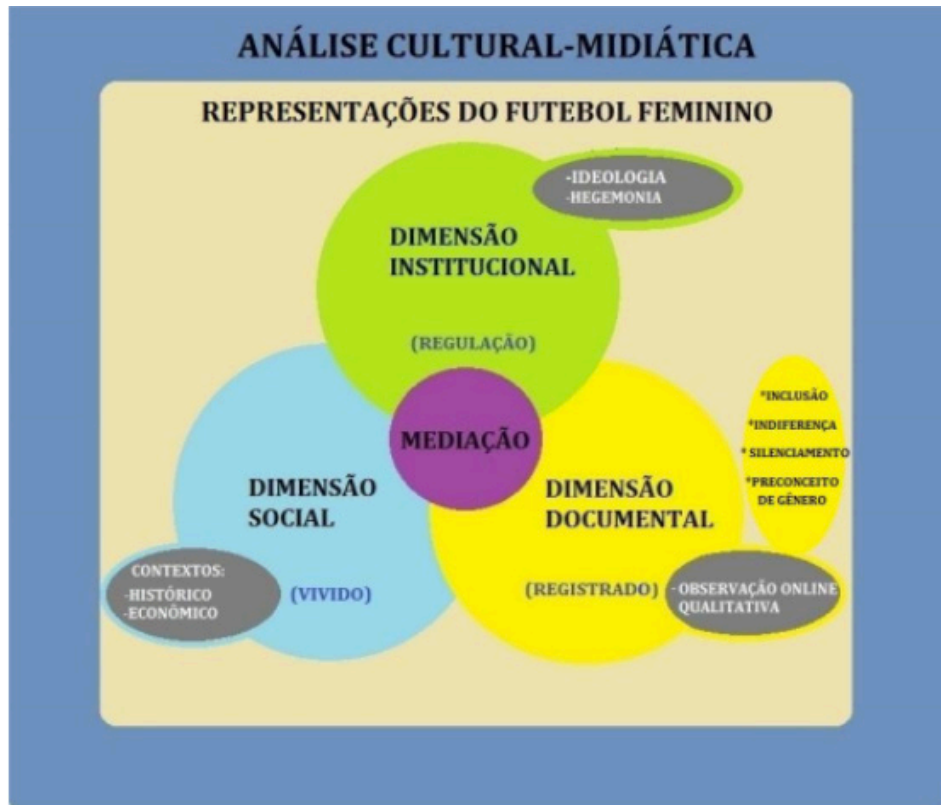
**FIGURA 10: Protocolo analítico de Dalla Pozza**



Fonte: Dalla Pozza (2018, p. 51)

Também no ano de 2018, a dissertação de Lucas Brum Corrêa, intitulada “Que futebol é esse? Uma análise das representações do futebol feminino no site globoesporte.com”, problematizava as representações midiáticas acerca do futebol feminino. Nesse estudo, o autor objetivou analisar a forma como ocorrem as representações do futebol feminino no site de notícias globoesporte.com. Para tal, elaborou uma proposta de análise cultural-midiática (Figura 11) inspirada no circuito de Du Gay et al. (1999), e que tinha como elemento tensionador, advindo da teoria cultural, a mediação. Para dar conta da dimensão social, atrelada a cultura vivida, Corrêa (2018) realizou uma contextualização e mapeamento dos aspectos históricos e econômicos envolvidos. A dimensão documental, a cultura registrada, foi contemplada através de observação online qualitativa. Já a terceira perspectiva, a dimensão institucional da análise, relacionada à esfera da produção das notícias e a regulação cultural existente nesse processo, foi observada com base nas categorias de ideologia e hegemonia. Ao fim, tensionou esses resultados a partir da mediação, que permeia todas as dimensões de análise.

FIGURA 11: Protocolo analítico de Corrêa



Fonte: Corrêa (2018, p. 69)

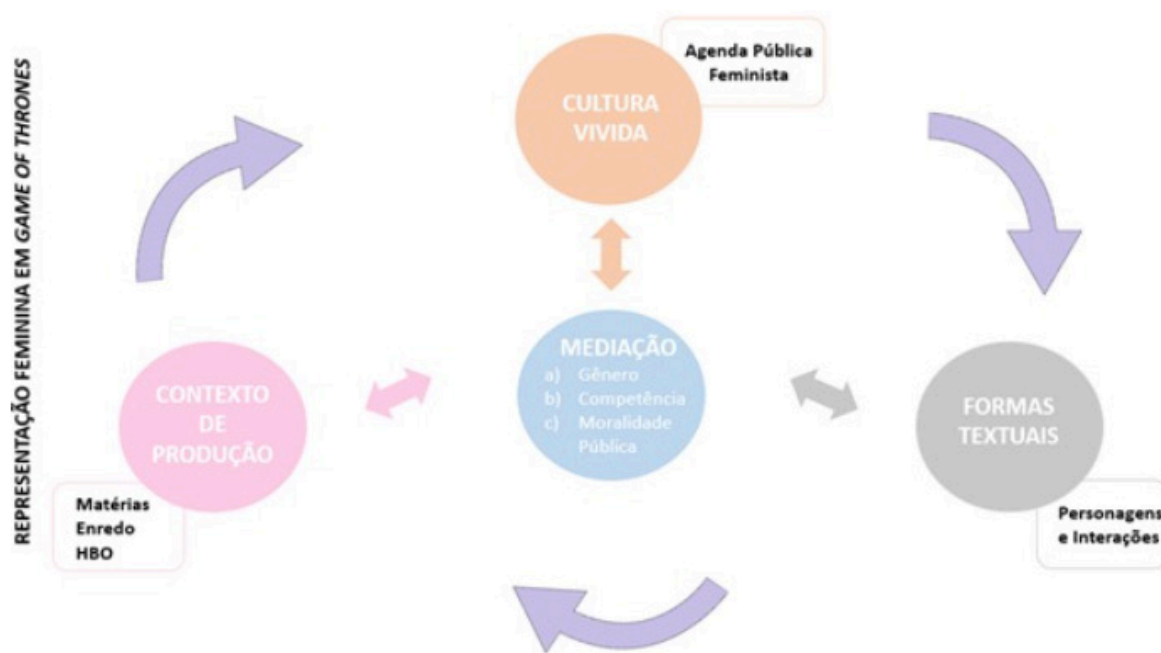
FIGURA 12: Protocolo analítico de Santos



Fonte: Santos (2018, p. 53)

A pesquisa de Bárbara Tatiane Ávila dos Santos (2018) intitulada “As representações das identidades femininas na série Mulheres Espetaculares do programa *Esporte Espetacular*”, novamente buscou problematizar as relações entre comunicação, gênero e esporte, pelo viés cultural. Para tal, a autora tinha como objetivo compreender como as identidades das mulheres eram representadas na série e quais características eram necessárias, de acordo com o programa, para ser uma “Mulher Espetacular”. Desenvolveu, então, um diagrama analítico (Figura 12) que colocava em relação a cultura vivida e a cultura registrada, interseccionada pela hegemonia, categoria elencada a partir da teoria cultural de Williams (1979). Para dar conta do primeiro elemento, utilizou as estruturas de sentimento de Williams (1979), considerando o contexto sociocultural vigente. O segundo item é abordado através da análise textual de Casetti e Chio (1999), através das categorias de enredo, sujeitos e cenário.

FIGURA 13: Protocolo analítico de Ortis



Fonte: Ortis (2019, p. 74)

Mais recentemente, temos a dissertação “Representações femininas em *Game of Thrones*: Mediações entre os Sete Reinos e a Contemporaneidade”, de Andréa Corneli Ortis (2019). Na pesquisa, a autora questionava como são representadas as identidades femininas das personagens Arya e Sansa Stark, da série *Game of Thrones*, veiculada pelo canal HBO, e quais sentidos sobre o feminino contemporâneo são mobilizados pela série. Para responder ao questionamento, foi elaborado um percurso metodológico próprio (Figura 13), com base na perspectiva epistêmica dos estudos culturais e, assim, observar o objeto através de três grandes instâncias: cultura vivida, contexto de produ-

ção e formas textuais (personagens e interações) inspiradas por proposições de Johnson (2006) e Williams (2003). Essas três instâncias contribuíram no processo de mediação, que foi o eixo utilizado da teoria cultural e que, segundo Williams (1979), Martín-Barbero (2001) e Orozco Gómez (1997) atua como interpretante de tudo aquilo que passa entre elas. Assim, em cultura vivida, Ortis (2019) buscou informações sobre a agenda pública feminista; em contexto de produção, os esforços centraram-se em compreender as lógicas de produção do canal HBO, bem como o próprio enredo da trama; e em formas textuais, as duas personagens, Arya e Sansa, foram analisadas por meio da análise textual de Casetti e Chio (1999). Por fim, a categoria “mediação”, foi relacionada com algumas subcategorias, já que ela é resultado de todos os processos existentes no circuito como: a) gênero, abordando como este fator é determinante para inferiorizar as personagens; b) competência, como demonstrativo de força; e c) moralidade pública, levando em consideração como esta pode mudar para se adaptar à sociedade atual.

Além dos trabalhos apresentados, atualmente o GP ainda conta com mais quatro pesquisas de mestrado e quatro de doutorado, em desenvolvimento, e que dão continuidade aos estudos entre comunicação e cultura, através de produtos audiovisuais variados e temáticas como gênero, sexualidade, recortes de classe e etnia. Assim, a partir desse recorte de trabalhos realizados por integrantes do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades, fica visível o constante aprofundamento da teoria e método utilizado, além da crescente maturidade do GP que se configura como um expoente nas pesquisas em estudos culturais. Esse percurso já consolidado, proporciona aos pesquisadores participantes, as bases necessárias para o desenvolvimento dos estudos, a oportunidade da criação de percursos próprios e autorais e a possibilidade de contribuir, não apenas no crescimento interno do grupo, mas em um contexto muito mais amplo, na área da comunicação e da cultura.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no exposto nesse trabalho, foi perceptível o crescimento do GP, que tem como princípio norteador pesquisar comunicação e cultura com base nos estudos culturais, ancorados na sociedade contemporânea. Além disso, tornou-se evidente a importância do desenvolvimento e apropriação da análise cultural-midiática aos trabalhos, pela sua flexibilidade e abrangência, já que a partir dela, é possível ir além dos próprios objetos midiáticos, possibilitando com que os pesquisadores que tem na cultura o seu ponto principal de investigação, explorem com maior densidade os contextos que abrigam seus objetos.

Os trabalhos aqui apresentados, mostram algumas das aplicações práticas até então realizadas pelo GP e permitem observar a evolução gradual do uso de tal metodologia, a partir de um crescente contato e estudo da teoria, o que trouxe aprofundamento e auto-

nomia para a elaboração dos percursos de cada pesquisador. Reconhecemos, aqui, nessa trajetória, três fases distintas. A primeira, que realizada aplicações e adaptações mais diretas dos circuitos existentes, buscando os resultados a partir da análise cultural de Williams (1979). A segunda fase, já parte para uma elaboração e utilização do conceito de análise cultural-midiática, que, mantendo as bases no materialismo cultural de Williams (1979), volta seu foco para a análise da comunicação, pelo viés da cultura. Por fim, a fase atual aprofunda e complexifica as anteriores, trazendo como novos elementos, os eixos da teoria cultural de Williams (1979) como categorias ou tensionadores analíticos.

Conclui-se, assim, que essa estratégia metodológica, pode ser aplicada aos mais variados objetos midiáticos, como programas de entretenimento, jornalísticos, filmes, séries, documentários, entre outros, bem como para demais pesquisas que tenham como foco o estudo da cultura. Por sua versatilidade, não fica estanque a um único modo de utilização ou fechada nos resultados obtidos até então, o que evidencia o quanto os limites de pesquisa ainda podem ser ampliados e explorados.

## REFERÊNCIAS

CANABARRO, T. D. **A representação das identidades gaúchas na televisão pública: um estudo da TV Assembleia/RS.** 2015. 199 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

CASSETTI, F.; CHIO, F. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación.** Barcelona: Paidós, 1999.

CORRÊA, L. B. **Que futebol é esse? Uma análise das representações do futebol feminino no site globoesporte.com.** 2018. 120 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2018.

CORRÊA, R. S. **A construção da brasilidade: uma análise cultural midiática do programa Esquenta - TV Globo.** 2016. 119 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.

DALLA POZZA, D. F. **Representações de identidades pampeanas em programas documentais da região: intersecções entre cultura vivida e cultura registrada.** 2018. 127 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2018.

DU GAY, P.; HALL, S.; JANES, L.; MACKAY, H.; NEGUS, K. **Doing cultural studies: The story of Sony walkman.** London: Sage, 1999.

ENNINGER, R. Z. **Análise cultural do telejornalismo local: representação e identidade na RBS TV Santa Rosa.** 2015. 199 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

ESCOSTEGUY, A. C. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 11, nov. 2007.

GLASER, A. L. **Materialismo cultural**. Tese. Programa de Pós-Graduação em Literaturas Inglesa e Norte-Americana, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

HALL, S. Estudos Culturais e seu Legado Teórico. In: HALL, Stuart; SOVIK, Liv. **Da diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Humanitas, 2003a.

\_\_\_\_\_. Codificação/Decodificação. In: HALL, Stuart; SOVIK, Liv (Orgs.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: UNESCO, 2003b, p.387-404.

HENRIQUES, M. N. **Identidade feminina gaúcha: representações de gênero nos programas regionais Bah!**. 2016. 139 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.

JAMESON, F. **Los estudios culturales**. Buenos Aires: Godot, 2016, edição Kindle.

JOHNSON, R. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2001.

MORAES, A. L. C. **A análise cultural**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação do 24º Encontro da Compós, em Brasília, de 9 a 17 de junho de 2015.

MORIGI, V. J. Teoria social, comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. In: **Revista Eletrônica E-Compós**, n.1. dez. 2004.

OROZCO, G. Medios, audiencias y mediaciones. **Comunicar**, Huelva, n. 8, 1997.

ORTIS, A. Co. **Representações femininas em Game of Thrones: Mediações entre os Sete Reinos e a Contemporaneidade**. 2019. 160 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2019.

SANTOS, B. T. de A. **As representações das identidades femininas na série Mulheres Espetaculares do programa Esporte Espetacular**. 2018. 103 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2018.

SILVA, F. F. **Identidades contemporâneas do oeste catarinense no telejornalismo regional**.



2017. 127 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2017.

STEFFEN, L.; HENRIQUES, M.; LISBOA FILHO, F. F. Análise Cultural-Midiática como protocolo teórico-metodológico de pesquisas em comunicação. In: XXVII Encontro Anual da Compós, 2018, Belo Horizonte. **Anais**. Belo Horizonte: Compós, 2018.

STEFFEN, L. S. **Relações e tensões em campo**: tipificações e cultura vivida na série especial do Jornal Nacional com os jogadores da Seleção Brasileira. 2016. 175 p. Dissertação, Programa de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016.

TAVARES, H. M. Raymond Williams: pensador da cultura. **Ágora**, Vitória, n. 8, 2008.

WILLIAMS, R. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Unesp, 2011.

\_\_\_\_\_. **La larga revolución**. 1. ed. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.

\_\_\_\_\_. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

\_\_\_\_\_. **Palavras-chave**: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007.

# REPRESENTAÇÃO TRANSGÊNERO NA TELENOVELA “A DONA DO PEDAÇO” SOB A PERSPECTIVA DOS ESTUDOS CULTURAIS

*Júlia Gomes Fagundes dos Santos<sup>1</sup>, Luciomar de Carvalho<sup>2</sup>  
e Reginaldo Martins Barbosa Júnior<sup>3</sup>*

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Escrita por Walcyr Carrasco, a telenovela “A Dona do Pedaco” teve seu primeiro capítulo exibido durante o dia de 20 de maio de 2019 marcando, nessa primeira exibição 32,5 pontos de audiência<sup>4</sup>, considerada baixa pontuação se comparada a “O Sétimo Guardião”, anterior novela das 21h. No entanto, o capítulo atraiu discussões acirradas no Twitter chegando a ficar nas *Trending Topics* do Brasil, isto é, os assuntos mais comentados na rede social. A telenovela iniciou apresentando o conflito principal existente entre as famílias Ramirez e Matheus da qual fazem parte, respectivamente, a protagonista Maria da Paz e Amadeu da Penha, interpretados pelos atores Juliana Paes e Marcos Palmeira. O casal, que se conhece de forma inesperada, desafia a rivalidade da família através do amor que nutrem um pelo outro, lembrando uma impossível história de amor. Porém, o objeto de análise deste artigo é Britney personagem transsexual<sup>5</sup> vivida por Glamour Garcia, também mulher transsexual, que na telenovela é filha de Dorotéia (Rosi Campos) e Eusébio (Marco Nanini). A personagem se apresenta a sua família como mulher transsexual durante o 9º e 10º capítulo (29/05 e 30/05) no seu retorno a São Paulo após sair da cidade a fim de estudar Ciências Contábeis.

É de se notar a relevância que tal personagem tem em meio a nossa conjuntura atual, na qual se presenciavam diversos direitos sendo negados a população LGBTQI+ e retrocessos sendo cometidos por um forte movimento conservador. A exemplo, teve-se recentemente a suspensão de vagas no vestibular destinadas a transsexuais, travestis, interssexuais e pessoas não binárias para ingresso na Universidade da Integração da Lusofonia

---

1 Acadêmica do oitavo semestre do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, bolsista PIBIC/CnPq. E-mail: gomesjufagundes@gmail.com.

2 Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. E-mail: dgluciomarc@gmail.com

3 Acadêmico do oitavo semestre do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, bolsista PIBIC/CnPq. E-mail: reginaldombjunior@gmail.com.

4 SANTANA, Greicehelen. Audiência da TV (20/05): Estreia de A Dona do Pedaco não supera audiência do primeiro capítulo de O Sétimo Guardião. Disponível em: <<https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/audiencia-da-tv/2019/05/audiencia-da-tv-20-05-estreia-de-a-dona-do-pedaco-supera-primeiro-capitulo-de-o-setimo-guardiao>>. Acesso em: 2019.

5 Trans, segundo o Letícia Lanz (2015), é um prefixo utilizado para designar “qualquer pessoa transgênera, seja ela transexual, andrógina, travesti, crossdresser e drag queen, etc” (p. 427). Opondo-se ao conceito de cisgênero.

Afro-Brasileira (Unilab), após intervenção do Ministério da Educação<sup>6</sup> (MEC). Além dos alarmantes índices de violência e mortes da população transsexual e travesti no Brasil que, de acordo com uma pesquisa realizada pela ONG Transgender Europe<sup>7</sup> (TGEU), é o país que mais mata transsexuais no mundo. Segundo os dados da pesquisa, entre 1º de outubro de 2017 e 30 de setembro de 2018, 167 transsexuais foram mortas, isto é, uma a cada três dias. Além de inúmeros atos de desrespeito e transfobia vivenciados diariamente que não são denunciados e que, dessa forma, permanecem invisíveis. Sabe-se que o número de mortes possa ser ainda maior, já que muitas vezes essa população não é identificada nos prontuários médicos, o que dificulta a precisão da estimativa. A situação é ainda pior quando se investiga a expectativa de vida de travestis e transsexuais, que no Brasil é de 35 anos, ou seja, inferior a metade da média nacional que é de 75 anos.

Contudo, apesar dos enormes retrocessos no que concerne aos direitos da população LGBTQI+, ainda assim, é possível perceber alguns avanços que dão certa esperança. Recentemente, no dia 13 de julho de 2019, teve-se a aprovação da criminalização da homofobia pelo Supremo Tribunal Federal<sup>8</sup> (STF) que passou a enquadrar crimes de homofobia na Lei do Racismo (7716/89) que prevê punição a qualquer pessoa que profira atos de preconceito e desrespeito segundo raça, cor, etnia, religião e procedência nacional. Ademais, em 21 de maio deste ano, a OMS (Organização Mundial da Saúde) confirmou a retirada da transsexualidade do rol de doenças mentais do CID (Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde). Em 2018, no Brasil teve-se a eleição da primeira transgênero, Erica Malunguinho, para a Assembleia Legislativa de São Paulo.

Já no âmbito midiático, alguns acontecimentos marcantes foram abordados no que tange ao progresso quanto à representatividade LGBTQI+. Em 2019, para os *geeks* apaixonados por quadrinhos houve a confirmação da primeira heroína lésbica, a guerreira Valquíria, do Universo cinematográfico Marvel, consagrada como uma das maiores empresas de quadrinhos e de produtora de filmes, aliada à confirmação da primeira super-heroína transgênero dos quadrinhos e do cinema. Em 2018, na premiação do Oscar, o filme *Uma mulher fantástica* protagonizado por uma atriz trans, Daniela Vega marcou a maior premiação do cinema como o primeiro filme vencedor de Oscar estrelado por uma mulher trans. Outros longas-metragens com protagonistas transsexuais já haviam ganhado prêmios, entretanto todos eles haviam sido interpretados por atores e atrizes cisgê-

6 FERREIRA, Paulo. MEC intervém e universidade federal suspende vestibular para trans, diz Bolsonaro. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/mec-intervem-universidade-federal-suspende-vestibular-para-trans-diz-bolsonaro-23811955>>. Acesso em: 05 ago 2019.

7 G1. Brasil é o país que mais mata travestis e transexuais no mundo, diz pesquisa. Disponível em: <<http://g1.globo.com/profissao-reporter/noticia/2017/04/brasil-e-o-pais-que-mais-mata-travestis-e-transexuais-no-mundo-diz-pesquisa.html>>. Acesso em: 05 ago 2019.

8 BARIFOUSE, R. STF aprova a criminalização da homofobia. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47206924>>. Acesso em: 02 ago 2019.

ro<sup>9</sup>. Com isso, percebe-se que cada vez mais transsexuais vem ocupando espaço midiático trazendo maior veracidade e representatividade. A profusão de personagens transsexuais nas telenovelas nacionais marca também um importante avanço no que concerne à representatividade dessa população. Além do mais, a telenovela é um importante artefato cultural consumido popularmente, o que enriquece a ampliação deste assunto.

Tendo isso em mente, objetivou-se analisar os 9º e 10º capítulos da telenovela “A Dona do Pedaço” na qual a personagem Britney é introduzida na trama. Para isso, utilizou-se como ancoragem os Estudos Culturais, que é uma importante área de estudo que teve início, em 1964 com a fundação do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS). Os Estudos Culturais tiveram contribuíram ao estudar as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, auxiliando na investigação de produtos culturais através de uma totalidade, que perpassa questões de produção, suas formas textuais, tanto do texto em si quanto de seu contexto, recepção e meios sociais. Também se utilizou a análise televisiva de Francesco Casetti e Frederico Chio (1999) que delinea através de um esquema de leitura os principais pontos a serem investigados em um produto televisivo. Optou-se por analisar os capítulos dentro das categorias de história e texto verbal, em conjunto com a investigação do histórico da Rede Globo, emissora responsável pela produção da telenovela.

## OS ESTUDOS CULTURAIS

A tradição dos Estudos Culturais cresce como uma crítica que questiona o estabelecimento de hierarquias entre formas e prática culturais, convencionadas a partir de oposições como alta/baixa, sobre a cultura, entre outras binaridades (Escosteguy, 2001). Os Estudos Culturais foram essenciais em suas contribuições, ao pensar a cultura como algo comum e ordinário, divergindo das concepções que se tinha até então. Assim, manifestações populares e da ordem do cotidiano passaram a ser vistas também como manifestações culturais.

A primeira vez que os Estudos Culturais apareceram de forma organizada, foi na criação do *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) em Birmingham na Inglaterra. A alteração de valores tradicionais da classe operária inglesa, no pós-guerra, dá a força e motivação necessários para a origem de pesquisas que mais tarde seriam considerados os textos germinais do campo. São eles: *The uses of literacy* (1957) de Richard Hoggart, *Culture and society* (1958) de Raymond Williams e *The making of the english working-class* (1963) de Edward P. Thompson.

A interdisciplinaridade e o cunho político são características para entender o campo. De uma perspectiva teórica, ele não se constrói como uma disciplina, mas sim se caracteriza como a insatisfação existe com outras disciplinas.

---

9 Cisgênero (do grego cis = em conformidade com; conforme + gênero), pessoa que se identifica, que se sente confortável com a identidade de gênero que lhe foi atribuída ao nascer.

Estudos culturais é um campo interdisciplinar onde certas preocupações e métodos convergem; a utilidade dessa convergência é que ela nos propicia entender fenômenos e relações que não são acessíveis através das disciplinas existentes. Não é, contudo, um campo unificado (Turner, 1990, p. 11).

Já em uma perspectiva política, os Estudos Culturais podem ser vistos como um projeto político, uma vez que sua origem está interligada ao movimento da *New Left*. Deste modo, pode ser visto como “sinônimo de ‘correção política’, podendo ser identificado como a política cultural dos vários movimentos sociais da época de seu surgimento” (Escosteguy, 1998, p. 87).

Destaca-se a contribuição dos Estudos Culturais no fomento a reflexões de gênero nos estudos em comunicação. Esse movimento começa a ganhar peso na década de 1970, quando a categoria de gênero e as críticas ao patriarcado começam a ser difundidas pelo movimento feminista e a constituir um novo espaço dentro da análise cultural. Schulman (2000) afirma que as implicações feministas contribuíram para que a pesquisa do Centro se tornasse menos oculto, uma vez que grande parte dos esforços de pesquisadores eram baseados em experiências pessoais e decaíam ao teorismo. Nesse sentido, os Estudos Culturais também influenciaram no nascimento dos estudos *queer*, proporcionando a politização da prática acadêmica, que buscava emergir um novo olhar sobre o binômio sexo/gênero. Estes encontros, abriram novos caminhos para os estudos em comunicação, o que permitiu a discussão e a reflexão, em âmbito doméstico, de assuntos antes cristalizados na sociedade.

Os Estudos Culturais também foram significativos para as pesquisas de produtos audiovisuais, sobretudo no estudo de programas televisivos (Escosteguy, 1998). Empenharam-se em analisar a importância de produtos culturais na representação e formação das identidades. Além disso, para os Estudos Culturais, os produtos audiovisuais podem ser entendidos como artefatos culturais agentes da reprodução social e reveladores de sua conjuntura de produção, que evidencia elementos sócio-histórico e ideológicos. Desse modo, entende-se a importância da área de estudo para as pesquisas de audiovisuais, percebendo-se sua relevância para a representação e formação das identidades. Antes, porém, faz-se necessário compreender esses dois conceitos basilares.

### IDENTIDADE DE GÊNERO E REPRESENTAÇÃO

Entendida como um sistema linguístico e cultural, estreitamente ligada às relações de poder, se apresentando de forma arbitrária e indeterminada, a representação, como aponta Stuart Hall (1997), é fruto da maneira como a linguagem presente na mídia é expressada de modo a ser significativa para o outro. Katherine Woodward (2000, p.17) por sua vez fala que “a representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos”, ou seja, não é possível distan-

ciar a produção dos significados. Deste modo podemos encarar a representação como “processo cultural que estabelece identidades individuais e coletivas” (Woodward, 2000, p. 18), já que é a partir dela que o indivíduo se “enxerga no mundo”, auxiliando-o a entender quem ele é e o que deseja ser.

Aqui, podemos pensar sobre as reivindicações e críticas do movimento LGBTQI+ a respeito da representação nos produtos culturais. As generalizações abusivas, irracionais e perigosas, que muitas vezes são veiculadas na mídia, são vistas como estereotipização que acabariam justificando “comportamentos discriminatórios [...] contribuindo para a manutenção do *status quo*” (Cabecinhas, R. 2002, p. 3). Esse *status quo*, diz respeito à norma estabelecida e dominante, seja ela heterossexual, a de branquitude, ou à norma ocidental e burguesa (Rea; Amancio, 2018). Woodward (2000) corrobora descrevendo:

[...] A representação inclui as práticas de significações e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar. A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar (Woodward, 2000, p. 18).

É dentro da representação que a identidade ganha sentido e demonstra suas ligações com as relações de poder. Ou seja, quando o produto cultural representa algo, ele está afirmando: “Isto é a identidade”. Nesse sentido está a importância da mídia que se configura como um dos principais mecanismos que ajuda a estruturar essas formas de representação. Ao criar um personagem como o da Britney, a Rede Globo, trabalha com um imaginário que pode se aproximar ou se afastar da realidade. Ao escolher uma atriz transgênero para o papel, percebesse um passo a mais para verossimilhança e um cuidado com a abordagem de temas tocantes a grupos identitários minoritários.

A identidade é um produto social e cultural dos discursos, de construção mutável. Consideramos que a identidade, assim como a diferença, é criada por atos de linguagem que dão significação a algo ou alguém, servindo tanto como meio de inclusão, bem como exclusão, uma vez que vivemos em uma sociedade pautada por definições de construção hegemônicas. Ela “é vista como um contingente; isto é, como um produto de uma intersecção de diferentes componentes, de discursos políticos e culturais e histórias particulares” (Woodward, 2000, p. 38).

Segundo Hall (2005), a construção da identidade se dá ao longo do tempo, sendo assim, um processo de identificação contínuo. Essa visão decorre de alguns avanços nas ciências humanas, como na tradição do pensamento marxista; no trabalho de Ferdinand de Saussure no campo da linguística; nas descobertas de Freud; Michel Foucault e seus estudos sobre sexualidade e no movimento feminista, enquanto movimento teórico que impulsiona os estudos de gênero. Silva (2000) fala que os movimentos da identidade, tanto de formação, quanto de manutenção, são associados às construções sociais e materiais, que resultam em divisões de grupo ou indivíduos. A identidade é marcada pela diferença, sempre existirão no mínimo, o “Nós” e o “Outro” evidenciando esta diferença. Como lembra o autor, “se um grupo é simbolicamente marcado como o inimigo ou como tabu, isso terá efeitos reais porque o grupo será socialmente excluído e terá desvantagens materiais” (Silva, 2000, p. 15).

A política de identidade, como aponta Silva (2000), é protagonista nos movimentos sociais e algumas linhas teóricas, como o movimento LGBTQI+ e a teoria *queer*, onde ganha status estratégico para formular reivindicações radicais e para pautar ações políticas e de pesquisa. Novas formas de identificação surgem desses movimentos, ao reivindicarem meios diferentes de expressão e representação. O interesse se volta a tentar entender como ela é produzida, contestada e o que/para quem ela significa. “Essa identidade torna-se, assim, um fator importante de mobilização política. Essa política envolve a celebração da singularidade cultural de um determinado grupo, bem como a análise de sua opressão específica” (Silva, 2000, p. 34).

Na questão de gênero, para teoria *queer*, Butler (2003) coloca que é preciso desconstruir a binaridade e a relação sexo-gênero-desejo presente em nossa cotidianidade. Relação, essa, que pode ser bem observada na realidade de pessoas transsexuais e travestis. A forma como o sexo é ligado a identidade dessas pessoas, faz com que elas sejam alvo de desejo, por uma parcela da população que encontra nesses corpos uma forma de escape para satisfazer necessidades reprimidas pela norma heterossexual. E ao mesmo tempo faz com que essas pessoas sejam marginalizadas da sociedade, sendo retirados de sua existência direitos básicos que asseguram a dignidade do ser-humano. Coelho (2017), a partir de relatos de mulheres transsexuais, aponta que:

[...] as performatividades de gênero e os modos de vidas para ‘ser/estar’ mulher (transgênero) são tomados como atravessamentos, rupturas e fronteiras, onde seus corpos são ‘marcados/tidos/considerados’ (in) conformes, em que lhes é negado o sentimento de pertença social. Esses aspectos se traduzem em preconceitos, medos e lutas, que compõem as suas representações para se fazerem existir e serem reconhecidas do modo como se sentem (Coelho, et al., 2017, p. 9).

Nesse sentido Butler apud Figueiredo (2018 p. 43), apresenta o conceito de “tecnologia sexual”, ou seja, a de que a “sexualidade é resultado de um conjunto de ações sociais que engendram comportamentos e relações sociais”. Por exemplo, em nossa sociedade, e aqui pode-se considerá-la uma sociedade machista, o gênero é pensado a partir de um determinismo biológico. Ou seja, um corpo masculino deve corresponder ao gênero masculino, assim como um corpo feminino a um corpo feminino.

O fato de a realidade do gênero ser criada mediante performances sociais contínuas significa que as próprias noções de sexo essencial e de masculinidade e feminilidade verdadeiras ou permanentes também são constituídas, como parte da estratégia que oculta o caráter performativo do gênero e as possibilidades performativas de proliferação das configurações de gênero fora das estruturas restritivas da dominação masculina e da heterossexualidade compulsória (BUTLER, 2003, p. 201).

Imaginemos, por um momento, representações femininas veiculadas na mídia brasileira nas últimas duas décadas, dos comerciais de cerveja até as dançarinas de programas de auditório. É desse imaginário que partem as mulheres transsexuais em busca da aceitação social. Todo esforço em se vestir, se portar e parecer como umas essas representações, para então se encaixarem ao padrão normativo vigente em uma sociedade determinista e fechada, vão ao encontro do que Preciado (2017) salienta quando fala que o gênero só se dá na materialidade dos corpos.

## UM OLHAR PARA ALÉM DO TEXTO

Para os Estudos Culturais, o texto é objeto polimorfo, isto é, apresenta-se de diferentes formas podendo ser um texto visual ou um texto literário. Entretanto, diferentemente dos estudos estruturalistas, como a linguística de Saussure, a sociologia de Lévi Strauss, a semiologia e a teoria narrativa, que se subordinavam simplesmente a estudar o texto, esquecendo-se das demais questões envolvidas na produção de seu objeto de estudo, os Estudos Culturais ampliaram sua perspectiva, considerando.

Raymond Williams, um dos fundadores dos Estudos Culturais, promove uma mudança da análise lítero-moral para uma análise lítero-social, em “*Culture and Society*” (1958), um dos textos fundamentais que ajudaram a dar base a essa corrente, mostrando que a análise literária não está desvinculada da investigação social. Foi essa visão em torno do social promovida por Williams que possibilitou o desenvolvimento dos Estudos Culturais (Escosteguy, 1998).

Assim, é preciso tirar o texto do centro dos estudos, já que ele é o meio pelo qual pode-se perceber elementos que evidenciam a conjuntura sócio-histórica e ideológica de sua produção. Em síntese, é necessário observar não só o que está escrito ou visível, mas tam-



bém o que está em seu entorno. Não existe texto fora do contexto. Desse modo, pode-se estudar produtos audiovisuais, tais como filmes, séries, livros, propagandas, telenovelas pela perspectiva dos Estudos Culturais, analisando texto juntamente com o seu entorno, que é o que se pretende realizar ao estudar a telenovela selecionada para esta investigação.

Dessa forma, para se realizar a análise dos capítulos, utilizou-se a metodologia de análise televisiva proposta por Francesco Casetti e Federico di Chio (1999). Essa análise visa superar as limitações encontradas em outras formas de análise textual tais como análise de conteúdo que dão ênfase a resultados quantitativos. A análise televisiva propõe a observar o texto no seu contexto, evidenciando seus significados, através de um esquema de leitura que delinea os principais pontos a serem observados.

Dentre as categorias de análise, optou-se por se trabalhar com história e texto verbal. Ao analisar a história, investigam-se a presença de uma ou várias narrativas, assim como elas se desenvolvem: geralmente as histórias seguem um padrão conhecido como jornada do herói, ou seja, os personagens vivenciam uma situação de ordem inicial, seguido por uma sucessiva instauração de uma progressiva desordem e, por fim, a solução final. Além disso, ao analisar a história, repara-se na estrutura temporal, a duração de cada fato, a frequência, a ordem a que ele é apresentado, se cronologicamente ou não. Se houver um único fio narrativo, verifica-se a relação entre os diferentes segmentos e entre eles e a macro-história. Se houver vários fios narrativos, como é o caso das telenovelas, busca-se explicar as interações recíprocas: subordinação, coordenação, paralelismo, independência, etc.

Já na categoria, que diz respeito ao texto verbal, percebe-se o peso que o texto adquire no audiovisual, podendo ser absoluto, preponderante, médio, escasso ou inexistente. Analisa-se, ainda, os estilos de linguagem utilizados pelo narrador e as falas entre os personagens, verificando o idioma falado (português, inglês, espanhol), o modo que falam (formal/informal) e se há presença de dialetos, sotaques ou regionalismos. Nesse caso, não se faz necessário verificar o idioma, uma vez que a telenovela é de origem brasileira. Além disso, na categoria investiga-se o conteúdo do discurso a fim de descobrir se faz referências a sujeitos e indivíduos, processos e situações temporais, estruturas e colocações espaciais.

Cada uma dessas categorias permite visualizar elementos presentes no audiovisual que normalmente fugiriam de um olhar mais desatento. Assim, fica fácil compreender questões que dizem respeito à ordem de produção da telenovela, ou seja, a sua contextualidade. Desse modo, seguindo o método dos Estudos Culturais, buscou-se olhar não só o texto, mas também o seu contexto de produção, já que este determina:

[...] o significado, as transformações ou a saliência de uma forma subjetiva, particular, tanto quanto a própria forma. O contexto inclui os elementos culturais descritos acima, mas também os contextos das situações imediatas (por exemplo, o contexto doméstico do lar) e o contexto ou a conjuntura histórica ampla (Johnson, 1999, p. 89).

Portanto, usando os Estudos Culturais como base de acesso estaremos alcançando melhores compreensões acerca da textualidade, o objeto de estudo, em conjunto com a sua contextualidade, ou seja, o seu contexto de produção. Dito isso, partir-se-á para as contextualidades da Rede Globo, responsável pela criação da telenovela.

## CONTEXTUALIDADES DA REDE GLOBO

Criada em 1965 por Roberto Marinho, a Rede Globo, responsável pela produção da novela “A Dona do Pedaço”, é atualmente o maior conglomerado midiático do Brasil e da América Latina, reunindo diversos veículos de comunicação dentre eles programas de rádio, jornais e canais de televisão. Sobre esse último, pode-se citar sua relevância graças a sua presença nos lares brasileiros. Atualmente, segundo dados de pesquisa feita pelo Ibope<sup>10</sup> (2017), o consumo da televisão aumentou mais de uma hora por dia nos últimos dez anos. Entre as emissoras mais assistidas, a Rede Globo aparece em primeiro lugar<sup>11</sup> com cerca de 73% seguida das emissoras SBT (36%) e a Rede Record (32%). Já o folhetim “A Dona do Pedaço” ficou na primeira posição no Top 20 dos programas mais assistidos no horário nobre.

A telenovela configura-se, dessa forma, como um importante produto veiculado pela Rede Globo alcançando, geralmente, os maiores índices de audiência da emissora. Segundo Maria Fantinatti (2008), a telenovela foi o principal reagente, entre as décadas de 1970 e 1980, que impulsionou a compra dos aparelhos de televisão, tornando-os, dessa forma, mais populares. No entanto, a importância da telenovela para o contexto brasileiro vai para muito, além disso, ela foi e segue sendo fundamental ao ditar tendências, incentivar comportamentos, práticas de consumo e, sobretudo, agendar pautas. O agendamento também conhecido como *agenda-setting* ocorre, por exemplo, quando um editor de jornal tende a publicar um tema em detrimento de outro dada a atenção recebida pelo assunto na mídia ou quando um grupo de amigos prefere conversar sobre tal assunto que a mídia dá mais importância. A mídia, desse jeito, “agendaria” as nossas conversas incitando o que e como pensar sobre determinados temas. Isso justifica a quantidade de trabalhos acadêmicos, em especial na área de comunicação, que se dedicam ao estudo dessas produções e seus impactos na sociedade.

O processo de transformação de algo em notícia inicia com um acontecimento. Um acontecimento é um fato definido historicamente e culturalmente (Alsina, 2009). A mídia transforma esse material bruto (o acontecimento) em um produto (a notícia) (Traquina, 1999).

---

10 KANTARIBOPEMEDIA. Consumo médio de TV por indivíduo cresce em mais de 1 hora nos últimos 10 anos, afirma Kantar IBOPE Media. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/consumo-medio-de-tv-por-individuo-cresce-em-mais-de-1-hora-nos-ultimos-10-anos-afirma-kantar-ibope-media/>>. Acesso em: 05 ago 2019.

11 G1. TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 05 ago 2019.

Entretanto, é de se pensar: o que merece ser noticiado? Nessas circunstâncias o que deve ou não ser noticiado ficará a critério do editor do jornal. Dessa forma, dar-se-á maior importância e destaque para determinados assuntos, enquanto outros caem no esquecimento. Por outro lado, com a ascensão da internet e, sobretudo, das redes sociais, investiga-se também a hipótese do contra-agendamento, também chamado de agendamento reverso ou agendamento colaborativo, isto é, o público ditando os assuntos a serem retratados pela mídia. Abandona-se a ideia ultrapassada, portanto, de que a mídia é simplesmente emissor, e, público, apenas receptor. É preciso entender essa relação mídia e consumidor se instaura de uma nova forma, através de um processo circular que se retroalimenta.

Apesar dessa hipótese ser estudada no que confere ao jornalismo de notícias, ainda assim pode-se pensar no quesito das telenovelas. Dado isso, pode-se perceber a importância de uma emissora como a Rede Globo que tem amplo alcance nacional, retratando temas relacionados à identidade de gênero e sexualidade. Tal discussão em torno dessas temáticas pode ter surgido das pressões de movimentos feministas e LGBTQI+. Contudo, estes assuntos nem sempre são trabalhados com indicadores positivos, muitas vezes são tratados e se reproduzem estereótipos e preconceitos. O termo preconceito advém de pré-conceito, ou seja, um conceito sobre algo ou alguém definido anteriormente. Já o estereótipo tem origem da junção entre os termos gregos *stéreatos* (sólido) e *typos* (marca) e começou a ser investigado nas ciências sociais na década de 20 por Walter Lippmann. Segundo Lippmann (2008), os estereótipos são construções simbólicas resistentes à mudança, tendo a mídia um papel fundamental na sua construção e reprodução. Já os estudos empíricos sobre esse tema foram traçados por Katz e Braly (1933; 1935), para os autores e segundo a Teoria da Identidade Social (Tajfel, 1972), os estereótipos têm importantes funções cognitivas e sociais, a medida que agem como ferramentas para indivíduo organizar e simplificar a informação social. Porém, esses mesmos estereótipos nutrem estruturas tóxicas nas relações interpessoais.

Tendo isso em mente, buscou-se no histórico da Rede Globo descrever quais outros personagens trans foram retratados em telenovelas. Aqui não nos cabe investigar a fundo a representação de seus papéis, tendo em vista o foco desta pesquisa. Assim, abordaremos de forma resumida quais foram os outros personagens presentes em telenovelas da Rede Globo. Começando por Ivan personagem trans interpretado pela atriz Carol Duarte na novela “A Força do Querer” (2017), sendo uma novela emblemática que deu destaque ao personagem Ivan que ao longo da trama se descobre homem trans, a partir daí ele passa a lutar pela aceitação da família e amigos, bem como contra o preconceito. A novela trouxe luz a temas que não são tão abordados e ainda considerados tabus, por meio da narrativa do personagem, que enfrenta diversos questionamentos e empecilhos vivenciados diariamente por transsexuais tais como o uso do banheiro, a cirurgia de redesignação sexual, a mudança do nome, o tratamento hormonal. Percebe-se que, a partir desta novela, viu-se não só uma profusão de personagens trans aparecendo em novelas e

séries produzidas pela Rede Globo, mas também de atores e atrizes trans interpretando esses papéis que até então eram interpretados por homens e mulheres cis.

No ano seguinte, em 2018, foi apresentada a personagem Marcos Paulo interpretada por Nanny People na novela “O Sétimo Guardião”. A personagem é química e trabalha para Valentina, vivida por Lília Cabral, e depois de um período vivendo em Paris, volta a São Paulo e se apresenta como mulher trans. No mesmo ano, teve-se também a primeira atriz trans na novela *Malhação*, Gabriela Loran, interpretando a professora de dança Priscila. Em entrevista<sup>12</sup>, Gabriela ressaltou a importância de haver um personagem trans em uma novela destinada ao público adolescente, já que quando era jovem gostaria de ter tido essa referência. Para ela, é necessário que esse espaço seja ocupado cada vez mais com atores e atrizes trans trazendo maior representatividade. Ademais, em 2019, na nova novela das 7 “Bom Sucesso”, que estreou em 29 de julho, também tem a personagem trans Michelly interpretada pela atriz trans Gabrielle Joie. Sabe-se que na trama a personagem adolescente irá vivenciar episódios de preconceito dentro da escola durante o seu processo de transição.

Gabrielle também ganhou destaque ao participar da série “Sob Pressão” em 2017 interpretando Jamille uma jovem trans que chega ao hospital como uma infecção generalizada após injetar silicone industrial nos seios. Ela então é atendida pelo médico Décio interpretado por Bruno Garcia que informa a garota que o SUS (Sistema Único de Saúde) disponibiliza tratamento hormonal. Mas como Jamille é menor de idade, necessitaria da autorização dos pais. Dessa forma, Décio comprometeu-se em convencer os pais da jovem a assinarem o termo. Outros ganhos da série foram discutir também a homossexualidade e divulgar o Disque 100<sup>13</sup>, número destinado a denúncias de violência contra a população LGBTQI+. Já em novelas anteriores, pode-se perceber algumas presenças pontuais feitas, por exemplo, pela atriz trans Maria Clara Spinelli na novela “Salve Jorge” (2012) e na série “Supermax” (2016) na qual interpretou a presidiária Janete que, na trama, também é transgênero. Por outro lado, também verifica-se a presença de atores cis interpretando papéis de personagens trans como Cláudia Raia que interpretou Romana na novela “As filhas da mãe” em 2001. Na narrativa, Ramona é filha de Lucinda Maria Barbosa (Fernanda Torres) que volta ao Brasil após ter feito a cirurgia de redesignação sexual em Paris.

Com essa breve contextualidade da Rede Globo, percebe-se que cada vez mais a emissora está incluindo em suas novelas tratar da temática da identidade transgênero. Além do mais, nota-se que as novelas que trazem esses questionamentos estão se concentrando em novelas das 9 (21h) - “A Dona do Pedaço”, “A Força do Querer”, “O Sétimo Guardião” – que se configura na televisão brasileira como um horário nobre, isto é, no qual

12 ANTUNES, Gabriela. Gabriela Loran é a primeira atriz transexual de 'Malhação'. Disponível em: <<https://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/noticia/2018/05/primeira-atriz-transexual-aparecer-em-malhacao-gabriela-loran-diz-nao-querer-ser-unica.html>>. Acesso em: 06 ago 2019.

13 GOVBR. Disque 100. Disponível em: <<https://www.mdh.gov.br/informacao-ao-cidadao/disque-100>>. Acesso em: 06 ago 2019.

há maiores índices de audiência, dando, dessa forma, mais destaque a essas discussões. É relevante também que os papéis de personagens trans estejam cada vez mais sendo interpretados por atrizes transexuais, trazendo, assim, maior veracidade à interpretação e representatividade. Feita essa contextualização acerca do histórico da emissora, pode-se partir para a textualidade da telenovela.

## TEXTUALIDADE

A personagem Britney é introduzida na trama da novela durante a última cena<sup>14</sup> do 9º capítulo transmitido no dia 29 de maio de 2019. Na análise, utilizou-se as cenas em que a personagem aparece no 9º e 10º capítulo da novela, totalizando três cenas. Anteriormente, a personagem havia aparecido quando criança, entretanto sua inclusão significativa na narrativa inicia-se no 9º capítulo quando se apresenta como mulher trans. Assim, a primeira cena na qual Britney aparece é no seu retorno a São Paulo após ter saído da cidade para estudar Ciências Contábeis. A família da personagem composta por Dorotéia (mãe), Eusébio (pai), Rock (irmão), Osélio (irmão), Cornélia (avó), Chico (avô), Sabrina (prima) e Marlene (vizinha, amiga da família) estão na rodoviária a sua espera. Eles gritam de forma entusiasmada ao lado do ônibus quando os passageiros começam a descer. Eusébio fala orgulhosamente de modo animado sobre o filho que foi estudar Ciências Contábeis.

EUSÉBIO: O Rarissom é o melhor dos meus filhos! Foi estudar ciências contábeis! Ciências contábeis! Quem aqui estudou ciências contábeis?

A família olha ao redor na tentativa de encontrar Rarissom. Nesse momento, Britney desce do ônibus e fica em frente à família, contudo eles não a reconhecem.

BRITNEY: Mamãe, sou eu.

DOROTÉIA: Rarissom? (surpresa)

EUSÉBIO: Rarissom? (gaguejando)

BRITNEY: Sou trans, podem me chamar de Britney.

O capítulo termina com os integrantes da família surpresos com a transição de Britney. A continuação da apresentação da personagem prossegue no 10º capítulo exibido no dia seguinte, 30 de maio de 2019, que abre com a primeira cena, na qual a família de Britney está em casa. Sua mãe, Dorotéia, aparenta estar inconformada, tentando compreender como isso foi acontecer.

A respeito da categoria texto verbal, as falas são proferidas de forma informal, tanto

---

14 Cena pode ser definido, segundo a Agência Nacional do Cinema - ANCINE (2008), como um fragmento de um audiovisual, seja ele uma telenovela, um filme ou uma série, na qual ocorre uma ação que se passa em um mesmo local e/ou mesmo período de tempo.

que são utilizadas gírias (mano, coroa, Deus me dibre) acentuando ainda mais à ideia de representação do cotidiano que a novela tenta transmitir. A informalidade das falas também provém do fato da proximidade e intimidade entre os personagens, já que fazem parte do mesmo núcleo familiar. Durante a análise, ficou perceptível a recorrência de algumas temáticas no diálogo entre personagens que não fugiram da superficialidade dessas conversas, optando por discutir esses assuntos ao invés de aprofundar as reflexões acerca do preconceito, violência, aceitação, etc. A Figura 01, a seguir, resume os temas e os principais diálogos nos quais é possível identificar a temática.

FIGURA 1: Temáticas mais recorrentes

TEMÁTICAS		
Forma de tratamento	Mudanças corporais	Redesignação Sexual
<p><i>Trecho 1</i></p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Deixei o Eusébio lá no quarto porque ele tá com dor de cabeça. Ele não entendeu nada. Eu também quero saber exatamente como isso aconteceu. Não, porque o meu filho <b>Rarissom</b> ganhou uma bolsa de estudos, ficou anos estudando longe de casa e quando volta, eu ganhei uma filha?</p> <p><b>CORNÉLIA:</b> Um <b>netinho lindinho, macho, gostoso</b>. Macho igual a esse aí oh.</p> <p><b>ROCK:</b> Vó, com todo o respeito, me tira dessa, tá? Porque eu sou macho, agora ele...</p> <p><b>BRITNEY:</b> Ela, faz favor. Se eu posso ser eu nos meus documentos, também mereço respeito. Ela.</p> <p><i>Trecho 2</i></p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Vamo falar do <b>Rarissom</b>?</p> <p><b>BRITNEY:</b> Britney!</p> <p><i>Trecho 3</i></p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Se cortou ou não cortou responde <b>Rarissom</b>!</p>	<p><i>Trecho 1</i></p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Você não sabe o que é para uma mãe esperar um filho e sair do ônibus uma mulherona. Ela <b>tem mais peito do que eu</b>.</p> <p><b>BRITNEY:</b> São as maravilhas da medicina, <i>mother</i>. Se quiser, <b>pode ter peitos ainda maiores</b>.</p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Não, cê não vai sair por aí <b>exibindo esses peitos</b> não, porque eu nunca exibi peito que eu sou uma mulher discreta.</p> <p><i>Trecho 2</i></p> <p><b>MARLENE:</b> Olha quando era bem jovem, bem jovem, a coisa que eu mais queria ser era linda. Aí esse daí, quer dizer... essa daí que nasceu homem, <b>teve muito mais bunda do que eu!</b> Isso não é uma injustiça?</p> <p><b>BRITNEY:</b> Ai, <b>traseiro também se compra</b>. Eu botei duas almofadas de silicone.</p>	<p><i>Trecho 1</i></p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Exatamente como ela é?</p> <p><b>BRITNEY:</b> Não entendi.</p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Não, eu quero saber tudo. O que, o que... virou trans? Tem peito, tem bunda, tem curvas, <b>mas cortou?</b></p> <p><i>Trecho 2</i></p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Então, quer dizer que ainda há uma esperança?</p> <p><b>BRITNEY:</b> Esperança do que?</p> <p><b>MARIA DA PAZ:</b> Gente, cês tão achando o que? Se ela não cortou, vai voltar atrás? Que agora vai deixar crescer um bigode?</p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Não, de alguma maneira ela voltar a ser o Rarissom.</p> <p><b>BRITNEY:</b> Ai, percam as esperanças. Eu sou Britney e serei Britney pra sempre.</p> <p><b>CORNÉLIA:</b> Cristo! Cortou!</p> <p><b>BRITNEY:</b> Não cortei!</p> <p><b>DOROTÉIA:</b> Ai não cortou! Graças a Deus!</p> <p><b>BRITNEY:</b> Mas sou Britney. Por lei, cortando ou não cortando, eu sou mulher.</p> <p><b>ROCK:</b> Aí um bagulho que eu não consigo entender mano.</p>

Fonte: Autores da pesquisa baseados nos capítulos do corpus.

Inicialmente, um assunto recorrente no capítulo é a forma de tratamento empregada pela família. No seu primeiro encontro, Britney afirmar ser trans e querer que a chamem pelo nome (“Sou trans, podem me chamar de Britney”), ainda assim a família insiste em chamá-la de Rarissom e usar pronomes masculinos (ele, esse) causando desconforto à Britney.

As mudanças corpóreas da personagem como a implantação de próteses de silicone nos seios e nas nádegas também são outra temática discutida nas conversas. Dorotéia aparenta indignação ao ver a filha com seios maiores que o dela. Da mesma forma, Marlene, que é vizinha amiga da família, admite que sempre desejou ser linda e que ao ver que Britney tem um traseiro maior que o seu, sente-se injustiçada, já que esta “nasceu homem”. Pode-se entender a partir disso a concepção de gênero que, segundo Butler (2003) ocorre com a repetição estilizada de atos na materialidade de corpos (Preciado, 2017). Em outras palavras, o que se entende por mulher é concebido por meio da reprodução de atos enunciativos que para Preciado (2017), se expressam na materialidade corporal.

Entretanto, maior motivo de discussão entre Britney e a família se dá sobre os questionamentos quanto à cirurgia de redesignação sexual. Quando Maria da Paz afirma que Dorotéia deveria aceitar a filha como ela é, a mãe afirma que precisa conhecê-la de fato, isto é, sabendo todos os procedimentos que a filha realizou. Fica evidente na novela que no pensamento de Dorotéia e dos demais integrantes da família, Britney “virar” trans, implica necessariamente na realização da cirurgia de redesignação sexual. Ora, se agora você é mulher, então evidentemente tem uma vagina. Esse pensamento é marcado pela ideia do determinismo biológico na qual gênero é determinado pelo sexo. Se tenho vagina, logo sou uma mulher, se tenho pênis, logo sou homem. Outra fala na qual é possível perceber o mesmo pensamento aparece quando Chico, amasiado da avó, defende que faz parte da transição a redesignação sexual: “virou, cortou”. Essa binariedade sexo-gênero que Butler (1999) tanto critica é que precisa ser desconstruída.

Em seguida, na trama, os personagens se dividem entre aqueles que conjecturam que Britney “cortou” e os que ainda possuem dúvida. Pressionada, a personagem afirma que não precisa revelar esse fato a ninguém. (“Não sou obrigada a falar das minhas intimidades. Eu sou eu, pronto.”). Mas, quando pressionada mais um pouco, acaba afirmando que “não cortou”. Dorotéia enchesse de esperança na expectativa de alguma forma Britney voltar a ser Rarissom, como se, ao não realizar a redesignação sexual, haveria alguma forma de “reverter” sua transgeneridade. Reforçando novamente essa ideia de binariedade sexo-gênero.

Por fim, temos o desfecho da história da personagem através da aceitação da família, expressa, principalmente, pela aceitação da mãe. A personagem Maria da Paz é importante nesse momento ao incentivar Dorotéia afirmando que amor de mãe é incondicional, que ela deve amar Britney do mesmo jeito. A mãe acaba concordando em aceitar a filha como ela é e, ao final, as duas se abraçam.

A respeito da categoria história, percebe-se que nos dois capítulos a narrativa da personagem assemelha-se em partes à estrutura narrativa conhecida como Jornada do Herói (Campbell, 1989). Entretanto, é feita de forma sucinta e de modo acelerado. No 9º capítulo, no qual Britney é introduzida, a família da personagem está empolgada com a volta do filho Rarissom à cidade. Assim, eles se preparam para recebê-lo através de uma surpresa na rodoviária. Nesse primeiro momento, tem-se, portanto, uma situação de ordem inicial: filho Rarissom que havia ido estudar Ciências Contábeis retornando à cidade. Quando Britney, desce do ônibus e aparece a eles afirmando: “Sou trans, podem me chamar de Britney”. Inicia-se o segundo momento da narrativa pela instauração de um processo de desordem, uma vez que rompe a situação de ordem inicial, provocando desordem, agitação e instabilidade. Desse modo, a condição de desordem levará a personagem a uma série de conflitos que poderiam ser internos (subjetivos) ou externos como ocorre neste caso. A partir daí presenciamos diversos embates travados entre Britney e sua família que se tornam empecilhos para a resolução final do conflito, que se daria, nessa circunstância, pela aceitação da família.

Os conflitos que permeiam a narrativa da personagem se dão através de discussões entre a família e Britney sobre o uso de pronomes masculinos (ele), o nome de registro (Rarissom), as mudanças corpóreas (“Ela tem mais peito do que eu”), a cirurgia de redesignação sexual (“E aí, cortou?”), o preconceito (“Vai sujar o nome da família”). Até a resolução do conflito na segunda cena em que a personagem aparece 10º capítulo, quando Maria da Paz incentiva Dorotéia aceitar Britney como ela é. A personagem Maria da Paz nesse momento se torna uma peça fundamental para a efetivação da resolução do conflito. A afirmação de Dorotéia materializa esse fechamento desse ciclo de desordem instaurando a solução do conflito “Tá certo. Rarissom, se você virou Britney, eu te amo mesmo assim, porque você é minha filha. Me dá um abraço.” Em seguida, Britney agradece e abraça a mãe. Assim, os demais personagens Osélio, Maria da Paz, Cornélia, Chico, envolvem as duas em um abraço.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao mostrarem que o texto televisivo é um lugar de uma luta de sentidos, os Estudos Culturais nos fazem perceber o quão importante é, justamente, compreender esses textos. Ao propor um modelo de comunicação que inclui produção e recepção como diferentes momentos do processo, Hall (2003) tenta dar conta de analisar esses diferentes sentidos, que são “codificados” no momento de produção, pelos profissionais por trás das produções e “codificados” sob a perspectiva de leitura da audiência. Rocha (2010, p183) afirma que “a hegemonia do texto nunca é total, pois sempre tem que lutar para se impor sobre a diversidade de sentidos que os leitores irão produzir”. Isso, pois o texto audiovisual é polissêmico. França (2004), afirma que



[...] a comunicação é um processo em que imagens [e] representações são produzidas, trocadas, atualizadas no bojo de relações; esse processo em que sujeitos interlocutores produzem se apropriam e atualizam permanentemente os sentidos que moldam seu mundo e, em última instância, o próprio mundo (França, 2004, p. 23).

As representações moldadas pela construção técnica dos produtos culturais, onde estão imprimidos, entre outros, os pressupostos hegemônicos e ideológicos de quem produz, serão traduzidos pela audiência, por meio das mediações, impactando de alguma forma na sociedade. Assim, mesmo sendo a comunicação um processo, é necessário analisar as representações que circulam na mídia, mesmo que de forma isolada.

Desde 1963, quando as primeiras personagens LGBTQI+ foram apresentadas no Brasil, pela Tv Tupi, a representação deste público percorreu um longo caminho. Dentre as emissoras abertas brasileiras, a Rede Globo é visivelmente a que mais abre espaço para o debate em torno de temáticas relacionadas à sexualidade e gênero. De 2010 a 2017 foram 66 personagens, sendo mais de 90% em novelas globais, um número alto se comparada a década de 1970, quando foram apresentados apenas 8. Se esses números parecem pouco, ao voltarmos nossa atenção para a representação Transsexual/Transgênero, eles são menores ainda. Apenas 4,4% de todas as personagens LGBTQI+ apresentados da década de 1970 até 2017 representavam essa população<sup>15</sup>.

Mesmo com os meios midiáticos mais abertos, Irineu Ribeiro (2010) afirma que é possível perceber “que tanto o jornalismo [...] quanto os programas de entretenimento [...] ainda não respeitam a diversidade de gênero quando o assunto tratado gira em torno de grupos não hegemônicos” (Ribeiro, 2010, p. 125). Em telenovelas, geralmente, a personagem LGBTQI+ tem sua narrativa construída longe da história principal da trama. No caso de Britney, em *A Dona do Pedaço*, a construção se dá de forma diferente em seus detalhes. O fato de ser a primeira personagem transgênero interpretada por uma atriz também transgênero, é um marco para televisão nacional, quando falamos na representação de grupos minoritários. A proximidade com a personagem protagonista, a forma como conceitos de sexualidade e gênero são expostos em tela, que buscam talvez uma “normalização” da personagem, a torna ainda mais interessante.

Percebe-se que nesses dois capítulos a história da personagem aparece sendo exposta de forma apressada. Os embates entre Britney e sua família são facilmente resolvidos, o que dificulta a construção de veracidade da história. A narrativa omite temáticas recorrentes quando se conta histórias sobre gays, lésbicas, bissexuais, transsexuais, tais como a autodescoberta, a transição, a aceitação da família, o preconceito. Conjectura-se que

---

15 Os dados estatísticos apresentados foram retirados do infográfico “Evolução dos personagens LGBT nas novelas, ano a ano” da revista Super Interessante. Disponível em: [super.abril.com.br/mundo-estranho/infografico-evolucao-dos-personagens-lgbt-nas-novelas-ano-a-ano/](http://super.abril.com.br/mundo-estranho/infografico-evolucao-dos-personagens-lgbt-nas-novelas-ano-a-ano/)

tal rapidez tenha sido escolha do roteirista, que optou por dar ênfase a outros conflitos vivenciados pela personagem, resolvendo de forma rápida e simplista esses embates iniciais com a família. A exemplo disso se sabe que posteriormente, Britney começa trabalhar na fábrica de bolos de Maria da Paz e envolve-se com o cozinheiro Abel (Pedro Carvalho) que não sabe que a personagem é trans. Ou seja, a narrativa foca em questões gerais como as relações amorosas e as relações de trabalho, na tentativa de retratar o cotidiano de uma transgênero que geralmente não teriam tanto foco nessas narrativas. Assim, os demais capítulos da novela dão ênfase ao envolvimento romântico entre os dois e no conflito existente entre Britney que acaba contando a Abel que é uma mulher trans e o cozinheiro que não aceita inicialmente.

Na análise também ficou evidente a personagem Maria da Paz, vivida por Juliana Paes, que se apresenta como alguém desconstruído que ajuda a personagem a ser aceita e a insere no ambiente de relações ditas normais. Por um lado, essa representação é positiva, uma vez que busca naturalizar essas relações. Desse modo, os espectadores se familiarizam com esse tipo de história e já não mais a veem como algo excêntrico. Nesse ponto, é fácil de compreender o conceito de agendamento ao a telenovela dar importância e destaque para essa temática. No entanto, por outro lado, simplificar a narrativa ao não retratar temas comuns à maioria dessa população tais como a violência, o preconceito, a falta de aceitação, a dificuldade de conseguir emprego, torna banal as dificuldades sofridas por pessoas transsexuais, uma vez que é de se pensar “Olha só, não tão difícil”, já que é sempre encontrada respostas imediatas para os empecilhos vividos por Britney.

É preciso que cada vez mais haja espaços na televisão representando transsexuais na telenovela, no seriado, no noticiário. A profusão de personagens transsexuais nas telenovelas e seriados da Rede Globo demonstra uma preocupação em retratar essa população tão marginalizada e apagada na mídia. O cuidado em procurar atores e atrizes transsexuais que representem esses papéis, tais como na novela “A Dona do Pedaço”, evidencia ainda mais que as lutas e reivindicações do movimento LGBTQI+ por maior representatividade estão ganhando notoriedade. No entanto, ainda é necessário entender como esses personagens estão aparecendo na mídia, se seus papéis tem profundidade, se não são apenas personagens cômicos, se estão sendo representados através de estereótipos ou de forma preconceituosa e, sobretudo, se promovem reflexões acerca da realidade das transsexuais no Brasil, já que se vive no país que mais mata transsexuais no mundo, no qual a expectativa de vida é de 35 anos para as trans, como dito anteriormente.

É importante que os veículos comunicacionais tenham planejamento e conhecimento sobre as temáticas que querem se vincular, uma vez que a mídia tem papel considerável na construção e reprodução de estereótipos e preconceitos (Lippmann, 2008). Ademais, é imprescindível que façam parte das equipes de produções mulheres trans, roteiristas trans, diretoras trans, para que assim haja uma representação de fato mais realista e plu-

ral. O percurso até a representação das transsexuais na mídia é longo, no entanto, acredita-se que existam iniciativas que despontam e se destacam nesse cenário, sendo assim, fundamental que empresas como a Rede Globo conheçam essas referências para que realizem uma comunicação mais eficiente com a população trans e LGBTQI+ em geral.

## REFERÊNCIAS

ALSINA, M. R. **A Construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CABECINHAS, R. Media, etnocentrismo e estereótipos sociais. **Congresso de Ciências da Comunicação**, 1, Lisboa, 1999 – “As ciências da comunicação na viragem do século : actas”. Lisboa: Vega, 2002. p. 407-418.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 1989. 14ª ed.

CASSETTI, F.; CHIO, F. di. Análisis textuales. In: \_\_\_\_\_. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999. p. 249-292.

\_\_\_\_\_. Análisis de contenido. In: \_\_\_\_\_. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999. p. 235-248.

COELHO, M. PORCINO, C. OLIVEIRA, J. SILVA, D. SUTO, C. Estrutura da representação da(s) transgêneridade(s) por mulheres (Transsexuais). **V Seminário Internacional Enlaçando Sexualidades**, 2017.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Uma introdução aos Estudos Culturais. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n.9, 87-97, Dez. 1998.

FANTINATTI, Maria. **O que se vê na TV: Análise do fluxo do programa da Rede Globo**. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC-SP. São Paulo, p. 4-10.2008.

FIGUEIREDO, E. Desfazendo o gênero: a teoria queer de Judith Butler. **Revista Criação & Crítica**, (20), 40-55. 2018.

FRANÇA, V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, M. GOMES, R. FIGUEIREDO. V (Org). **Comunicação, Representação e práticas sociais**. São Paulo: Ideias e Letras, 2014.

HALL, S. “The work of representation”. In: HALL, Stuart (org.) **Representation**. Cultural representation and cultural signifying practices. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2003.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

JOHNSON, R. O Que é, afinal, Estudos Culturais? In (Org.) Tomaz Tadeu da Silva. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Autêntica: Belo Horizonte, 1999.

KATZ, D. BRALY, K. W. Racial stereotypes in one hundred college students. **Journal of Abnormal and Social Psychology**, 28, 280-290. 1933.

\_\_\_\_\_. Racial prejudice and racial stereotypes. **The Journal of abnormal and social psychology**, 30(2), 175-193. 1935.

LANZ, L. **O corpo da roupa** – Uma introdução aos Estudos Transgêneros. Editora Transgente, 2015

LIPPMANN, W. **Opinião Pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

PRECIADO, P. B. **Manifesto contrassexual**. Práticas subversivas de identidade sexual. Tradução de Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: N-1 Edições, 2017

\_\_\_\_\_. Multidões queer: notas para uma política dos “anormais”. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 19(1): 312, janeiro-abril/2011.

REA, C.; AMANCIO, I. Descolonizar a sexualidade: Teoria Queer of Colour e trânsitos para o Sul. **Cad. Pagu [online]**, n.53, 2018, e185315.

RIBEIRO, I. **A TV no armário: a identidade gay nos programas e telejornais brasileiros**. São Paulo: GLS, 2010.

ROCHA, S. A análise cultural da televisão. In: GOMES, I., JANOTTI JÚNIOR, J. (Orgs.) **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2010.

TAJFEL, H. La catégorisation sociale. In S. Moscovici (Org.). **Introduction à la psychologie sociale**, (Vol. 1). Paris: Larousse, 1972.

TRAQUINA, N. (org). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999.

SCHULMAN, N. O Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmin-

gham: uma história intelectual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2010. (p.167-229)

SILVA, T. T. da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. 1.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. 1.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

# REPRESENTAÇÃO E ESTEREÓTIPOS FEMININOS EM FRIENDS: UMA ANÁLISE DE PHOEBE BUFFAY

Andréa Corneli Ortis<sup>1</sup> e Isadora Severo<sup>2</sup>

## INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, cada vez mais os sujeitos levam em consideração os discursos proferidos pelos canais de mídia hegemônicos. E, com isso, essas ferramentas se enquadram como fortes propagadoras de estereótipos e padrões pré-definidos, principalmente para as mulheres. Essa determinação existe em nossa sociedade de forma estrutural, e pode ser percebida desde a primeira infância até a vida adulta. Ainda, é de interesse de uma parcela grande do mercado que as pessoas se sintam compelidas a viver de forma a acompanhar essas diretrizes, uma vez que é assim que o sistema se sustenta, ainda mais quando falamos a respeito da relação das mulheres com o patriarcado, sistema que subjugava as mulheres aos homens.

Segundo Rocha (2009), dentre todos os discursos oferecidos às pessoas que lhes permitem ver e conhecer aspectos de suas realidades sociais, os veiculados na televisão são os que têm maior abrangência e, na grande maioria do tempo, esses discursos são estereotipados em prol de seguir concepções que atendem aos interesses do mercado e do sistema patriarcal pelo qual a sociedade é organizada. A autora ainda ressalta que é por meio desses discursos que as pessoas dão sentido às representações às quais estão expostas. Essa concepção nos leva, novamente, à conclusão de que é na mídia e nas suas representações que os indivíduos encontram seu reconhecimento com as suas identidades. É devido a isso que é tão importante entender os sentidos alocados dentro do discurso midiático, afinal se entra em discussão aqui a importância de se entender a construção e a representação dos estereótipos forjados pela mídia, principalmente quando estes são elaborados em direção à figura feminina e as formas como as mulheres devem construir suas identidades como sujeitos.

Portanto, no presente trabalho, pretende-se entender como se dá a construção dos estereótipos femininos em relação à representação da mulher na personagem Phoebe Buffay (Lisa Kudrow), ao longo das dez temporadas *sitcom* estadunidense *Friends*<sup>3</sup>. Objetiva-se identificar os estereótipos femininos evidenciados ao longo da caracterização

---

1 Doutoranda em Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestra em Comunicação e bacharela em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela mesma instituição.

2 Bacharela em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria.

3 Seriado de comédia produzido pela Rede NBC de televisão. Foi ao ar entre os anos de 1994 e 2004.

da personagem, investigar quais são os discursos utilizados no seriado que corroboram para a sedimentação de estereótipos femininos na sociedade e compreender como é feita e personificação de Phoebe em relação a todas esses questionamentos.

Para que esses levantamentos sejam apontados de forma coerente, nos valem do conceito de gênero e a formação dos estereótipos femininos, ambos ligados ao campo dos Estudos Culturais<sup>4</sup>. Ainda, elegemos a análise textual, proposta por Casetti e Chio (1999), para compreender o universo da personagem interpretada por Lisa Kudrow, perpassando vertentes como família, amigos, relacionamentos e outras abordagens envoltas em sua vida pessoal.

## ESTEREÓTIPO, GÊNERO E MÍDIA

Embora os Estudos Culturais tenham surgido na década de 1950, é somente nos anos 1970 que a temática de gênero passa a ser abordada pelos(a) pesquisadores(as) do campo, época em que vigorava a segunda onda do movimento feminista<sup>5</sup>. “No debate teórico, emergia o esforço de feministas [...] para inserir na discussão da época, [...] a dimensão de gênero” (Escosteguy, 2016, p. 63). A partir desse momento, o conceito passa a compor as indagações feitas pelos(as) teóricos(as) do campo e, conforme as pautas feministas avançam, prosperam também os estudos em torno da temática.

O tempo em que vivemos hoje, segundo Escosteguy (2016), marca a ampliação da gama de temas investigados pelo feminismo e, conseqüentemente, pelos Estudos Culturais. Para a autora, tudo isso “se articula com uma agenda da crítica feminista de mídia” (Escosteguy, 2016, p. 67). E é justamente em relação a este pensamento que se torna válido entender as ferramentas utilizadas pela mídia na manutenção da posição da mulher na sociedade. Escosteguy (2016) ainda afirma entender esses os canais midiáticos tanto como fonte de ideologia, como fonte de resistência. Para ela, é evidentemente que, em diversos produtos audiovisuais, há uma tentativa de implementação de formas de dominação feminina. Sobre isso, é necessário destacar que, geralmente esse movimento acontece por meio da produção de estereótipos os quais motivam de certa forma a construção das identidades das pessoas.

Para Messa (2006, p. 12), as identidades dos indivíduos são constituídas tendo como intermédio aquilo que consideramos condicionado ao masculino e ao feminino. Essas questões são construídas de diversas formas ao longo da vivência de cada um, mas a mídia hegemônica se enquadra como uma das principais ferramentas onde este processo

4 Surgiu por volta de 1950, na Inglaterra, e é conectado à criação do *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS). Surge pela necessidade de se oferecer educação àqueles que haviam sido privados disso por serem considerados(as) ‘classes subalternas’ da sociedade. É um campo extremamente interdisciplinar, e abrange, em diferentes momentos históricos, temas ligados ao presente trabalho, como cultura, identidade, representação, gênero e estereótipo

5 O movimento feminista é dividido em quatro ondas históricas. A primeira delas, datada no século XIX, termina por volta de 1949, quando é marcado o início da segunda onda, que se estende até meados de 1980. A terceira onda é vivenciada na década de 1990, e a quarta e atual onda tem seu início na virada do século XXI.

acontece. Em outras palavras, as identidades “são construídas dentro de nossas culturas vividas, mas também oferecidas pela mídia através de suas representações” (Messa, 2006, p. 12) as quais, muitas vezes, são estereotipadas. Em relação a isso, Hall (1997, p. 8) afirma que “devemos pensar as identidades sociais como construídas no interior da representação, através da cultura, não fora dela”. Portanto, as identidades são múltiplas e condizem com diversos âmbitos da vida social de cada um.

Essa representação das identidades é, na maioria das vezes, carregada de estereótipos. Para Lippmann (1965, p. 63, tradução nossa), o termo é como “uma imagem de um mundo possível ao qual estamos adaptados. Nesse mundo as pessoas e as coisas têm seus lugares bem conhecidos, e fazem certas coisas esperadas” delas. O autor ainda afirma que os estereótipos “são uma imagem ordenada, mais ou menos consistente do mundo, à qual nossos hábitos, nossos gostos, nossas capacidades, nossos confortos e nossas esperanças se ajustaram” (Lipmann, 1965, p. 63, tradução nossa). Em concordância a isso, Freire Filho (et al, 2004, p. 2) destaca que o conceito pode ser entendido como uma categoria que atua com a intenção de “impor um sentido de organização ao mundo social”. Para o autor, a expressão se destaca por “impedir qualquer flexibilidade de pensamento na apreensão, avaliação ou comunicação de uma realidade ou alteridade, em prol da manutenção e da reprodução das relações de poder, desigualdade e exploração” (Freire Filho, et al, 2004, p. 2). Dito de outra forma, os estereótipos possuem, dentro da questão de gênero, a função de manutenção dos paradigmas do patriarcado sobre as mulheres, e da construção das identidades delas como pessoas.

Sobre isso, Scott (2012, p. 333) fala que o estudo do conceito de gênero teve a sua abertura principalmente quando “recusou a idéia de que a anatomia da mulher era o seu destino insistindo, ao contrário, que os papéis alocados para as mulheres eram convenções sociais, não ditames biológicos”. Toda essa questão concorda com a premissa deste trabalho, considerando que, majoritariamente, a mídia representa as mulheres de forma que elas não se sintam realmente incluídas no que assistem, sendo, na grande maioria do tempo, representadas com base em estereótipos que atendem, principalmente, aos interesses de uma única parcela da população: a patriarcal, que deseja a manutenção de uma posição de submissão por parte da mulher em relação aos homens. No Brasil, por exemplo, segundo o portal de notícias *GI*<sup>6</sup>, uma pesquisa executada pelo Data Popular em parceria com o Instituto Patrícia Galvão<sup>7</sup> mostra que para 58% das(os) entrevistadas(os) a mulher na mídia é mostrada como objeto sexual.

O que se torna ainda mais grave a partir do momento em que compreendemos o papel que a grande mídia tem na construção das identidades dos sujeitos e os impactos que

6 Portal brasileiro de notícias, mantido pela Central Globo de Jornalismo. Disponível em: <<https://g1.globo.com/>>. Acesso em 28, set, 2018.

7 Disponível em <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2013/09/58-diz-que-mulher-e-retratada-como-objeto-em-anuncio-de-tv-diz-estudo.html>>. Acesso em 18, set, 2018.



todo este processo tem em relação à subjugação feminina na sociedade. É diante de tudo isso que se tornam válidas as tentativas de compreender quais são os sentidos expostos, principalmente em relação à mulher, nos produtos audiovisuais que tomam destaque nacional e internacional. É nesse contexto que se encaixa a análise feita ao longo deste trabalho, onde se pretende compreender a representação e os estereótipos femininos em *Friends*, através de uma análise textual feita a partir da personagem Phoebe Buffay.

## FRIENDS E PHOEBE

*Friends* é um *sitcom*<sup>8</sup> que se passa em Manhattan, Nova Iorque, Estados Unidos, e mostra a vida de seis amigos(as) que compartilham as suas rotinas. Na história, protagonizada por Ross Geller (David Schwimmer), Chandler Bing (Matthew Perry), Joey Tribbiani (Matt LeBlanc), Monica Geller (Courtney Cox), Phoebe Buffay (Lisa Kudrow) e Rachel Green (Jennifer Aniston), a vida deles é contada de forma a destacar as vidas profissionais e amorosas deles(as) de forma cômica.

Com 63 indicações ao *Emmy*, a trama foi premiada em seis delas. No ano de 2002, venceu a categoria de "Melhor série de comédia", sendo indicada também nos anos de 1995, 1996, 1999, 2000 e 2003. O seriado também ganhou um *American Comedy Award*, um *Golden Globe Award*, seis *People's Choice Awards*, e outras diversas premiações de grande relevância no âmbito da produção seriada estadunidense. Além disso, o site *hollywoodreporter*<sup>9</sup> elencou *Friends* como um dos 100 melhores programas de TV de todos os tempos, deixando o *sitcom* em primeiro lugar, desbancando outras produções de grande prestígio como *Seinfeld*<sup>10</sup>, *Mad Men*<sup>11</sup> e *House of Cards*<sup>12</sup>.

Assim, quando entendemos a notoriedade que *Friends* tem, é possível ressaltar que, conforme Oliveira (2014 p. 1), não se pode negligenciar a força da mídia hegemônica, principalmente se considerarmos que a sociedade atual está extremamente conectada aos meios de entretenimento de massa e, na grande maioria do tempo, sendo instigada

8 Segundo Galvão (2009), *sitcom* é uma abreviação da expressão americana *situation comedy* e caracteriza um tipo de seriado com origens teatrais onde são apresentadas questões que mostram o cotidiano de determinado grupo de pessoas a partir de uma visão caricaturada.

9 Fonte: *Hollywoodreporter*. <<https://www.hollywoodreporter.com/lists/best-tv-shows-ever-top-819499/item/desperate-housewives-hollywoods-100-favorite-820451>> . Acesso em 15, out, 2018.

10 *Sitcom* estadunidense, exibida pela rede NBC entre 1989 e 1998. Criada por Larry David e Jerry Seinfeld, o programa é situado predominantemente em um prédio de apartamentos no Upper West Side de Manhattan e apresenta um grupo de amigos e parentes de Jerry, personagem principal, em situações cotidianas.

11 Série estadunidense de televisão dramática, criada e produzida por Matthew Weiner. Se passa na década de 1960, e retrata as agências de publicidade e as vidas pessoais das personagens que trabalham nelas, destacando o contexto e as mudanças sociais ocorridas nos Estados Unidos da época.

12 Série estadunidense de drama político, criada por Beau Willimon para a plataforma de *streaming Netflix* no ano de 2013, conta hoje com 6 temporadas. O protagonista Francis Underwood, apresentado por Kevin Spacey, é um político ambicioso que busca um importante cargo no governo. A trama é uma adaptação do romance homônimo escrito por Michael Dobbs e da minissérie britânica criada por Andrew Davies.

pelos mesmos. Assim, compreende-se que “os programas televisivos constituem-se em uma forma de criar e transmitir representações sociais, estes, muitas vezes, fazem uso de estereótipos” (Henriques, 2016, p 50). Portanto, ao abordar temas que seguem sendo extremamente atuais mais de 15 anos após o lançamento do último episódio, *Friends* se torna um objeto de estudo de grande relevância dentro do âmbito deste trabalho em um momento em que “a prática de se contar histórias [...] é parte fundamental da construção da identidade de uma nação” (Moraes, 2016, p. 1). Este processo, quando analisado da perspectiva da formação de cada um dos personagens de *Friends*, é feito de forma extremamente distinta e, são essas diferenças que ajudam a caracterizar cada um(a) deles(as).

Monica e Ross são irmãos e tiveram um longo histórico de privilégios ao longo de suas vidas. No decorrer da trama, se percebe que ambos têm uma família estruturada psicológica e financeiramente, o que lhes forneceu grandes regalias, como estudar em boas escolas e universidades, tendo acesso a várias possibilidades de vida. Na trama, Monica é Chef de Cozinha e Ross, Doutor em Paleontologia. É também nesse quadro em que está inserida Rachel. A personagem é amiga de Monica desde o colégio e a amizade seguiu após a vida adulta. Ela, assim como os irmãos Monica e Ross, também tem um enquadramento familiar bem estruturado tanto psicológica quanto financeiramente, o que a permitiu viver de forma extremamente confortável. Na trama, a personagem abandona seu noivo em prol de realizar seu sonho de morar em Nova Iorque e trabalhar com moda. Tudo isso, é claro, graças à segurança familiar e financeira que a personagem possui.

Já Chandler e Joey não possuem um histórico pessoal tão bem estruturado quanto o de Monica, Ross e Rachel. Chandler, ainda que enfrente problemas pessoais com seus pais, possui uma família estruturada financeiramente, o que também lhe deu muitas oportunidades, o levando até o bom emprego que possui em uma empresa de tecnologia. Já a família de Joey não possui tanta distinção financeira, entretanto o personagem foi criado em um ambiente com muito amor por parte de seus pais. Em *Friends* o personagem tenta realizar sua carreira como ator, e ao longo desse processo conta sempre com o apoio de sua família.

Além desses cinco personagens, existe uma sexta pessoa que possui um cenário discrepante dos demais: Phoebe Buffay. Neste trabalho está em questão como se dá a construção dos estereótipos femininos em relação à representação da mulher na personagem Phoebe Buffay (Lisa Kudrow), ao longo das dez temporadas *sitcom* estadunidense *Friends*<sup>13</sup>. Para realizar a análise com o fôlego necessário, optamos por englobar as dez temporadas do *sitcom* focando especificamente em um episódio por temporada para contar a vida da personagem. Cada temporada de *Friends* tem aproximadamente 24 episódios, exceto a última que conta com 17, totalizando 236 episódios. Dito isso, destaca-se que a escolha de cada um dos episódios analisados se deu através da trajetória individual da personagem e de quais episódios são mais relevantes para elucidar sua história.

13 Seriado de comédia produzido pela Rede NBC de televisão. Foi ao ar entre os anos de 1994 e 2004.

## REPRESENTAÇÃO E ESTEREÓTIPOS

Para tanto elegemos a análise textual, proposta por Casetti e Chio (1999), como percurso metodológico. Ela é uma forma de análise que se aplica à televisão e a todo o conjunto das produções audiovisuais vinculadas a ela. Segundo os autores, a televisão não é mais uma ferramenta que pretende transmitir representações ou informações, mas sim as realizações linguísticas e comunicativas de uma certa sociedade. Desta forma, Casetti e Chio (1999, p. 248) afirmam que essa análise não foca especificamente nos conteúdos veiculados pelas das transmissões, mas sim nos elementos linguísticos pelos quais eles são caracterizados, além dos materiais e dos códigos que os constituem. Em outras palavras, na análise textual “são utilizados, principalmente, materiais simbólicos, que, a partir de determinados padrões visíveis de funcionamento, produzem efeitos de sentido, que estão colocados de forma implícita no texto” (Lisbôa Filho; Galarreta, 2013, p. 136). Em vista disso, ressalta-se que os autores elencaram algumas categorias de análise específicas e, para o presente trabalho, elegemos as categorias que correspondem aos **sujeitos e suas interações** e ao **texto verbal**. Ambas permitem que esta pesquisa seja realizada com o fôlego necessário, de forma a abarcar todos os seus objetivos, e vão ser analisadas conjuntamente porque são complementares. Abaixo, na Tabela 1, é possível verificar quais cenas da personagem Phoebe serão analisadas ao longo das dez temporadas da trama.

**TABELA 1: Lista de episódios analisados**

T01 E04	As amigas falam sobre suas preocupações para o futuro.
T02 E04	Phoebe começa uma busca pelo seu pai biológico.
T03 E05	O meio-irmão de Phoebe faz uma visita e cria problemas.
T04 E11	O meio-irmão de Phoebe quer que ela seja sua barriga de aluguel.
T05 E21	Gary pede a Phoebe para ir morar com ele.
T06 E07	Phoebe corre de um jeito desengonçado.
T07 E09	Phoebe decide aprender a andar de bicicleta.
T08 T18	Phoebe fica muito chateada com os amigos.
T09 E16	Phoebe convida Mike para morar com ela.
T10 E12	Phoebe e Mike se casam.

Fonte: Elaborada pelos autores

Phoebe Buffay é uma das três principais personagens femininas de *Friends* e se caracteriza por ter questões ligeiramente diferentes das apresentadas nas trajetórias das demais. Ainda no início da série não é possível ter grande consciência das questões envolvidas na sua história. Entretanto, já é perceptível que ela não se enquadra na realidade das amigas, que viviam inseridas em um mundo de muitos privilégios. Inicialmente, Phoebe não demonstra tanta preocupação com os padrões comportamentais e estéticos colocados às mulheres. Diferente das amigas, que têm grandes pretensões para suas vidas, Phoebe é representada como uma personagem que vive um dia de cada vez, conforme podemos ver na Figura 1.

Mais tarde, verificamos que este comportamento se dá em decorrência de seu passado, em que possuía poucas oportunidades de crescimento pessoal e profissional em razão da sua constituição familiar e financeira, ambas complicadas. Phoebe quando pequena morou com seus pais, que acabaram se divorciando e, após a morte de sua mãe<sup>14</sup>, ela acabou morando com o padrasto por um tempo, até que este foi preso, obrigando a personagem a morar na rua até conseguir contato com a avó materna, com quem mora ao longo de parte da trama. Portanto, Phoebe, nas temporadas iniciais de *Friends*, trabalha informalmente como massagista e mora com sua avó em um apartamento no *Queens*<sup>15</sup>.

**FIGURA 1: Phoebe e Monica conversam sobre o futuro**



Fonte: Rede NBC de Televisão

Ao longo da trama tomamos conhecimento de que Phoebe tem uma irmã gêmea, com quem possui pouco contato, devido ao fato de terem sido separadas quando pequenas após o suicídio de sua mãe e o abandono de seu pai, foram criadas por pessoas distintas. A história de Phoebe é confusa e muitas vezes mal explicada, inclusive para a própria personagem. Assim, ao longo da segunda temporada ela toma conhecimento de que as fotos que possuía de seu pai eram falsas e, a partir disso, inicia uma busca para descobrir quem realmente era seu pai biológico (Figura 2).

14 A mãe de Phoebe se suicidou quando a personagem era mais nova.

15 É um dos cinco distritos que formam a cidade de Nova Iorque.

Benczik (2011, p. 68) destaca a importância da figura paterna no desenvolvimento dos sujeitos, a qual “é um dos fatores decisivos para o desenvolvimento cognitivo e social, facilitando a capacidade de aprendizagem e integração” em sociedade. A autora ainda afirma que “a experiência clínica tem mostrado que, na vida adulta, as representações dessa vivência insurgem nas várias possibilidades de construção psicoafetiva, com repercussão nas relações sociais”. Ou seja, a figura paterna está intimamente ligada com a construção da identidade dos sujeitos. E é por isso, dentre outras questões, que é tão importante que se evidencie a relação complicada de Phoebe com a paternidade.

**FIGURA 2: Phoebe procura seu pai biológico**



Fonte: Rede NBC de Televisão

Ao não conseguir contato com o pai através do telefone, Phoebe vai até o antigo endereço dele, e descobre que ele possui uma família da qual também não faz mais parte. Nessa ocasião, a personagem toma conhecimento também de que possui um meio-irmão mais novo. Assim, conseguimos entender um pouco mais do contexto de Phoebe, considerando o abandono paterno sofrido por ela. Isso é muito importante quando compreendemos, por exemplo, que nenhum(a) dos(as) outros(as) cinco amigos(as) da personagem viveu algo parecido, colocando-a em uma situação completamente adversa em relação às demais situações de vida com que a personagem tem contato. Enquanto seus(as) amigos(as) viveram de forma privilegiada, Phoebe tem um contexto bem mais complicado, lidando com diversas problemáticas desde muito nova.

Após conhecer seu meio-irmão, Frank Jr., Phoebe o convida para lhe fazer uma visita para que eles pudessem se conhecer melhor. Na situação, podemos perceber o quanto encontrar algum familiar é importante para a personagem, considerando, por exemplo, a

péssima relação que tem com sua irmã gêmea conforme a Figura 3. É notável que, devido ao seu complicado contexto familiar, Phoebe valoriza muito os poucos laços familiares que possui, tanto com seu irmão por parte de pai, quanto com sua avó materna.

**FIGURA 3: O irmão mais novo de Phoebe conhece os amigos dela**

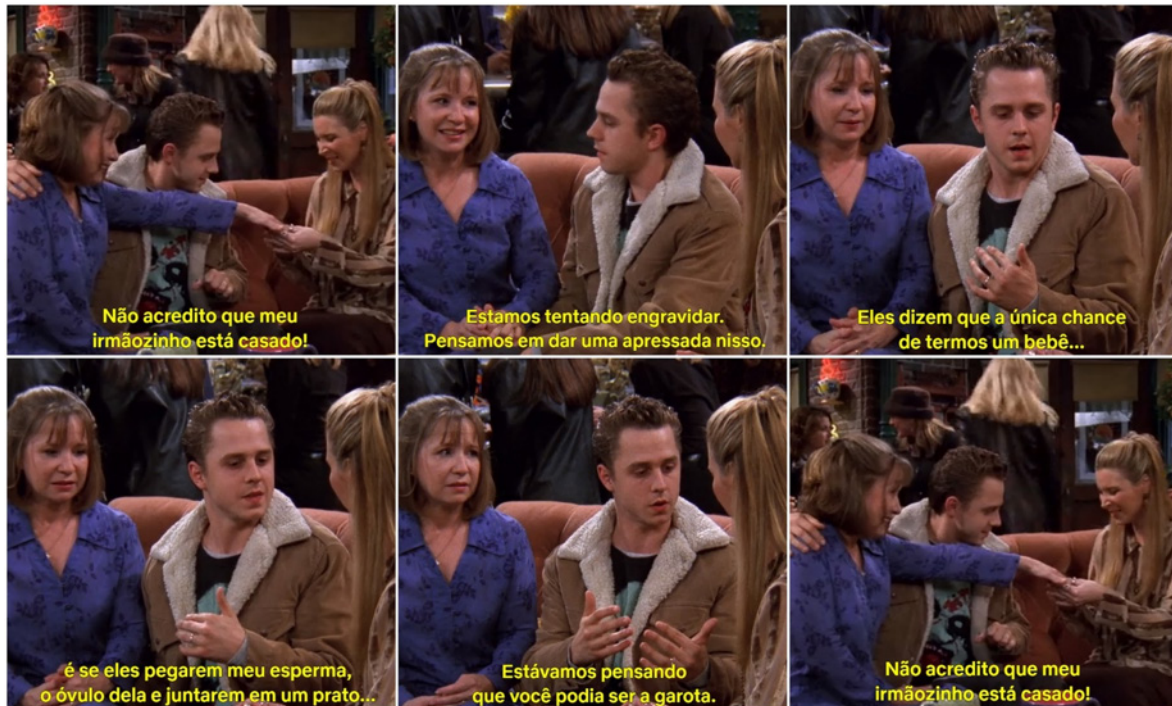


Fonte: Rede NBC de Televisão

Com o passar do tempo, Phoebe e Frank ficam próximos e, quase um ano após a primeira visita de Frank a Nova Iorque, ele e sua nova esposa vão até a cidade contar para a irmã mais velha a respeito de seu casamento. Phoebe, que fica extremamente feliz e orgulhosa do irmão, recebe um pedido muito especial e inusitado do casal: eles desejam que ela sirva de barriga de aluguel para eles, de forma que ambos possam constituir uma família juntos (Figura 4). Após pensar por um tempo, avaliando se realmente estava disposta a passar por todo este processo, Phoebe aceita o pedido do irmão e, pouco tempo depois, engravida de trigêmeos.

Ao longo de toda essa questão, é possível abordar diversas temáticas, dentre elas as inúmeras constituições de família que existem além da heteronormativa que vemos representada na grande maioria dos programas midiáticos e as diferentes formas possíveis de maternidade. Naturalmente, “as transformações históricas e sociais, envolvendo as configurações familiares [...] estão ocorrendo, desde o século passado, e não chegaram ao seu final” (Benczik, 2011, p. 73). Existem, atualmente, diversas formas de se constituir uma família que fogem do saber heteronormativo e a família de Phoebe não é diferente. Sua composição é extremamente diversa, entretanto, possui o mesmo amor e a mesma união que qualquer outra família.

FIGURA 4: Frank Jr. pede que Phoebe seja sua barriga de aluguel



Fonte: Rede NBC de Televisão

Essas questões familiares confusas trazem diversos tensionamentos para a vida de Phoebe, dentre eles, algumas dificuldades a respeito de relacionamentos amorosos. Tudo isso tem relação não só com o fato de as referências familiares dela serem completamente diferentes das que as pessoas com as quais ela convive têm, mas também de que a personagem acaba se sentindo perdida no meio de todas essas diversos modelos que ela encara. Meses após dar à luz aos trigêmeos, Phoebe começa a namorar Gary, que rapidamente a convida para morar junto com ele. Ela, ainda sem muita certeza das expectativas que possui para si, acaba ficando confusa com o repentino convite do namorado e com medo de magoá-lo, aceita a proposta mesmo se sentindo insegura para tomar este passo conforme a Figura 5.

Pouco tempo após a mudança, eles acabam rompendo o relacionamento em decorrência de algumas atitudes de Gary. Phoebe se vê obrigada a terminar com ele por causa de comportamentos violentos que vão completamente de encontro às suas crenças e convicções. Este é o primeiro relacionamento amoroso significativo na vida da personagem e, infelizmente, não termina da melhor maneira possível, fazendo com que Phoebe tenha ainda mais dificuldade para concretizar relações amorosas duradouras.

Essa questão pode ser percebida como um indício das formas como a personagem é influenciada pelos padrões apresentados a ela e pelo contexto no qual está inserida já que, mesmo não se sentindo segura para morar com o namorado, acaba cedendo ao convite por acreditar que é aquilo que as pessoas em sua volta esperam. É evidente que, ao seu redor, estão pessoas com históricos distintos da sua, e isso faz com que ela se compare com as situações de vida de seus(as) amigos(as), ainda que este não devesse ser

## REPRESENTAÇÃO E ESTEREÓTIPOS

o caso. Assim, percebe-se que algumas atitudes de Phoebe não têm conexão com a sua identidade em si, mas sim com as influências externas as quais está vulnerável e, por isso, acaba tendo que enfrentar situações ainda mais adversas do que as dos(as) amigos(as), principalmente pelo fato de tentar se encaixar em um padrão do qual não faz parte.

**FIGURA 5: Gary sugere que ele e Phoebe morem juntos**



Fonte: Rede NBC de Televisão

**FIGURA 6: Rachel afirma ter vergonha da maneira que Phoebe corre**



Fonte: Rede NBC de Televisão



Ao longo de sua trajetória, conforme essas situações vão acontecendo, a personagem inicia um processo de crescimento pessoal em que, gradativamente, começa a construir e aceitar sua identidade e, a partir disso, começa a tomar atitudes voltadas diretamente para essas questões. Após o término do relacionamento com Gary, Rachel acaba indo morar com a amiga por um curto período de tempo. Na ocasião, elas começam a correr juntas no *Central Park*<sup>16</sup>, até o dia em que Rachel diz que não gostaria mais de manter este hábito. Phoebe pergunta a amiga seus motivos, e o diálogo que se sucede pode ser evidenciado na Figura 6, quando Rachel conta que sente vergonha da amiga.

Em relação a isso, Colling e Camargo (2018, p. 5) afirmam que é importante compreendermos as formas sobre como os estereótipos atingem os sujeitos a partir das produções audiovisuais. Diante disso, percebemos Rachel reproduzindo o pensamento de que os sujeitos devem se portar de determinada forma quando vivem em sociedade. Entretanto, Phoebe, que nesse momento da trama já teve uma vivência maior do que Rachel a respeito do não cumprimento desses padrões, explica à amiga que não tem vergonha de se comportar de determinada maneira se assim desejar. Nesse diálogo podemos perceber, mais uma vez, a ideia apresentada em *Friends* em relação à descontinuidade do cumprimento dos modelos oferecidos aos sujeitos através da caracterização da personagem de Phoebe.

Ao longo da trama, enquanto ela gradativamente se desprende de diversas questões referentes ao seu passado para construir novos paradigmas de vida para si, ainda são frequentes os momentos em que ficam visíveis as diferenças sociais existentes entre ela e os(as) seus(as) amigos(as). Na ocasião evidenciada na Figura 7 é possível perceber um diálogo em que, enquanto todos(as) contam histórias sobre suas primeiras bicicletas, Phoebe relembra que nunca teve uma e que o mais perto disso foi a caixa de uma bicicleta doada por sua vizinha, a qual a personagem utilizava para brincar, fingindo ser o objeto em si.

Rocha (2008, p. 117) afirma que “a sociedade de consumo institui um vocabulário, uma gramática e uma estilística do consumo, cabendo aos indivíduos apropriarem-se dessa linguagem para elaborar suas narrativas”. Ainda segundo a autora, “é aderindo a determinados comportamentos, estilos de vida, ideias e atitudes que criamos uma identidade e instituímos uma consistência” (Rocha, 2008, p. 117). Dito de outra forma, os bens de consumo relacionados aos contextos dos sujeitos estão intimamente ligados à construção de suas identidades. Portanto, compreendemos que o fato de Phoebe ser pertencente a uma camada social tão diferente dos(as) seus(as) amigos(as) significa que a construção de sua identidade como pessoa também se dá de forma distinta. Essa construção acaba sendo extremamente complicada, tornando a personagem ligeiramente contraditória em alguns momentos ao longo desse desenvolvimento.

---

<sup>16</sup> É um grande parque arborizado construído dentro da cidade de Nova Iorque. Possui uma área de aproximadamente 340 ha e está localizado no distrito de Manhattan.

FIGURA 7: Phoebe conta aos amigos que nunca teve uma bicicleta



Fonte: Rede NBC de Televisão

Assim, em sua trajetória de reconstrução de sua identidade como mulher, podemos evidenciar diversos padrões de comportamento sendo alterados gradativamente. No início da trama percebemos Phoebe utilizando roupas extremamente despojadas e excêntricas. Entretanto, com o passar do tempo, este estilo é abandonado, transformando-se em uma forma de se vestir mais semelhante a das amigas. Além disso, o estilo da linguagem da personagem também muda. Em um primeiro momento Phoebe utilizava uma comunicação extremamente coloquial e, com o passar do tempo, é possível notar que ela passa a adotar expressões pertencentes a uma linguagem mais culta. Essa mudança de comportamento se deve não só ao seu crescimento como mulher, permitindo que ela adote novos hábitos, mas também a longa convivência com as amigas, as quais já possuíam esses costumes. Tudo isso demonstra que Phoebe constrói sua identidade baseada em ambas as vivências: seu passado complicado e seu presente no qual convive com pessoas deste outro contexto.

Considerando, portanto, essas diferenças sociais existentes em relação à identidade de Phoebe, ainda que ela seja construída de forma heterogênea, é evidente a distinção de crenças e comportamentos entre ela e seus(as) amigos(as). Na ocasião retratada na Figura 8, ela está conversando com os amigos sobre a sua habilidade de ler a borra dos chás e fazer previsões para o futuro. Os(as) amigos(as), então, se divertem com a situação e questionam Phoebe sobre o que ela estaria vendo em sua borra de chá. Ela responde que, de acordo com a previsão, encontraria o amor da sua vida em breve. Os(as) amigos(as) não levam a informação de Phoebe com seriedade, mesmo que ela esteja dando ao assunto a devida importância.

FIGURA 8: Phoebe vê seu futuro na borra do chá



Fonte: Rede NBC de Televisão

Ainda que os(as) amigos(as) não tenham levado a sério a previsão, pouco tempo depois do retratado na Figura 8, Phoebe conhece Mike. Após um encontro às cegas, Mike e Phoebe começam a se relacionar e, com desenvolvimento positivo da relação, decidem morar juntos. Este é o primeiro relacionamento amoroso que Phoebe aparenta sentir que pode ser quem deseja ser e não quem deveria ser em relação às pressões sociais. Agora ela tem consciência das suas prioridades e desejos, e acaba vendo na relação com Mike uma boa oportunidade para concretizá-los.

Porém, no momento em que o casal começa a mudança, Mike informa que não deseja, de fato, casar-se, considerando que seu primeiro casamento terminou de forma traumática. Phoebe fica confusa e insegura e, novamente com medo de magoar o namorado, acaba mentindo que também não deseja se casar. Mais uma vez demonstrando que, embora esteja construindo uma identidade própria, ela ainda, por vezes, acaba necessitando se firmar nos padrões que estão a sua volta. Toda a situação se torna um problema, porque o casamento é sim um caminho que Phoebe deseja seguir em sua vida. Enquanto isso, Mike, aliviado com a afirmação da namorada, continua a organização da sua mudança acreditando estar em concordância com as expectativas de vida da namorada.

Este comportamento de Phoebe demonstra diversas problemáticas em relação às expectativas existentes sobre a mulher, principalmente considerando o sistema patriarcal sob o qual as sociedades são construídas. Com medo de colocar a relação com Mike em risco por falar a verdade, Phoebe mente, mais uma vez, deixando o seu bem-estar de lado

em detrimento do de Mike (Figura 9). Em outras palavras, ela encara como prioridade a manutenção do relacionamento, no lugar de suas expectativas pessoais para si. Assim *Friends* passa uma imagem da mulher onde ela é representada como sujeito que sente que necessita da presença masculina em sua vida para que as coisas corram do jeito que devem. Em relação a isso, Escosteguy (2016, p. 70) destaca que “o entendimento da categoria ‘gênero’ como construção social se associa à ideia de que as identidades se definem de modo relacional e, a partir de determinado momento, não mais exclusivamente via o par feminino-masculino”. É nesse sentido, que se torna tão problemática a representação de Phoebe desta forma. Principalmente quando consideramos que, em outros momentos da trama, anteriores a este, sua caracterização se dá de forma dissociada desses estereótipos.

Tudo isso se torna mais problemático ainda quando lembramos que até então a personagem foi construída com um certo distanciamento de todas essas questões, tendo ela, por vezes, dificuldades para se encaixar em padrões. Isso tudo demonstra, mais uma vez, o papel contraditório que Phoebe assume. Ainda que ela saiba que deseja se casar um dia, ela se mostra, por alguns instantes, disposta a aceitar o desejo de um terceiro, apenas para que cumpra o papel social que é esperado dela: uma mulher que deixa sua opinião de lado em detrimento da de seu parceiro, confirmando, mais uma vez, a ideia proposta em *Friends* de que a mulher é vista como alguém que necessita de um relacionamento amoroso heteronormativo para se sentir completa.

**FIGURA 9: Mike fala para Phoebe que casamento não está em seus planos**



Fonte: Rede NBC de Televisão

Mesmo após o diálogo a respeito da falta de possibilidade sobre casamento, o casal continua com a ideia até o dia oficial da mudança. Na ocasião, Phoebe, que tentou aceitar que jamais iria realizar seus sonhos ao lado do namorado, finalmente percebe que não deveria estar tomando decisões que não estivessem de acordo com os seus anseios para o futuro, e então o questiona sobre a possibilidade de ele mudar de ideia a respeito do casamento. Entretanto, ela recebe uma resposta negativa, visível na Figura 10. Assim, ainda que a caracterização de Phoebe tenha sido feita no sentido de não seguir regras sociais, é válido destacar que, a partir do momento em que ela demonstra desejar algo, deve ter a liberdade necessária para lutar por isso. E é justamente isso que faz quando informa a Mike que havia mentido anteriormente, e que realmente deseja se casar. A questão principal aqui não é se Phoebe corresponde ou não a determinados paradigmas quando deseja se casar, mas se ela se mantém firme com os seus propósitos pessoais ainda que alguém tente tirá-la desse caminho em prol do cumprimento de modelos pré-determinados aos sujeitos. Em outras palavras: Phoebe não deve ser criticada por desejar um casamento desde que ela deseje isso por vontade própria e não por pressão social.

**FIGURA 10: Phoebe conta para Mike que sonha em se casar um dia**



Fonte: Rede NBC de Televisão

A atitude firme de Phoebe em relação à opinião de Mike sobre casamento demonstra não só o crescimento da personagem em relação à sua consciência pessoal sobre os seus desejos e sonhos, mas também um posicionamento em busca de igualdade. Mike pergunta à ela se não poderia mudar de ideia e, ao invés de novamente colocar seus princípios de lado em detrimento dos do namorado, é firme em suas convicções e afirma que,

se Mike não mudaria de ideia sobre o assunto, ela também não. Isso acaba acarretando no fim do relacionamento do casal.

No entanto, algum tempo depois, ambos percebem que haviam se equivocado a respeito do término do namoro e, após Mike pedir Phoebe em casamento de forma surpreendente, o casal fica junto novamente. Assim, eles se casam em uma cerimônia organizada pelos(as) amigos(as) de Phoebe em frente ao *Central Park*. Em seus votos de casamento, a personagem elucida as questões que a levaram a sonhar com a constituição de uma família para si, destacando principalmente o complicado contexto familiar em que ela foi criada e seu desejo de mudar de vida (Figura 11).

FIGURA 11: Phoebe fala seus votos de casamento para Mike



Fonte: Rede NBC de Televisão

Assim, percebemos ao longo da trajetória da personagem apresentada por Lisa Kudrow que Phoebe passa por um longo processo de desconstrução e reconstrução de seus padrões individuais, correspondendo, em inúmeros momentos, aos padrões estipulados à ela. Por muito tempo ela acreditou que, por ser socialmente diferente de seus(as) amigos(as), seus anseios deveriam também ser diferentes. Entretanto ela desconstrói este padrão de forma a compreender melhor as questões que rondavam sua identidade, tentando então se afastar dos estereótipos e identificações que havia construído ao longo da vida.

Bona e Baldissera (2015, p. 4) afirmam que “para gerar identificação imediata por parte do público, os personagens de um *sitcom* costumam ser estereotipados”, e, ainda que superficialmente não seja isso que aconteça ao longo da representação de Phoebe, já que sua história sai completamente da regra apresentada a partir do viés dos(as) ou-

tros(as) amigos(as), é notável que, em diversos momentos de sua vida, acaba cedendo a esses padrões e agindo da forma que acreditava ser a correta e esperada dela socialmente. Essa questão demonstra as diferentes estratégias de engajamento utilizadas em *Friends*.

### CONCLUSÃO

Uma das questões mais latentes no seriado e impossível de ser deixada de lado é a força que a sociedade patriarcal ainda tem na contemporaneidade, evidente na construção da personagem Phoebe Buffay. De início, Phoebe demonstra ser uma mulher segura de si, com uma identidade própria e, portanto, que não cede aos padrões reproduzidos por suas amigas. Entretanto, conforme a amizade e a convivência com o grupo aumenta, passa a corresponder a esse estilo de vida e ter os mesmos anseios de Rachel e Monica, aderindo, portanto, a muitas das projeções do patriarcado. Inicialmente não se percebia a personagem demonstrando grandes preocupações com questões como a constituição de uma família, por exemplo. E, conforme a série se desenvolve, percebe-se que seu momento de ápice, que poderia ser voltado para a realização profissional ou para a complicada relação com o pai, se dá com a instituição do casamento e com a iminente constituição de uma família. É válido ressaltar que não cabe, nessa situação, conferir juízo de valor a um ou outro modelo de comportamento, mas sim ao machismo estrutural presente em nossa sociedade contemporânea e o efeito que essa problemática tem para a vida das mulheres.

Essas preocupações passam a inquietá-la somente após a convivência com as amigas que, desde muito jovens, atentavam-se a isso. Diante disso, podemos perceber o quão a sociedade está vinculada ao sistema patriarcal, principalmente quando compreendemos que as representações veiculadas na mídia estão conectadas com a construção da realidade sócio-cultural que somos incentivados a satisfazer – no caso, a que subjuga o feminino ao masculino.

### REFERÊNCIAS

BENCZIK, E. B. P. A importância da figura paterna para o desenvolvimento infantil. **Revista Psicopedagogia**, v. 28, n. 85, p. 67-75, 2011.

BONA, R. J.; BALDISSERA, M. M. Evolução e Desenvolvimento de Personagens de Sitcoms: Uma Análise de Rachel Green, do Seriado *Friends* (1994-2004). **Ação Midiática–Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura.**, v. 1, n. 9, 2015.

CASSETTI, F; CHIO, F. **Análisis de la televisión:** instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Grupo Planeta (GBS), 1999.

COLLING, G. dos P.; CAMARGO, C. P. Representações femininas no Cinema brasileiro do século XXI: uma análise de *Loucas pra Casar*. **RELACult - Revista Latino-Americana de Estudos**

em **Cultura e Sociedade**, v. 4, 2018.

ESCOSTEGUY, A. C. D. Stuart Hall e feminismo: revisitando relações. **Matrizes**, São Paulo, v.10, n.3, p. 61-76, set/dez 2016.

FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M.; PAIVA, R. Rio de Janeiro: estereótipos e representações midiáticas. **E-Compós**, 2004.

GALVÃO, D. P. Os nerds ganham poder e invadem a TV. **Intr@ciência**, v.1, s/n. São Paulo, 2009.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & realidade**, v. 22, n. 2, 1997.

HENRIQUES, M. **Identidade Feminina Gaúcha: Representações de Gênero nos Programas Regionais Bah!** 2016.

LIPPMANN, W. **Public opinion**. 1922.

LISBOA FILHO, F. F.; GALARRETA, J. F. P. A. A construção de identidades no futebol: análise de uma partida entre Grêmio e Flamengo. **Verso e Reverso**, v27, n. 65, p. 133-141, 2013.

MESSA, M. R. P. **As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo**. 2006.

MORAES, A. L. C. A análise cultural: um método de procedimentos em pesquisas. **Questões Transversais**, v. 4, n. 7, 2016.

OLIVEIRA, A. Gênero Na Mídia: Análise das Representações Femininas Midiáticas e Suas Inobservâncias aos Direitos Humanos das Mulheres. **FAPEMIG**, Brasil. 2014.

ROCHA, S. P. V. O homem sem qualidades: modernidade, consumo e identidade cultural. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 2, n. 3, p. 111-122, 2008.

ROCHA, S. M. Como a noção de gênero televisivo colabora na interpretação das representações. GOMES, I. M. M. (org). **Televisão e Realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

SCOTT, J. W. et al. Os usos e abusos do gênero. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, v. 45, 2012.



# UM ENCONTRO COM OS ESTUDOS CULTURAIS: O PERCURSO DE DESCOBERTAS E DESAFIOS DE UMA PESQUISADORA EM FORMAÇÃO

*Lauren Santos Steffen*<sup>1</sup>

## **UM ENCONTRO INESPERADO: O “SIM” PARA O INÍCIO DE UM PERCURSO ACADÊMICO**

A primeira vez em que a autora tomou conhecimento sobre os Estudos Culturais se deu ainda no curso de graduação em Comunicação Social/Jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em uma disciplina então denominada de “Comunicação e Cultura”. Nessa oportunidade, entrou em contato com autores que se debruçavam sobre as relações entre comunicação, consumo e cidadania, como Néstor García Canclini, e também com autores que investigavam a centralidade da cultura na mediação das relações sociais, especialmente a partir do viés de Stuart Hall. Apesar do interesse despertado na época, essa passagem rápida pela disciplina não conduziu a autora pelos rumos dos Estudos Culturais de imediato, muito, em parte, porque logo se tornou bolsista de iniciação científica no grupo de pesquisa “O jornalismo como gênero discursivo”, coordenado pela professora Dr<sup>a</sup>. Marcia Benetti Machado, que tinha como objetivo problematizar o jornalismo como discurso e discutir o papel do contrato de comunicação na constituição desse gênero. Assim, no Trabalho de Conclusão de Curso, analisou os sentidos mobilizados na entrevista realizada pela jornalista Patrícia Poeta com a então presidente Dilma Rousseff para o programa *Fantástico*<sup>2</sup>, com base na análise de discurso, acionando autores como Michel Pêcheux e Eni Orlandi.

Os Estudos Culturais pareciam ter ficado no passado até que a autora entra na sala de entrevistas do processo de seleção para o mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Com um projeto elaborado para ser desenvolvido com base teórica e metodológica na análise de discurso, a autora é questionada pelo professor, que então se tornaria seu orientador<sup>3</sup>, se aceitaria, caso aprovada, mudar o percurso metodológico proposto para a pesquisa. Da mesma forma, é questionada se tinha algum conhecimento sobre a perspectiva dos Estudos Culturais. Nesse momento, diante de duas perguntas inesperadas, volta imediatamente para aquela disciplina da graduação e, em um exercício de memória, fala o pouco que ainda se recorda. E com um simples “sim”

---

1 Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Membro do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. E-mail: lauren.ssteffen@gmail.com.

2 O TCC está disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/88504>>.

3 Durante a pós-graduação, essa pesquisadora em formação conta com a orientação do professor Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho.

como resposta para a pergunta sobre a mudança dos rumos metodológicos do projeto, mal sabia que a aprovação no mestrado seria o início da construção de um relacionamento íntimo e intenso com os Estudos Culturais e, conseqüentemente, da compreensão da dimensão política do trabalho intelectual.

Dessa forma, esse artigo, de caráter teórico, busca refletir sobre o percurso acadêmico desenvolvido pela autora durante a pós-graduação, que tem como base a perspectiva teórico-metodológica dos Estudos Culturais. Por meio do acionamento dos principais autores e conceitos que marcaram essa trajetória, a autora reflete inicialmente sobre as tensões do primeiro contato durante a construção da pesquisa em nível de mestrado, na qual analisou as tipificações dos jogadores de futebol em uma série veiculada no *Jornal Nacional*<sup>4</sup>. Em seguida, pontua os desafios enfrentados na continuidade dos estudos ao longo do doutorado<sup>5</sup>, em que busca novos olhares a partir da aproximação dos Estudos Culturais com a análise de discurso. Para encerrar o percurso reflexivo, perspectivas futuras são apontadas para uma pesquisadora em permanente formação, que busca compreender a mídia em sua complexa relação com o entorno cultural.

### **A TENSÃO DO PRIMEIRO ENCONTRO: A CONSTRUÇÃO DA PESQUISA DE MESTRADO**

O ingresso no mestrado foi marcado pelo início da participação no Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades<sup>6</sup> da Universidade Federal de Santa Maria. As leituras e discussões empreendidas no primeiro semestre junto com os demais colegas do grupo de pesquisa se tornaram fundamentais para enfrentar o desafio de adaptar o projeto de mestrado de acordo com a perspectiva teórico-metodológica dos Estudos Culturais. Logo foi possível perceber a importância de um autor específico para compreender a revolução conceitual proposta para o termo “cultura”: Raymond Williams era um nome que se tornaria constante em todos os encontros a partir de então. Para Williams (1979), a cultura deve ser vista como produto e produção de um modo de vida determinado, e não apenas como reflexo de uma base socioeconômica. A cultura passa a ser estudada enquanto força produtiva a partir do que é efetivamente vivido pelos sujeitos (Coiro-Moraes, 2015). A extensão do significado de cultura compreende, dessa forma, toda produção de sentido, de textos e representações a práticas vividas. Para o autor, a cultura envolve todas as relações entre os elementos de um modo de vida de um povo, apresentando a ideia de uma cultura ordinária, que perpassa todas as atividades do homem.

---

4 A dissertação de mestrado está disponível em: <<https://repositorio.ufsm.br/handle/1/6378>>.

5 A autora ingressou no doutorado em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria em 2018. A proposta da tese de doutorado foi qualificada no dia 08 de julho de 2019.

6 Mais informações sobre o Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades estão disponíveis em: <<http://w3.ufsm.br/estudosculturais/>>.

Outro passo fundamental para o início do relacionamento com os Estudos Culturais foi entender a sua relação com o marxismo clássico. Os autores do campo empreendem uma atualização crítica dos ideais defendidos pelo materialismo econômico, passando a defender que a cultura não é um campo autônomo nem externamente determinado, mas um local de diferenças e lutas sociais. A obra que serviu de base para entender o que Williams (1979) estava propondo a partir do termo materialismo cultural foi “Marxismo e Literatura”, que se tornaria uma leitura recorrente para a compreensão dos conceitos basilares do campo. Nessa obra, o autor critica a proposição de Marx de que a sociedade seria composta por duas esferas fixas e separadas: a infraestrutura, que representaria a base social real, e a superestrutura, composta pelos processos intelectuais, políticos e sociais. Para o materialismo econômico, a economia determinaria a consciência dos homens, os quais estariam alienados do processo produtivo. Ao propor o materialismo cultural, Williams (1979) considera que a cultura também deve ser vista como uma prática social real e material com consequências concretas para os sujeitos, os quais passam a ser entendidos enquanto agentes sociais ativos. Assim, a cultura não é determinada por uma base econômica, mas está em constante tensionamento com as demais forças da sociedade. Como complementa Escosteguy (2001, p. 4), “existem várias forças determinantes – econômica, política e cultural – competindo e em conflito entre si, compondo aquela complexa unidade que é a sociedade”.

A compreensão do conceito de materialismo cultural, por sua vez, dá as bases necessárias para finalmente alcançarmos a dimensão do que seria de fato uma análise da cultura. Inserida na ótica dos Estudos Culturais, a análise cultural se posiciona em resposta às conjunções estruturais e demandas localizadas, constituindo-se em uma prática contextual, comprometida com a complexidade e oposta a qualquer tipo de reducionismo (Coiro-Moraes, 2015). Seu objetivo é descobrir a natureza da organização que constitui o complexo das relações sociais, revelando identidades e correspondências, bem como descontinuidades. Williams (1979) via no estudo da cultura a porta de entrada para uma crítica comprometida, que visa a entender o funcionamento da sociedade com o objetivo de transformá-la. A partir de seus avanços teóricos, percebe que a dominação em uma sociedade não se dá apenas a partir da propriedade e do poder. A cultura do vivido também exerce influência na nossa forma de pensar e sentir através de suas pressões e limites que promovem a reprodução de uma ordem social profundamente arraigada. O foco das pesquisas do campo recai, assim, nas culturas vividas, associando-se a uma política de representação, que faça com que grupos sociais subordinados ganhem voz e com que culturas comumente privatizadas, estigmatizadas e silenciadas possam se tornar hegemônicas (Escosteguy, 2010).

Dessa forma, começa a ficar clara a importância da dimensão política do trabalho intelectual desenvolvido a partir da perspectiva dos Estudos Culturais. A cada encontro,

passamos a perceber que nossas pesquisas se constituem como estratégias para colocar em pauta temas invisibilizados e para dar voz a sujeitos marginalizados na sociedade. Nesse sentido, era fundamental estabelecer um problema de pesquisa que levasse em conta as demandas de grupos sociais minoritários para que nossas investigações contribuíssem de fato para a diversificação do debate público, para a formação crítica dos cidadãos e para o avanço democrático da sociedade. A própria constituição dos Estudos Culturais reforça essa necessária vinculação teórico-política, já que pode ser identificado como “a política cultural dos vários movimentos sociais da época de seu surgimento” (Escosteguy, 2010, p. 137), isto é, seus fundadores têm em comum a preocupação com a condição social e cultural da classe operária, com a redefinição de concepções elitistas de educação e com a definição de uma cultura comum, que fosse ampla o bastante para englobar a cultura popular. Desse modo, o espírito reflexivo e a importância da crítica são inerentes aos estudos empreendidos a partir dessa perspectiva, que busca, através da abertura e da versatilidade teórica, estudar a cultura popular, especialmente sob suas formas políticas (Cevasco, 2003).

Nesse encontro inicial com o campo, em um turbilhão de descobertas conceituais, ainda era preciso cumprir com o desafio proposto já na entrevista de mestrado: adaptar o projeto ao campo teórico-metodológico dos Estudos Culturais. O objeto empírico escolhido para análise na dissertação era a série especial com os jogadores da Seleção Brasileira de futebol masculino convocados para a Copa do Mundo de 2014, veiculada no Jornal Nacional de 7 de maio a 2 de junho de 2014. De acordo com os apresentadores do telejornal, a finalidade da série era mostrar detalhes desconhecidos das histórias de vida dos vinte e três jogadores. O objetivo inicial proposto para a pesquisa de mestrado se restringia à análise das representações construídas na série sobre a identidade brasileira a partir das histórias de vida desses personagens. Com o amadurecimento propiciado pelas leituras, a autora percebeu que faltava um elemento fundamental para ampliar e complexificar a investigação: o tensionamento crítico com o contexto. Como afirma Kellner (2001), a análise da cultura deve envolver a problematização das diversas dimensões do meio social frente aos ambientes e processos midiáticos que, ao mesmo tempo, agem como mediadores da cultura, mas também são mediados por ela. Assim, era preciso entender a construção dessas representações na série de forma relacional com os elementos políticos, sociais e econômicos de seu contexto de produção, uma vez que o produto midiático não existia de forma isolada de seu entorno, mas estava interligado com questões mais amplas, que envolviam desde os contratos de transmissão de jogos negociados pela FIFA, a elitização social do esporte e o beneficiamento ilícito de governantes com a venda de ingressos para o Mundial. Dessa forma, o conceito de cultura vivida passa a se tornar um elemento-chave dentro da pesquisa, o qual é apreendido a partir da noção de consciência prática proposta por Williams (1979), que compreende aquilo que está sen-

do realmente vivido, ou seja, as experiências sociais que estão sendo definidas e sentidas ativamente pelos sujeitos em determinado contexto.

Uma parte fundamental da análise estava bem definida nesse momento: a análise da cultura vivida se daria a partir da investigação dos elementos sociais, políticos e econômicos presentes no contexto de produção da série. No entanto, ainda faltava encontrar um conceito que abarcasse as construções identitárias efetuadas a cada episódio da série. Em um dos vários encontros do grupo de pesquisa que tinham como leitura principal um dos trechos da obra “Marxismo e Literatura”, discutiu-se sobre o conceito de tipificação, definido como a síntese da complexidade do real em uma forma particular (Williams, 1979). O autor defende que todo tipo é fruto de seu contexto, pois cristaliza o processo histórico em uma imagem dialética. O tipo procura se estabelecer como a única representação possível de uma forma social mais geral, a despeito das inúmeras possibilidades de representação, colocando-se como uma imagem verdadeira e inquestionável. Para que seja compreendido e aceito na sociedade, o tipo estabelece um processo de seleção de quais traços serão escolhidos para compor um tipo particular. Nessa construção, muitos elementos são deixados de lado, uma vez que dificultam a formação de uma imagem padronizada e previsível e, portanto, artificial. A primeira referência à ideia de tipificação surgiu com o conceito de tipo ideal, que se relacionava aos heróis, às forças elementares e aos elementos universais essenciais (Williams, 1979), o que corrobora a intenção do tipo de se estabelecer como o modelo a ser seguido, definido por traços escolhidos intencionalmente. Assim, o conceito de tipificação completa o percurso teórico-metodológico da dissertação, passando inclusive a ocupar o lugar de representação na investigação, pois conferiu a especificidade que faltava à análise e se encaixou com a própria lógica da série de construir tipos de jogadores a cada episódio.

Finalmente, foi possível chegar a um objetivo que permitia compreender a ação da mídia como uma prática social real interligada com as questões culturais mais amplas da contemporaneidade. Valendo-se da análise cultural de Williams (1979) aliada ao campo midiático, partimos, então, para a análise das tipificações dos jogadores de futebol na série telejornalística em contraposição aos elementos presentes na cultura vivida. Antes de partir para a análise, contudo, era preciso fazer um recorte do corpus, que era composto por 23 histórias de vida. Por sugestão da banca de qualificação, conseguimos chegar a três jogadores de futebol, que sintetizam tipos singulares. Para mapear as tipificações construídas na série, utilizamos, como metodologia secundária, a análise textual (Casetti; Chio, 1999), a partir do acionamento das categorias de a) sujeitos e interações e de b) história. Dessa forma, foi possível chegar a três tipos principais de jogadores de futebol construídos no telejornal: o tipo pobre, caracterizado como hegemônico e representativo da maioria desses atletas, o qual foi representado de forma destacada na série; o tipo graduado, representado unicamente pelo caso do jogador Victor, ao qual é feita

uma concessão na série, e, por fim, o tipo rico, representado pelo exemplo único do jogador Maxwell, o qual é representado de forma atenuada. Os tipos rico e graduado, por se tratarem de casos raros no esporte, constituem-se como representações contra-hegemônicas por desafiarem o padrão narrativo de tais histórias, fortemente associado a uma infância pobre, a uma série de renúncias e sofrimentos, à superação das adversidades e, por fim, à ascensão econômica desses jogadores, representados como verdadeiros heróis nacionais, modelos a serem seguidos.

O nível interpretativo dos resultados alcançados só foi atingido a partir do seu tensionamento com os elementos mapeados na cultura vivida a partir da análise cultural. A partir da complexificação de um tema tratado normalmente de forma demasiadamente empírica e, por isso, marginalizado, procuramos chamar a atenção para a força do telejornalismo esportivo na construção de sentidos, no reforço de estereótipos, no achatamento crítico da audiência e na propagação da ideia de brasilidade a partir do futebol. Por meio da análise, foi possível concluir que a série se apoiava em narrativas padronizadas para construir as histórias de vida desses jogadores, reiteradamente centradas no tipo pobre, cristalizando uma imagem ilusoriamente homogeneizante, que não dá conta da pluralidade e da complexidade dessas histórias, dificultando o desenvolvimento da consciência crítica da audiência. Esse tipo hegemônico atua no sentido de manter o *status quo*, a favor da ideologia dominante e da permanência da divisão de classes. Quando aparecem outras tipificações dos jogadores de futebol, como o tipo rico e o tipo graduado, elas são representadas por meio de estratégias de atenuação e concessão, a fim de que não desempenhem com eficiência seu papel como forças contra-hegemônicas, uma vez que ameaçam a construção padronizada desses sujeitos. Essa potencialidade crítica e analítica dos Estudos Culturais motivou a autora a continuar os estudos, dessa vez partindo para o desafio de construir uma proposta de tese de doutorado que buscasse novos olhares e oferecesse contribuições inovadoras ao campo. No próximo tópico, iremos nos aprofundar nesse processo de construção e reconstrução, permeado por novas leituras e tensionamentos teórico-metodológicos.

## **O DESAFIO DA CONTINUIDADE: NOVOS OLHARES PARA O DESENVOLVIMENTO DA TESE**

A escolha de seguir na mesma linha de pesquisa e continuar com o mesmo aporte teórico-metodológico do mestrado pode parecer o caminho mais fácil a ser traçado em nível de doutorado. No entanto, essa opção, aparentemente mais simples, logo se revelou um desafio assim que a autora se viu no mesmo grupo de pesquisa, reencontrando textos e autores com que já tinha familiaridade. Parecia, de certa forma, que não havia mais como se aprofundar teórica e metodologicamente naquela perspectiva que já tinha sido amplamente explorada na dissertação de mestrado. A grande questão que se colo-

cou, então, foi: “como conferir originalidade e criatividade a um caminho que parecia percorrido à exaustão?” Mais uma vez, o grupo de pesquisa foi uma peça fundamental nessa necessária reinvenção, despertando novamente na autora a curiosidade e o distanciamento imprescindíveis para a renovação da trajetória de pesquisa. A busca por outros textos e autores que trouxessem novos olhares sobre as características e problemáticas dos Estudos Culturais contribuíram para que a discussão teórica pudesse atingir o nível de profundidade exigido em uma tese de doutorado e, principalmente, tivesse desdobramentos diferentes daqueles alcançados na dissertação. Logo, foi o momento de encontrar com autores antes distantes, como Lawrence Grossberg, Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco-Gómez e de reencontrar novos textos de autores conhecidos, como os de Stuart Hall e Maria Elisa Cevalco.

Dessa vez, o projeto de doutorado já tinha sido elaborado com bases teóricas e metodológicas nos Estudos Culturais, pois o objetivo da autora era continuar na mesma linha de orientação. Apesar de saber que o grupo de pesquisa se centrava na análise de objetos audiovisuais, até então abarcando programas televisivos, documentários e séries, a autora sugeriu, como objeto empírico de análise, uma série veiculada em um portal online de notícias. Com o aceite da proposta e a aprovação no doutorado, o próprio grupo passa a ampliar, gradativamente, o que poderia ser entendido enquanto audiovisual: na medida em que a série escolhida envolvia não só texto, mas imagens e vídeos, ela se encaixava dentro do critério de contemplar tanto recursos auditivos como visuais. Quanto ao tema proposto, ele envolvia, mais uma vez, megaeventos esportivos, mas com um olhar agora voltado para o jornalismo internacional. O propósito central era analisar as representações dos impactos das Olimpíadas Rio 2016 construídas em uma série do jornal britânico *The Guardian*, a qual contou com a participação de três jornalistas comunitários de favelas cariocas. O objetivo da série era mostrar os impactos da competição no dia-a-dia de moradores dessas comunidades, concedendo, aparentemente, espaço para a circulação de vozes sociais minoritárias dentro da mídia hegemônica.

O conceito de representação assumiu, assim, logo no início, uma posição privilegiada no trabalho, compreendido enquanto o processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre os membros de uma cultura. Para Hall (2016), representar significa utilizar a linguagem para, inteligivelmente, expressar algo sobre o mundo, em um processo que conecta o sentido e a linguagem à cultura. No aprofundamento sobre o estudo das representações, entramos em contato com autores como Serge Moscovici, Denise Jodelet e Maria Cecília Minayo. Moscovici (2005, p. 36) define que “as representações sociais são uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social”. Em outras palavras, essas definições partilhadas pelos membros de um mesmo grupo constroem uma visão consensual da realidade, tornando-se um

guia para as ações e trocas cotidianas. Essas perspectivas se colocam como ideias gerais, comuns e universais a todos os membros da sociedade, as quais, na maioria das vezes, são reforçadas pelos meios de comunicação. É nesse sentido que reside a importância do estudo das representações, uma vez que podem ser construídas para justificar práticas hegemônicas e exclusões simbólicas, mas também para criar e recriar novas formas de mobilização e participação coletiva. Na análise da série, era fundamental verificar se o *The Guardian* concedeu, de fato, um espaço ativo e autônomo para esses jornalistas comunitários, favorecendo a construção de representações mais plurais e diversificadas sobre os impactos dos Jogos Olímpicos, ou se apenas utilizou-os para atender seus interesses políticos, mercadológicos e editoriais como uma estratégia de diferenciação no cenário jornalístico internacional.

Para analisar as experiências concretas vivenciadas nesse contexto, o conceito de cultura vivida ganhou, mais uma vez, centralidade na pesquisa. Era necessário compreender as relações políticas, sociais e econômicas que se estabeleceram entre o megaevento esportivo e as favelas cariocas, que incluíam, por exemplo, as concessões feitas na legislação brasileira para atender as exigências do Comitê Olímpico Internacional, as remoções forçadas de milhares de famílias para a construção dos equipamentos esportivos e as denúncias de superfaturamento das obras olímpicas com o uso de dinheiro público. A análise da cultura vivida tornou-se, assim, uma etapa fundamental para estabelecer relações críticas com o contexto de produção da série, investigando as tensões possíveis entre as representações jornalísticas e as experiências vivenciadas nas comunidades durante o megaevento esportivo. Em outras palavras, não bastava chegar até as representações, era preciso analisar como se relacionavam com os elementos presentes na cultura vivida. Nesse momento, outro conceito aparece para complementar o entendimento sobre a cultura vivida: as mediações. Era hora de entrar em contato com Martín-Barbero, Orózcó-Gomez e Luiz Signates, além de explorar a própria leitura de Raymond Williams sobre o conceito. As mediações permitem compreender a cultura e a comunicação de forma integrada na dinamicidade do cotidiano, uma vez que todo processo comunicacional é articulado a partir dessas interações, as quais não respondem unicamente a requerimentos institucionais e a demandas comerciais, mas também a exigências que vêm das relações culturais vivenciadas pelos grupos sociais (Martín-Barbero, 1997). Consequentemente, Williams (1979) defende que o conceito se torna produtivo apenas se nos afastamos da ideia de intermediação, entendendo-o como relacionado à esfera constitutiva e constituidora inerente da sociedade, como um processo necessário para a construção de significados e valores. Assim, a mediação deve ser entendida não como uma esfera acrescentada à realidade social, mas inerente a todos os seus processos.

Para a análise da série, escolhemos dois grandes grupos de mediações comunicativo-midiáticas para investigarmos a cultura vivida: de um lado, as experiências vividas



nas favelas cariocas no contexto das Olimpíadas Rio 2016, presentes na série a partir da perspectiva dos jornalistas comunitários, e, de outro, as dinâmicas jornalísticas do *The Guardian*. A partir dessa perspectiva, o processo comunicacional não é visto apenas em termos de aparato tecnológico, como uma questão meramente instrumental, mas envolve a formação de saberes, a constituição de práticas produtoras de inovação discursiva, os modos de percepção social, ou seja, a comunicação está incrustada na estrutura mesma do conhecimento e da vida cotidiana. Nesse sentido, Orozco-Gómez (1997) defende que é preciso ir muito além dos meios, pois a dimensão comunicacional abarca também linguagens, metáforas, cenários de poder, lógicas mercantis, dinâmicas de modelamento social e referência cotidiana e esferas de representação da realidade e de geração de legitimação política. Trata-se de uma dimensão que assume a ideia de contorno, percorrendo todo o circuito sociocultural, modelando todas as relações entre os diferentes atores sociais.

Estabelecida essa primeira etapa da análise, ainda havia um grande desafio pela frente. Durante o mestrado, a autora fez um esforço de tentar associar a análise cultural com a análise de discurso, campo teórico-metodológico com o qual havia entrado em contato durante a graduação. Em artigos escritos ao longo do primeiro semestre do mestrado, buscou estabelecer aproximações iniciais entre conceitos basilares dos dois campos, como formações discursivas e estruturas de sentimento. No entanto, em um período de tempo curto como o do mestrado, não foi possível alcançar o nível de conhecimento necessário sobre os Estudos Culturais, um campo totalmente novo até então, e ainda estabelecer conexões com a análise de discurso. Era uma tarefa que demandaria, além de tempo, uma familiaridade maior com as duas correntes teórico-metodológicas para que, de fato, fossem encontrados os elementos de articulação e tensionamento entre elas. Afinal, tratava-se de uma proposta de investigação inovadora ao relacionar duas perspectivas já consolidadas e, até mesmo, consideradas opostas em alguns pontos. Ao ingressar no doutorado, a autora foi encorajada pelo orientador a buscar essas aproximações, construindo um percurso de análise que levasse em conta tanto a análise cultural quanto a análise de discurso. O doutorado se tornava, de certa forma, uma tentativa de reunir as diversas etapas do percurso acadêmico da autora, consolidando uma caminhada que tinha iniciado na graduação com a análise de discurso e se deparado com os Estudos Culturais na pós-graduação.

Para empreender essa tarefa, logo foi preciso mapear as relações possíveis entre as duas perspectivas, pontuando os conceitos que seriam úteis para o percurso teórico-metodológico da tese. Com a dificuldade de ser a primeira do grupo de pesquisa a tentar a aproximação com a análise de discurso, a autora inicia uma série de leituras, encaminhadas pelo orientador, que incluíram autores como Paul Ricouer, Michel Foucault e Eni Orlandi. Assim, foi possível perceber a centralidade que a noção de discurso adquiria

dentro do protocolo de análise: as mediações comunicativo-midiáticas presentes na cultura vivida, por meio de relações de poder e disputas ideológicas, negociaram sentidos no interior do discurso jornalístico, o que culminou na construção de representações dos impactos do megaevento esportivo na série. Ricouer (2010, p. 74) explica que o ato de narrar, em forma de discurso, agencia o que parecia solto e fragmentado, tendo como função “fazer surgir o inteligível do acidental, o universal do singular, o necessário ou o verossímil do episódico”. Nessa construção discursiva da realidade, a compreensão do papel da ideologia tornou-se fundamental para entender as negociações de sentido entre as diferentes mediações comunicativo-midiáticas. Para Foucault (1999), a ideologia atua na fixação das sucessões necessárias, no estabelecimento de limites e na manifestação de leis de composição e decomposição do discurso, formulando o saber das leis que organiza o espaço das representações. O discurso, assim, constitui-se como um lugar privilegiado para compreender essa relação entre língua e ideologia, demonstrando como a língua produz sentidos por/para diferentes grupos sociais a partir das normas e valores presentes em determinada cultura.

Por meio da análise de discurso, conseguimos apontar, ainda em caráter preliminar na etapa de qualificação, os núcleos de sentidos dominantes dos impactos das Olimpíadas Rio 2016 mobilizados pelos jornalistas comunitários no discurso da série. A identificação desses sentidos, no entanto, não é a etapa final da pesquisa. O objetivo geral da investigação é analisar os tensionamentos que se estabelecem entre as representações do megaevento esportivo construídas no discurso da série e a cultura vivida nas favelas cariocas nesse período. A análise da cultura vivida, centrada na exploração das mediações comunicativo-midiáticas presentes no contexto de produção da série, e o mapeamento dos sentidos mobilizados na série por meio da análise de discurso, são etapas necessárias para alcançar o nível interpretativo final: verificar se o acionamento desses jornalistas comunitários enquanto estratégia discursiva contribuiu para a participação ativa e plural de grupos sociais marginalizados no discurso jornalístico hegemônico ou se apenas atenderam aos objetivos do *The Guardian* de se mostrar como um jornal plural, global e diferenciado no cenário jornalístico internacional, concedendo apenas uma abertura superficial e aparente a esses sujeitos. Esse salto qualitativo será buscado na segunda fase da pesquisa, com o percurso teórico-metodológico já validado pela banca de qualificação. Nessa etapa final, é o momento de articular a densidade crítica e a profundidade contextual, características dos Estudos Culturais, para a interpretação dos resultados, contribuindo não só para o desenvolvimento do campo da comunicação de um modo geral, mas, sobretudo, para a transformação da concepção desses megaeventos esportivos de modo que possam ser planejados e divulgados de forma mais inclusiva, democrática e responsável.

## DE MÃOS DADAS PARA O FUTURO: OS ESTUDOS CULTURAIS E UMA PESQUISADORA EM PERMANENTE FORMAÇÃO

Apontar perspectivas futuras para qualquer relacionamento é, no mínimo, um ato de coragem, pois não é possível oferecer garantias nem certezas a longo prazo. Assim como a autora entrou em contato com a análise de discurso, por acaso, durante uma experiência como bolsista de iniciação científica na graduação e ainda teve um encontro inesperado com os Estudos Culturais na pós-graduação, pode ser que novos caminhos teóricos e metodológicos se coloquem futuramente como pontos de parada obrigatória, como curvas necessárias ao longo do caminho. Desse modo, é possível fazer apenas pressuposições, com base na vontade da autora em seguir de mãos dadas para o futuro com os Estudos Culturais. Afinal, foram anos intensos de tensões, desafios e descobertas no campo, com a sensação contínua de que sempre há outras formas de olhar, diferentes percursos a construir e novos textos a explorar.

Uma perspectiva possível de ser apontada, considerando o período imediato, é de que o Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades seguirá contribuindo de forma significativa na reta final do doutorado a partir das leituras em conjunto, das discussões teóricas, dos debates metodológicos e da possibilidade de aprender ao escutar as questões problematizadas pelos demais colegas em suas pesquisas. Além disso, é possível enxergar a maturidade das pesquisas desenvolvidas dentro do grupo, que iniciaram ainda dependentes de circuitos de análise prontos e pré-definidos e hoje já são empreendidas de forma mais autoral e independente, conquistando maior autonomia nas definições dos caminhos a serem seguidos. Essa evolução gradual demonstra um amadurecimento coletivo, conquistado por pesquisadores em constante formação, que buscam incessantemente dar novas contribuições ao campo, seja pela escolha dos objetos, por diferentes aproximações teóricas ou por combinações metodológicas inovadoras. Essa busca só se tornou possível a partir de uma carga de leituras e exercícios de reflexão constantes, que deram a segurança necessária para propor projetos que buscassem novas perspectivas.

Outro apontamento possível é o de que os pesquisadores buscarão manter vivo aquilo que une este grupo vinculado aos Estudos Culturais: colocar o foco das pesquisas em temas sociais marginalizados e estigmatizados, dar visibilidade para que identidades de grupos sociais minoritários sejam respeitadas e reconhecidas e colaborar para que representações alternativas circulem pela mídia. O viés político do trabalho intelectual é o que marca todas as pesquisas empreendidas, desde sua concepção até a interpretação de seus resultados, tendo o contexto como ponto de partida e de chegada. Em um esforço constante de ter como meta a transformação social e a democratização cultural, já foram abordadas temáticas relacionadas ao gênero, à classe social e a identidades regionais, problematizadas a partir da análise de diferentes objetos audiovisuais. A tendência futura é que o grupo diversifique as pautas sociais, explorando outros temas silenciados na

contemporaneidade, e, conjuntamente, siga avançando no debate dos temas que já são estudados atualmente.

A autora ainda enxerga uma última potencialidade futura para seguir de mãos dadas em busca da formação permanente no campo: entrar em contato com pesquisas realizadas dentro da perspectiva dos Estudos Culturais em outros países a fim de identificar novas tendências e possibilidades. Sabe-se que em países como Inglaterra, Portugal, Estados Unidos e Austrália, há pesquisadores experientes realizando investigações que buscam compreender a ação dos meios de comunicação de forma articulada com as relações culturais. Com essa motivação, a autora irá realizar um período de doutorado-sanduíche no Institute for Culture and Society (ICS) da Western Sydney University, na Austrália, a fim de qualificar a pesquisa em curso no doutorado, sob a supervisão dos professores Dr. David Rowe e Dr. Jorge Knijnik. O objetivo do período no exterior é aprofundar a análise da cultura vivida no que diz respeito às mediações das favelas cariocas no contexto das Olimpíadas Rio 2016, investigando bases teóricas e metodológicas pertinentes para a descrição das relações sociais, políticas e econômicas que se estabelecem entre classes populares e megaeventos esportivos.

O contato com grupos de pesquisa que vêm produzindo de forma original e inovadora em outras partes do mundo, seja durante o doutorado-sanduíche ou em um possível pós-doutorado futuramente, estimula a expansão dos horizontes para além das produções já conhecidas e, na maioria das vezes, relacionadas à própria área de conhecimento. Afinal, a origem dos Estudos Culturais enfatiza sua interdisciplinaridade e versatilidade teórica, duas características definidoras de um relacionamento que se quer sempre fluido, heterogêneo e amplo. Nada de amarras. Caminhar ao lado dos Estudos Culturais é ter a liberdade para construir o próprio caminho.

## REFERÊNCIAS

CASSETTI, F.; CHIO, F. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación.** Paidós: Barcelona, 1999.

CEVASCO, M. E. **Dez lições sobre Estudos Culturais.** São Paulo: Boitempo, 2003.

COIRO-MORAES, A. L. **A análise cultural.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Epistemologia da Comunicação do 24º Encontro da Compós, em Brasília, de 9 a 17 de junho de 2015. Disponível em [http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-4df33669-bb03-4c83-92ab-62fbc023bb30\\_2825.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-4df33669-bb03-4c83-92ab-62fbc023bb30_2825.pdf). Acesso em 1º de agosto de 2019.

ESCOSTEGUY, A. C. Os estudos culturais. IN: HOHLFELD, A.; MARTINO, L.C.; FRANÇA, V.V.F. (Orgs). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** 8ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, T. T. (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p. 135-166.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. Tradução de Salma Tannus Muchail. 8ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MARTÍN-BABERBO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.

OROZCO-GÓMEZ, G. O desafio de conhecer para transformar: meios, audiências e mediações. **Comunicar**, v. 5, n. 8, 1997.

RICOEUR, P. **Tempo e Narrativa**: a intriga e a narrativa histórica. Tomo 1. Tradução de Claudia Berliner. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

WILLIAMS, R. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro, Zahar, 1979.

\_\_\_\_\_. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

# OS SIGNIFICADOS DA RECEPÇÃO AOS COMENTÁRIOS ESPORTIVOS DA RÁDIO GAÚCHA

*Marcelo Bernardes Farina<sup>1</sup>*

## **INTRODUÇÃO**

A dimensão dos processos comunicacionais estende-se não somente aos atores envolvidos no ato, mas, especialmente, às circunstâncias e aos contextos temporais e espaciais que conduzem sua existência. Assim, a audiência dos comentários esportivos da Rádio Gaúcha não ocorre dissociada da realidade regional e dos perfis comunitários dos sujeitos envolvidos, digam-se, torcedores de Grêmio e Internacionais, com condutas personalizadas de torcida e de interpretação da realidade futebolística.

A Rádio Gaúcha, situada em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, disponibiliza a inserção de espaços de comentários esportivos diários, ocupados por basicamente quatro profissionais: Filipe Gamba, Pedro Ernesto Denardin, Cléber Grabauska e Maurício Saraiva. Estes comentários interagem com uma rede simbólica de torcedores locais, reproduzida na internet e nas páginas das redes sociais da emissora, de modo que os torcedores estejam conectados às principais pautas e fenômenos cotidianos do futebol.

Diante do breve cenário relatado, o objetivo deste trabalho consiste em compreender os principais significados da recepção aos comentários esportivos. Para tanto, foi adotada a abordagem metodológica dos Estudos Culturais e do Circuito da Cultura, na medida em que os valores simbólicos são recursos indispensáveis no âmbito da produção de sentido das referidas mensagens comunicacionais. A técnica de coleta e análise de dados foi a de entrevista em profundidade, de modo em que depoimentos de seis ouvintes selecionados foram apreciados a partir do referencial teórico do Circuito da Cultura, de Du Gay et al (1997), e do contexto da recepção no radiojornalismo esportivo do Rio Grande do Sul.

## **DAS TRADIÇÕES COMUNICACIONAIS ATÉ A ABORDAGEM DA RECEPÇÃO**

Os estudos de recepção e, mais propriamente, sua relação com as performances socioculturais do sujeito humano, ainda estão em fase de consolidação, tendo em vista a predominância de pesquisas que desdobrem a esfera da produção. Por isso, realiza-se uma breve reflexão acerca das tradições comunicacionais e do amparo dos estudos de recepção como forma de compreender não somente os processos comunicacionais, mas, especialmente, os fenômenos sociais.

As primeiras pesquisas de comunicação apontam para um olhar mais aprofundado sobre o meio midiático, conhecido como o emissor do processo, de uma forma que os

---

<sup>1</sup> Doutorando em comunicação, no PPGCOM da PUCRS. E-mail: farinabmarcelo@gmail.com

efeitos desejados na reação dos públicos às mensagens dependiam apenas dos aspectos relacionados à produção. Essa forma de pensar foi sendo questionada e relativizada com o passar das décadas, no entanto, não deixava de se renovar por meio de outras correntes como a própria Escola de Frankfurt, que cunhou a denominação de indústria cultural. Originada do paradigma de Laswell, a teoria dos efeitos é assim denominada, pois a comunicação é sempre vista como uma prática a gerar efeitos sobre o receptor – alvo de influência e persuasão por parte dos emissores. O paradigma incluía a presença de emissor, canal, mensagem e receptor. Se no início, os efeitos eram, em geral, aqueles estimulados pelo meio emissor, com o passar dos anos, foram relativizando-se e admitindo desvios no percurso, até mesmo com a presença de ruídos no processo. Mesmo com as transformações em relação à perspectiva dos resultados, o enfoque desta tradição sempre se centrou nos efeitos da ação comunicacional, com o significado para o receptor mantido em segundo plano (Escosteguy; Jacks, 2005).

A tradição dos usos e gratificações altera o contexto da teoria dos efeitos, reconhecendo que os públicos passam a ter vontades e comportamentos próprios, que interferem na linha de recepção. Este princípio enfatiza as necessidades e motivações pessoais do receptor como atributos que protagonizam e justificam as ações comunicacionais, de modo que estes termos se tornam eixos centrais nesta corrente de estudo. A teoria em questão reconhece o receptor das mensagens com um comportamento mais ativo, já que suas escolhas e elementos de fruição passam a nortear a relação com o meio, relativizando e direcionando totalmente a perspectiva de efeitos, retirando o poder de dominação da mídia, anteriormente avalizado (Escosteguy; Jacks, 2005).

Esta tradição ainda não apresenta mediações provindas do sistema social e cultural, mesmo que se aproxime do momento em que o ambiente passa a se tornar preponderante na relação comunicacional. Incorporando a lógica ao respectivo objeto de estudo, essa teoria enfatiza as necessidades e demandas dos ouvintes na audiência dos comentários, o que justificaria o direcionamento na concepção de seus valores-notícias, conforme Pena (2013), em especial, no que tange à seleção temática dos discursos, priorizando assuntos relacionados à dupla Gre-Nal, por serem os dois grandes clubes futebolísticos com maiores adeptos.

A adesão à audiência e o nível de assimilação, conforme a tradição dos usos e gratificações, estão diretamente relacionados a atributos pessoais e até instintivos dos ouvintes – aptos a suprirem suas necessidades recorrentes em relação a determinada esfera temática, no caso, o futebol. O modo pessoal como aquele assunto é tratado e refletido na vida de cada ouvinte conduz a relação com a mensagem jornalística opinativa e as devidas configurações de sentido personalizado que a mesma possa atribuir, considerando aspectos singulares do perfil humano, como sentimentos, instintos e prazeres. No entanto, as necessidades ainda não se expandem no sentido de serem retratadas como reflexos do

ambiente humano e, ao contrário, mantêm-se restritas aos significados particulares dos sujeitos receptores.

A terceira perspectiva, a tradição dos estudos literários, ocorre de modo em que a literatura e suas crenças passam a interferir no significado da mensagem. No entanto, o foco do processo ainda não é as condições do receptor e, sim, a própria história literária. Deste modo, os aspectos intelectuais e valores derivados da literatura impregnados nos ouvintes resultariam em determinada interação com o modo de interpretação e a difusão de visões de mundo particulares ancoradas pela mensagem dos comentários. É o momento em que as capacidades de interpretações, de acordo com suas possibilidades de leitura, são agregadas ao processo comunicacional, interferindo diretamente na recepção. Na prática, esta tradição angaria espaço para a circulação de novos valores exteriores ao universo literal da mensagem produzida pelos agentes emissores (Sebramm, 2008,).

Contudo, o cotidiano de recepção e experiências sociais expandidas ainda não é refletido no processo – fato que ainda distancia essa tradição das condições de compreensão difusa na análise de recepção dos ouvintes-torcedores, com seus respectivos contornos e elementos de formação peculiares (Escosteguy; Jacks, 2005).

A quarta tradição internacional, mais contemporânea nos estudos de recepção, a dos estudos culturais, possui origem multidisciplinar, influenciando vários campos. Na comunicação, esta corrente considera que as experiências pessoais e os hábitos providos do ambiente e do sistema social em que o sujeito está inserido, interferem diretamente no âmbito da recepção da mensagem comunicacional. Assim, o foco da abordagem dos estudos culturais são as experiências e os hábitos cotidianos do receptor, elementos protagonistas para que se complete a produção de significado comunicacional. Conforme Escosteguy e Jacks (2005, p. 39), “as mensagens dos meios de comunicação, por exemplo, são tomadas como discursos estruturados, os quais são relevantes para a audiência, de acordo com suas práticas sociais e culturais”.

Stuart Hall (2003) foi o principal pensador do modelo que chamou codificação/decodificação. Ele exemplificou como funcionam os atos de recepção, que ocorrem logo após a codificação da mensagem pelo emissor, considerando a imagem com que ela deve ser perpassada ao público. A decodificação pode ser considerada dominante, na qual o sentido da mensagem permanece com as ideias dominantes. É considerada oposicional, quando o receptor entende o significado, mas compreende-o conforme outras referências, estabelecendo diferente visão de mundo. Na decodificação negociada, os princípios particulares do receptor se complementam com uma lógica contraditória, provinda do emissor dominante, resultando em novos valores e nova forma de compreender a realidade.

Com a extensão do significado de cultura – de textos e representações para práticas vividas – considera-se em foco toda produção de sentido. O ponto de partida é a atenção sobre as estruturas sociais (de poder) e



o contexto histórico enquanto fatores essenciais para a compreensão da ação dos meios massivos (Escosteguy, 2000, p. 143).

Traçando um paralelo com o objeto de pesquisa em consideração e as possibilidades contemporâneas de recepção no esporte, a tradição dos estudos culturais consiste não apenas na perspectiva teórica a ser seguida, mas, também, no suporte metodológico mais adequado na realização desta pesquisa. Isso justifica-se, viabilizando um discernimento sob vários ângulos a respeito das experiências cotidianas dos ouvintes e da representação na conduta de torcedores, baseando-se nas respectivas interações com os comentários. A origem dinâmica e multiespecializada do campo permite o melhor desdobramento de sentimentos como a paixão clubística, preponderante nas relações dos comentários com os públicos. Além do mais, o forte vínculo desta tradição com o conceito de cultura e suas materializações fornece subsídios necessários para se identificar a abrangência sociocultural do esporte para com os ouvintes, assim como a propensão das práticas retóricas cotidianas, além de permitir uma reflexão sobre o ambiente futebolístico e como elementos extraídos do mesmo podem servir de norteamento na concepção de visões de mundo na evolução da comunidade, entre elas, aquelas transmitidas como objeto de mediação dos comentários.

### **A RECEPÇÃO A PARTIR DO DIAGRAMA DO CIRCUITO DA CULTURA**

A consolidação da cultura como elementos de compreensão e inserção da realidade permite a atualização de correntes detentoras deste princípio, com a admissão de uma aplicabilidade irrestrita e ilimitada ao ambiente de recepção, pois esse não é um polo central e singular no processo de comunicação. A premissa referida é, ao mesmo tempo, uma crítica e uma modernização no âmbito das pesquisas de recepção. O sucesso e a pluralidade das práticas de vivência no meio social são enxergados como aportes metodológicos para a imersão exploratória em qualquer contexto situacional que interaja com as ordens relacionais humanas. Assim, podem ser reproduzidos em ambientes privados ou, também, públicos, entre eles, os meios de comunicação que amparam as dinâmicas de emissão (Hall, 2003).

Dessa forma, ocorre uma correção nas pesquisas de recepção, pois, muitas delas consideravam, em primeiro plano, as condições do receptor como responsáveis majoritariamente no teor de significação do discurso. No entanto, o aporte metodológico do Circuito da Cultura, apresentado por Du Gay et al (1997), acrescenta as condições de produção como essenciais para a representação da mensagem, estando estas em constante conexão com as experiências pessoais, receptivas, por meio de um ciclo simbólico que permeia as fases de codificação e decodificação, incluindo todos os enlaces ambientais agregados dentro da formalização do real.

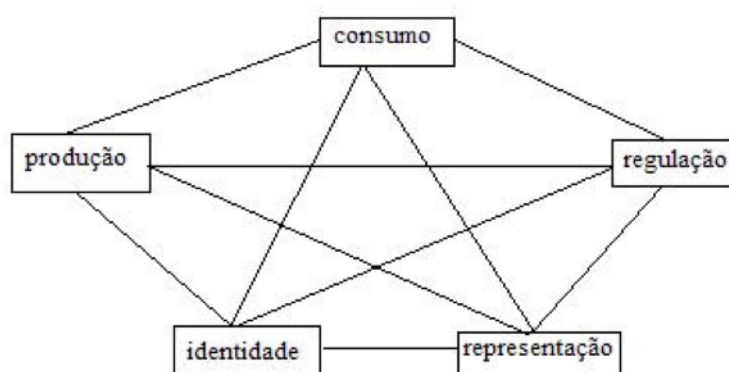
Destaca-se, na sua concepção a articulação entre as mensagens, o lugar onde estas têm origem, com suas respectivas rotinas de produção, e o trabalho interpretativo da parte dos receptores, embora cada uma dessas práticas conserve “sua distinção e [...] modalidade específica, suas próprias formas e condições de existência”. Reside aí um insight produtivo para as pesquisas empíricas na medida em que essa premissa indica a existência de circunstâncias particulares para emergência de uma dada situação e é nesse espaço que sua descrição adquire relevância. No entanto, esse duplo aspecto de conexão e autonomia relativa foi descuidado pelos estudos brasileiros de recepção (Escosteguy, 2009, p. 5).

Em linhas gerais, o Circuito da Cultura consolida-se a partir do processo de codificação e decodificação das mensagens, estando estes atos entrelaçados às dinâmicas relacionais do contexto, com origens mútuas de causas e efeitos. Nesse sentido, Escosteguy (2007) apoiou-se, em primeira instância, no diagrama de Johnson (1999), que sintetiza a formalização da mensagem, em formas de textos, com a incorporação da cultura institucional midiática, vinculada a sua posição no meio inserido. Logo após, inicia-se a decodificação, intitulada de leitura da mensagem, ancorada nas experiências e culturas vividas, até a consolidação do sentido resultante. É importante destacar o deslocamento constante das vivências culturais como propulsoras dos condicionamentos dos dois polos, de modo que também servem de matrizes na lapidação da codificação discursiva. Isso demonstra que todas as etapas estão necessariamente interligadas e indissociáveis, mesmo que dentro de seus momentos próprios, apresentem suas especificidades.

Na busca de facilitar ainda mais a compreensão do modelo e de como suas relações são devidamente aplicadas na prática, Du Gay et al (1997) situa o processo em cinco etapas complementares: produção, consumo, representação, identidade e regulação. A produção abarca não somente as rotinas discursivas, como especialmente, os compromissos profissionais e a devida associação com o meio e com a ordem institucional. As implicações agregadas resultam no teor próprio da mensagem propagada, já estabelecendo a relação com a etapa de consumo, em que as condições do interlocutor passam a interagir com o processo de comunicação e dilapidar o discurso. Logo após, o significado do texto é passível de discernimento por meio da representação, ou seja, o entendimento simples do conteúdo transmitido pela mensagem, com a moldagem obrigatória por meio de códigos e sistemas culturais como a linguagem e outras experiências individuais percorridas. As significações resultantes das representações dão origem à construção de visões de mundo e condutas adotadas diante do meio em que cada sujeito está habituado, resultando no momento singular da afirmação de uma identidade. Por fim, o conjunto de identidades postas a uma legitimação generalizada perante o sistema cultural público e privado integrados dá origem a convenções sistemáticas no âmbito de comportamentos humanos, resultando em uma atuação denominada regulação. É nesse sentido que

os veículos de comunicação demonstram seu poder, refletindo e contemporizando as formas culturais populares aos seus compromissos e interesses de existência, reorganizando e mediando a ordem convencional universal. Ao mesmo tempo em que as práticas sociais são reguladas pelos poderes envolvidos, ou ao menos, influentes na determinação das condições comunicacionais, as formas de cultura já afirmadas podem direcionar-se em caminho inverso, regulando, não apenas, a conduta cidadã, mas também, a agenda comunicacional jornalística (Escosteguy, 2009).

**Figura 1: Circuito da cultura**



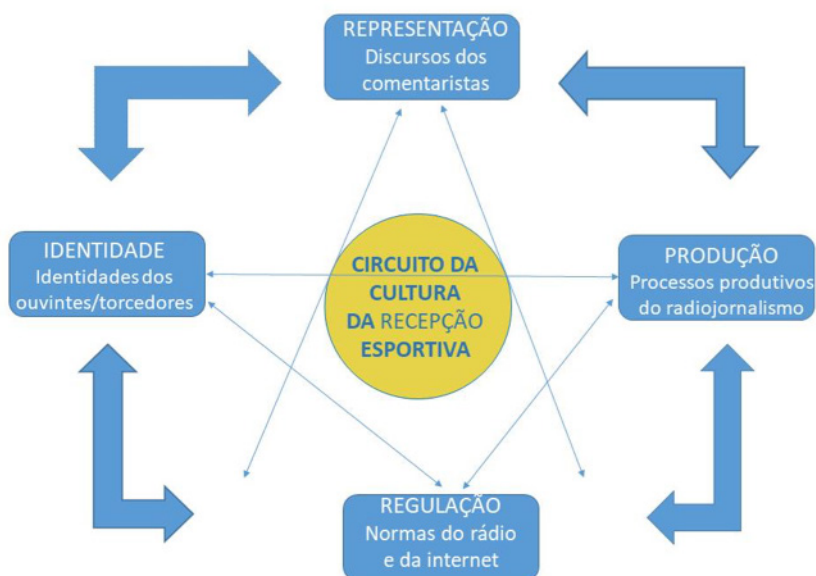
Fonte: DuGay et. al. (1997)

Esse modelo teórico-metodológico apresenta-se como interdisciplinar e abrangente o suficiente na ambição de situar as matrizes culturais dos ouvintes dos comentários esportivos às condições de produção, permitindo o enlace circular das diretrizes do circuito da cultura entre os fenômenos dos distintos polos até a busca de significados – ainda que abstratos, mas simbolizadores de uma prática tão complexa e crucial para as metamorfoses do cotidiano humano como o fazer comunicacional.

A partir dos dados colhidos referentes aos eixos de consumo, representação e identidade dos ouvintes, desenvolve-se uma análise cultural, em que se explora com mais rigor os percursos de recepção, com os momentos do circuito da cultura sendo adaptados a esta pesquisa. Os comentários e suas técnicas de elaboração se estabelecem no eixo de produção, enquanto os significados discursivos linguísticos e culturais das mensagens codificadas correspondem às representações, de acordo com a maneira como os sujeitos torcedores interpretam os fenômenos esportivos. Os valores simbólicos do ambiente esportivo consolidados por meio da assimilação das representações, como a paixão clu-bística e afeição às instituições e experiências futebolísticas, constroem as identidades, assim como os rituais, como a aglomeração de torcedores e superstições à parte em torno

do convívio futebolístico. Já as normas de convívio e que norteiam as relações sociais, incluindo a própria recepção comunicacional, neste caso, circunstanciada nos ambientes construídos pelas plataformas rádio e internet, remetem-se ao eixo de regulação. Abaixo, segue o diagrama do circuito da cultura da recepção esportiva, adaptação adotada para esta pesquisa a partir do aporte do circuito da cultura, de Du Gay et al (1997).

**Figura 2: Circuito da cultura da recepção esportiva**



Fonte: Diagrama elaborado pelo autor

A partir das etapas – de produção, representação, identidade e regulação – percorridas no Circuito da Cultura, constituem-se as condições norteadoras do ambiente dos ouvintes, debruçadas sobre o eixo de consumo ou recepção, momento central para a análise desencadeada neste estudo, onde são pressupostos os significados das mensagens perante o universo contextual dos públicos.

### **A ANÁLISE DOS SIGNIFICADOS DA RECEPÇÃO AOS COMENTÁRIOS**

No referido Circuito da Cultura, os eixos de produção e consumo de artefatos e bens que atendem à sociedade são diretamente interligados, devido às demandas e transformações de ordem cultural que permitem esta conexão entre o que é produzido e o modo e razões que viabilizam este consumo. Neste sentido, é indispensável considerar as representações, identidades e regulações culturais como etapas condutoras e integradoras desta correspondência.

O Consumo como momento específico, na presente proposição, pressupõe a existência de agência humana. Isso implica em incorporar também o

que as pessoas vão fazer com tais artefatos ou produtos após sua circulação no mercado. Ou seja, esse momento está afinado com o exame do papel das práticas de consumo na produção de – novos – sentidos/significações ou, em outros termos, com a observação dos “atores em ação”. É dessa forma que a produção e o consumo não se configuram como esferas separadas, mas sim são mutuamente constitutivas (Escosteguy, 2009, p. 10).

Na presente pesquisa, o eixo de consumo corresponde diretamente à recepção, abrangendo a atuação dos ouvintes perante a audiência dos comentários esportivos da Rádio Gaúcha. Deste modo, os elementos investigados nos outros eixos valem como subsídio para que se compreenda melhor os comportamentos dos ouvintes na assimilação das mensagens veiculadas pelos comentaristas, a partir da apreciação de entrevistas em profundidade com seis ouvintes. Sendo assim, estes valores culturais são aqui refletidos e discutidos, considerando os posicionamentos detectados nos ouvintes, na ilustração de um cenário de recepção aos comentários esportivos.

As representações esportivas dos ouvintes, quanto à leitura das mensagens dos comentários esportivos e vínculos com o esporte, indicam que estes compreendem os discursos e se posicionam sobre os mesmos, levando em conta o nível de conhecimento e profundidade que eles destinam sobre as temáticas futebolísticas, especialmente, a dupla Gre-Nal. As identidades demonstraram o grande apego dos torcedores com os desdobramentos futebolísticos, de modo que eles estejam imersos a uma realidade mediada pelos significados deste esporte.

Considerando os depoimentos dos ouvintes em entrevistas em profundidade, percebeu-se a preferência e o aumento do nível de concordância com as opiniões dos comentaristas da Rádio Gaúcha, quando estes imergem seus discursos ao campo simbólico futebolístico, levantando detalhes das disputas de jogo, como as análises táticas e estatísticas, empregando uma linguagem já conhecida e compartilhada pelos ouvintes envolvidos com a temática e, assim, familiarizados a esta comunidade esportiva.

Para os torcedores, estes discursos disseminam suas identidades, na medida em que estimulam o despertar de sentimentos, não apenas no afeto a seus clubes de coração, mas, também, na afinidade que constroem com o futebol e seus desdobramentos. Por esta razão, os entrevistados elogiaram as opiniões que retratam as rotinas e as minúcias do esporte, de um modo que estas mensagens parecem contribuir com a disseminação do vínculo dos ouvintes com a esfera futebolística. Este comportamento verificado ratifica a proposição de Escosteguy (2009) de que as identidades configuram um momento indispensável na consolidação da recepção.

A identidade como momento crucial no circuito da cultura é um forte indicativo para livrar-se de uma referência estrita à recepção/receptor.

Na abordagem em discussão, trata-se de um processo muito mais amplo e complexo que diz respeito aos atores sociais e à configuração de modos de ser (Escosteguy, 2009, p. 12).

O entrevistado 1 ressaltou a maior compreensão e o apreço a mensagens que apresentem análises táticas. O entrevistado 2 manifestou interesse em conteúdos que lhe transportem ao calor dos jogos e acontecimentos esportivos. O entrevistado 3 demonstrou preferência a comentários que ilustrem um cenário completo das partidas de futebol, com desempenhos táticos, movimentação e estatísticas. O entrevistado 4 salientou a empatia que constrói com os comentários que ressaltam as disputas físicas do futebol. O entrevistado 5 tornou nítido o interesse em dados dos jogos, além de desdobramentos que dizem respeito a um ambiente mais macro envolvendo o planejamento e questões de gestão dos clubes de futebol. O entrevistado 6 admite afinidade com as projeções e diagnósticos a respeito de partidas e dos clubes especificamente.

Todos estes posicionamentos e categorias de mensagens que mais atraem estes torcedores estão alinhavados a um significado não apenas técnico do futebol, mas que simboliza o pertencimento a um amplo contexto que envolve diferentes aspectos em suas rotinas e, desta forma, abrangendo e norteando o cotidiano dos cidadãos envolvidos com este esporte. Esta significação toda é permitida pela deliberação de sentimentos que acabam por estabelecer relações de afeto entre torcedores e clubes de futebol, aumentando a dimensão cultural e passional que envolve as relações admitidas perante o vínculo com o esporte.

Esta forma de recepção dos ouvintes, com os níveis de assimilação e preferência demonstrados, parece de acordo com o caráter que o futebol admite na realidade contemporânea, tendo em vista todos os significados de identidades abordados. Isto porque o futebol possui tanta complexidade em suas atividades, envolvendo fins passionais, comerciais, técnicos, competitivos e de entretenimento, que suas delimitações não são alcançadas pelo simples enquadramento a uma função esportiva. E este perfil parece, de forma geral, ser bem incorporado e consentido por produtores e receptores, ainda que não tenham a exata noção da natureza complexa e profunda que evoca este fenômeno. Neste caso, mesmo que os responsáveis pela produção jornalística, em muitas ocasiões, compartilhem deste significado cultural do futebol, nem sempre conseguem se posicionar a altura de satisfazer os ouvintes a ponto de manter a linha de inserção constante destes torcedores com a realidade futebolística, considerando os fenômenos e as implicações da contemporaneidade.

Lacunas na produção de comentários esportivos da Rádio Gaúcha e a ausência de consonância com a realidade e as possíveis demandas dos receptores foram detectadas incipientemente na pesquisa de Farina (2015), quando as opiniões não apresentavam a profundidade e coerência necessárias no volume técnico de domínio de conhecimento e informações que traduzissem uma versão da realidade mais condizente com os fatos

e os detalhes que incidem sobre o cotidiano futebolístico. Neste sentido, percebeu-se a escassez de versões dos fatos mais bem fundamentadas e compostas por maiores níveis de conhecimento e encadeamento dos argumentos, de modo que não correspondiam a uma realidade mais explorada e aprofundada sobre os acontecimentos dos campos de futebol, seguindo a premissa de autores como Tavares (2011) e Oliveira (2009). Em suma, o conjunto de fontes de informações e dados disponíveis para o subsídio de análises era insuficiente para fundamentar muitas das versões dos comentaristas, especialmente, quando os formatos não eram mesclados à interatividade, como, no caso dos comentários de Maurício Saraiva.

Neste estudo de recepção, os ouvintes manifestam preferência e despertam demandas por inserção de dados e informações nos discursos opinativos, a fim de que estejam mais seguros e conectados ao cotidiano real do desenrolar de acontecimentos de futebol. Como percebido, com a análise de representações e identidades, isto ocorre pela necessidade que eles admitem de estarem inseridos integralmente neste campo simbólico do futebol que, para eles, conferem um significado muito maior do que a prática esportiva. O posicionamento tático das equipes, as disputas físicas de cada lance ou as emoções despejadas pelas torcidas consistem em fatores que propiciam a decodificação pelos receptores de forma integrada com a sua realidade de pertencimento. Ou conforme o modelo de Hall (2003), estas categorias de textos discursivos são consonantes com as rotinas vivenciadas pelos torcedores, de acordo com o valor simbólico que o futebol admite nas experiências destes indivíduos, integrando-os ao universo coletivo e pessoal. As significações míticas de Armstrong (2005) e Eliade (1992) e os arquétipos do inconsciente de Jung auxiliam na analogia do futebol a um cenário muito mais amplo em que envolve muito sentimento em suas relações.

Por todas estas razões elencadas é que se justifica a necessidade dos ouvintes de consumirem opiniões que tragam maior profundidade e possibilidade de imersão a este ambiente simbólico que é o futebol. E, neste caso, comentários pouco fundamentados ou que não se imergem na riqueza de valores e conhecimentos do esporte, não estão aptos a atender estas demandas. Deste modo, é possível afirmar perante a análise do circuito da cultura da recepção esportiva que os comentários dotados de maior coerência opinativa, conforme pesquisa de Farina (2015), são mais suscetíveis a satisfazer as necessidades e permitir a assimilação dos ouvintes, no intuito de dimensionar sua audiência ao teor de profundidade das opiniões, lhes transportando à realidade simbólica que o futebol lhes proporciona, conforme os amplos significados míticos e sentimentais que este esporte induz em suas vidas.

Tanto é válida esta premissa que os ouvintes manifestaram descontentamento com comentários que, para eles, não estavam suficientemente embasados em bons argumentos ou dados que garantam a validade das versões expostas. “É necessário ter uma racio-

nalidade mais técnica, com a estrutura das equipes, dosada com as emoções e o calor do jogo”, afirmou o entrevistado 2.

Pedro Ernesto Denardin é um dos comentaristas mais questionados, quanto à falta de embasamento e ao conseqüente distanciamento desta realidade simbólica, com suas diversas disputas e estratégias de direcionamento emotivo que o futebol invoca sobre a sociedade a qual está vinculado. O entrevistado 1, entrevistado 4 e entrevistado 5 contestaram as opiniões deste comentarista, alegando razões muito parecidas, como a falta de conhecimento, impulso e excesso de sensacionalismo para com um ou outro clube. Contudo, a profundidade do que ocorre nos jogos é pouco apresentada, não viabilizando a inserção dos torcedores a este ambiente futebolístico de significação mítica que tanto lhes cativa. O entrevistado 3 afirma que as opiniões de Denardin se limitam a conclusões consideradas “óbvias”, o que ressalta a ausência de reflexão e maior exploração por distintos ângulos na composição de determinado panorama interpretativo.

Por outro lado, os ouvintes demonstraram concordar e assimilar melhor os comentários de Maurício Saraiva. Como já apontado anteriormente, este fenômeno ocorre devido ao formato híbrido, conforme Lucht (2009), em que o comentarista vale-se da participação de repórteres, apresentadores e ouvintes com requintes informativos que complementam a versão dos objetos retratados, com maior riqueza de embasamento dos argumentos, seguindo as referências do futebol que emergem sobre a sociedade. Neste sentido, este perfil de comentário se enquadra mais às identidades esportivas verificadas, pois, traz aos ouvintes a especialização demandada e desejada a respeito deste segmento. Assim, o público desperta maior possibilidade de compreensão e de agregar estas versões interpretativas a seu cotidiano prático, em consonância com a veracidade dos acontecimentos e dinamismo dos significados sentimentais e de inserção à sociedade que o futebol adquire.

Como observado no eixo de regulação, a proporção desta identidade de plena vivência de muitos indivíduos, em torno de desdobramentos e características do futebol, foi intensamente elevada, diante dos inúmeros recursos da cultura digital, que permitem um envolvimento com a temática ainda maior, além de possibilitar aos ouvintes um alto nível de especialização no tema. Neste sentido, muitos comentaristas de gerações e repertório jornalístico anteriores à ascensão do ambiente digital não conseguiram acompanhar este nível instantâneo de atualização e captação de conhecimentos do meio, o que torna suas possibilidades de discursos incompatíveis com a capacitação dos ouvintes e a incorporação dos significados futebolísticos aos seus modos de vida. Neste sentido, a identidade cultural dos ouvintes relacionada à forma generalista e regular com que se relacionam nas comunidades esportivas demanda dos jornalistas um nível de conhecimento e vivência cultural mais elevado, requisitando uma atuação jornalística, mais rigorosa, no que tange a exploração profunda de todas as implicâncias sociais deste esporte, com maiores e mais assertivas técnicas de recrutar informações em um ambiente da cultura digital.



Neste sentido, mais do que ratificar as tendências identificadas por Farina (2015), amplia-se a dimensão das necessidades de direcionamento de comentários consonantes com a realidade discernida não mais pela associação ao compromisso jornalístico, mas, sim, pelo rumo das identidades e representações que este público mantém com o esporte, considerando os atributos do campo de futebol como fatores de decodificação das mensagens e de vinculação ao entorno social. Isto porque as disputas esportivas e seus elementos recheados de sentimentos e reações típicas de espetáculos artísticos e culturais consistem em um modo personalizado de dar valor às experiências do dia a dia, enaltecendo as relações humanas, quando dos embates e vínculos de torcedores, sempre conduzidos pelo futebol. Sempre lembrando que o futebol já está impregnado no inconsciente de muitos indivíduos, seguindo as proposições do imaginário arquetípico de Jung (2000), com reações instintivas que expandem este espaço e reproduzindo a abrangência desta identidade. Assim, as relações humanas em torno do futebol suscitam um perfil totalmente ritualista e endereçado no conhecimento mítico, podendo estabelecer a analogia à religiosidade de Armstrong (2005), em que busca-se a significação perante as reproduções de um universo sagrado e imaterial, que neste caso corresponde ao mundo à parte que este esporte representa.

Por isso, quando se avalia a necessidade de a produção corresponder melhor os significados das identidades dos públicos rentes ao esporte referido, não se busca a distorção da realidade com narrativas apenas pautadas pela emoção e sem credibilidade. Pelo contrário, requer-se a apresentação deste jogo de forma profunda, na medida em que as narrativas se compatibilizem com o significado mítico das identidades e representações que o esporte constrói, abrangendo e contribuindo diretamente nas relações dos torcedores imersos aos desdobramentos deste jogo.

Entre os significados apontados na relação afetiva e mítica que o futebol contempla sobre a sociedade, existe um que se apresenta de maneira mais intensa: a paixão clubística. Ou seja, a relação puramente sentimental de torcedores com os clubes aos quais aderiram, na maior parte das vezes, por influência da família. Essa relação de torcedores e clubes, inserida entre as possibilidades de significação que conduzem o espaço simbólico do futebol perante a vida social, também admite suas interferências na recepção das mensagens.

Como visto anteriormente, a recepção é mais bem estabelecida perante as mensagens que enfocam a realidade futebolística detalhada e circunstanciada, com a riqueza de fatos e atributos que compõem a viabilidade de um jogo de futebol. Entre estes fatores, está indispensavelmente o envolvimento de torcedores com seus clubes, na medida em que a dimensão deste sentimento e sua representatividade no esporte são fundamentais para preservar a viabilidade do mesmo em todas as esferas da sociedade. Deste modo, as mensagens jornalísticas não podem desprezar este engajamento do público que move e sustenta a atividade e, por isso, devem buscar a maior responsabilidade possível com

torcedores e agremiações, na medida em que qualquer discurso mal construído pode se tornar mais facilmente um alvo da passionalidade dos torcedores.

Foi percebido que, além da interferência do nível de construção da mensagem, os torcedores assimilam os discursos sendo impulsionados pelas reações sentimentais, considerando o juízo de valor dos comentários a respeito de seus clubes. Isto porque estão muito envolvidos com o futebol e, deste modo, incorporam a defesa dos interesses do clube pelo qual torcem, como se esta instituição representasse o amor de um ente querido, como referiu o entrevistado 4, ou de uma ideologia, como constatou o entrevistado 2. As identidades futebolísticas apontam o esporte como um meio de disputas e duelos entre diferentes agremiações. É neste modo de significar que os torcedores descarregam mais devoção a seus clubes, pois, incorporam a figura de um soldado ou guardião que se entrega em qualquer circunstância para defender a instituição, na analogia de uma corrente ideológica da qual é membro.

Nesta perspectiva, o entrevistado 4 e o entrevistado 5, torcedores do Grêmio e do Internacional, respectivamente, contestam muitas opiniões que, para eles denigrem seus clubes. Os dois ouvintes acusam a Rádio Gaúcha de favorecer o rival, de modo que ressaltam que as críticas dos comentaristas ao seu clube são desproporcionais em benefício do time adversário. A visão dos dois entrevistados é literalmente a mesma, apenas com as cores clubísticas invertidas. Ambos imaginam que o Grupo RBS tenha interesses próprios em prejudicar seu time.

Esse modelo de recepção, em que o ouvinte já está imerso ao ambiente futebolístico, traz a ideia de que o sentimento por seu clube gera reações instintivas de defesa do time e, por isso, incorporam um posicionamento sentimental e clubístico na análise futebolística em vista da interpretação e da aceitação da realidade. Por mais que compreendam todos os procedimentos do jogo, sua seletividade e instintividade, de origem inconsciente e de formação cultural, são tão alinhadas com a crença no clube, que absorvem este comportamento, incidindo, assim, na leitura do texto recebido, em conformidade com seus princípios, resultando em uma conduta de decodificação oposicional a discursos que não incorporem os mesmos valores clubísticos, seguindo preceitos de Hall (2003).

Contudo, é importante salientar que este comportamento não foi identificado em todos os entrevistados. Parece ser uma conduta mais extrema, que se reproduz em sujeitos que são mais propensos ao envolvimento histórico e familiar, com disseminação de elevadas doses de sentimento a determinada cor clubística, assumindo esta defesa incondicionalmente. A ausência de coerência na construção das opiniões também parece expor mais os comentários à interpretação baseada nesta linha passional de assimilação. Isto porque, mesmo que ocorra inconscientemente, os torcedores tentam buscar argumentos que desqualifiquem as opiniões por um caminho que preserve os interesses do seu time.

O fato de as opiniões melhores construídas estarem mais blindadas a essa contestação puramente passional pode ser verificada no depoimento do entrevistado 4, que acredita

Maurício Saraiva seja torcedor do Grêmio, mas admite que este é um dos únicos comentaristas que não prejudica o Internacional para favorecer o rival, entendendo que suas abordagens são racionalmente elaboradas. Saraiva é um dos comentaristas com melhor nível de encadeamento dos comentários, conforme linha de pensamento bem constituída e embasamento informativo nas opiniões, o que ratifica a ideia de que opiniões mais condizentes com a realidade estão menos suscetíveis a distorção passional.

## CONCLUSÕES

Pode se entender que os posicionamentos dos ouvintes são formatados diante de opiniões melhores construídas e que aprofundem o futebol, com seus desdobramentos táticos, físicos, cotidianos e nas relações passionais de torcedores. Quanto maior o nível de coerência das opiniões, conforme conceito abordado em pesquisa anterior, maior será o potencial de assimilação e consonância com a realidade e profundidade de cada detalhe do campo de jogo, diante da total imersão destes receptores ao universo futebolístico.

Isto é compreendido na medida em que os ouvintes são sujeitos integralmente especializados na temática futebolística, e demandam a necessidade de estarem conectados ao universo do futebol em um nível de abordagem bastante profunda, que, na maioria das vezes, não é oferecida pelo comentarista emissor.

Para os torcedores identificados com clubes em nível mais extremo, além do aspecto da procedência dos comentários no intuito de formarem posicionamentos sobre futebol, a paixão clubística também destina maior seletividade na interpretação de opiniões e no compartilhamento de ideias, de modo que este torcedor está mais limitado a mensagens que centralizam e enaltecem os interesses do seu clube, admitindo menos propensão a aceitar outras categorias de discursos.

É sempre fundamental ressaltar que estes comportamentos de recepção apurados acerca das possibilidades de significação das mensagens dos comentários apenas são válidos se amparados nas identidades futebolísticas do Rio Grande do Sul, verificadas neste estudo. Se esta recepção fosse proposta a ouvintes alheios ao compartilhamento da cultura de futebol ou residentes em outras localidades geográficas, provavelmente, os resultados fossem bem distintos, já que não demonstrariam a mesma intensidade de valor sentimental e mítico no simbolismo dos significados.

## REFERÊNCIAS

ARMSTRONG, K. **Breve história do mito**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

DU GAY, P. et al. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman**. Londres: Sage, 1997.

ELIADE, M. **O Sagrado e o Profano**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

ESCOSTEGUY, A. C. D. Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico da integração da produção e da recepção. São Paulo: **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.4, nov, 2007.

\_\_\_\_\_. Estudos culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org) **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

\_\_\_\_\_. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. Brasília: **E-COMPÓS, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v.12, jan/abr, 2009.

ESCOSTEGUY, A. C. D.; JACKS, N. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hackers Editores, 2005.

FARINA, M. B. **Coerência opinativa dos comentaristas esportivos da Rádio Gaúcha**. 2015. 181f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - ESPM-Sul, Porto Alegre. 2015.

HALL, S. Estudos culturais e seu legado teórico. In: HALL, Stuart; SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

JUNG. C. G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

LUCHT, J. M. P. **Gêneros Radiojornalísticos: Análise da Rádio Eldorado de São Paulo**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2009.

OLIVEIRA, R. R. de. Elementos para pensar a opinião nas mídias. In: PINTO, Aroldo José Abreu; SOUZA, Shirlene Rohr de (orgs). **Opinião na Mídia Contemporânea**. São Paulo: Arte e Ciência, 2009.

PENA, F. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2013.

SEBRAMM, L. Estudos literários e práticas de recepção midiática. **Revista do programa de pós-graduação em comunicação – UFF**, Rio de Janeiro: nº 18, 1º semestre/2008. Disponível em: [file:///C:/Users/marce/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/344-1037-1-SM.pdf](file:///C:/Users/marce/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/344-1037-1-SM.pdf). Acesso em: 7. Jan. 2018.

TAVARES, M. **Manual de Redação CBN**. São Paulo: Globo, 2011.

# SOBRE ABORTO, DEFICIÊNCIAS E LIMITES: REPORTAGEM DE VALOR NA REPRESENTAÇÃO DE CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIA

*Giselle Freire Borges Coelho<sup>1</sup>*

## **REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE DE CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIAS**

O estudo da relação entre os processos narrativos e os de representação é essencial para que possamos demonstrar a necessidade da existência de narrativas que enfoquem questões sobre deficiência na mídia.

De maneira geral, representar nos indica um modo primordial de comunicação entre os seres humanos quando transcriamos<sup>2</sup> objetos, sujeitos e eventos em construções de linguagem convertendo-os e recriando uma realidade. Construimos nossas representações de mundo por meio destas construções de linguagem. “A realidade existe fora da linguagem, mas é constantemente mediada pela linguagem ou através dela: e o que nós podemos saber e dizer tem de ser produzido no discurso e através dele” (Hall, 2003, p. 392). Talvez possamos dizer, portanto, que o não dito é, então, uma inexistência, uma invisibilidade, um silêncio. Este silêncio pode acontecer de muitas formas, e algumas delas nascem do confronto com o desconhecido, o diferente. O encontro com o diferente é o encontro com o julgamento daquilo que não nos é familiar, com o desconfortável, com o que está fora dos padrões, o Outro. E é também pela falta de comunicação e, por consequência, de linguagem, que as crianças com deficiências estão sendo invisibilizadas.

E é dessa diferença em relação ao outro, que nasce nossa identidade. Segundo Woodward (2000, p. 40), “as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas simbólicos de representação quanto por meio de formas de exclusão social”. Nossas identidades nascem dos discursos, da linguagem, da representação da realidade e do esforço de dar sentido àquilo que somos, sempre em relação ao outro, “[assim], a construção da identidade é tanto simbólica quanto social” (Woodward, 2000, p. 10).

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Contemporaneidade na Faculdade Cásper Líbero - FCL. Graduação em Comunicação Social/Jornalismo pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro - ECO-UFRJ. Email: freire.giselle@gmail.com.

<sup>2</sup> Transcrição é termo cunhado por Haroldo de Campos para designar a tradução, baseado nas teorias de Jakobson e Lotman, de acordo com os quais o signo “palavra” deixa de ser apenas linguístico e a tradução passa a ter um sentido mais amplo. “Tradução como transcrição e transculturação, já que não só o texto, mas a série cultural (...) se transtextualizam no imbricar-se subitâneo de tempos e espaços literários diversos” (CAMPOS, 1976, p. 10). No exercício criativo da reportagem, o jornalista não só traduz o fato, mas transcreve de acordo com seu particular ponto de vista.

Portanto torna-se imperativo que o silêncio seja quebrado e que possamos construir lugares na mídia, e no jornalismo mais especificamente, a partir dos quais os indivíduos com deficiências possam se posicionar, falar e serem ouvidos, construindo sistemas de representação pelos quais possamos julgar “o mundo de maneira relativamente similar, [...] construir uma cultura de sentidos compartilhada e, então, criar um mundo social que habitamos juntos” (Hall, 2016, p. 36).

Crianças com deficiências no mais das vezes não são vistas, ouvidas ou lidas, pois fazem parte do outro, do diferente, do invisível. E quando as crianças aparecem nas narrativas, suas representações são frequentemente estereotipadas. Conforme Bhabha (1998, p. 193) nos indica, esses estereótipos não são uma simplificação por serem falsos. “Porém, [...] uma simplificação porque é uma forma de representação fixa e interrompida que, ao negar o jogo da diferença (que a negação através do outro permite), cria um problema para a representação do sujeito em acepções de relações psíquicas e sociais”.

Este tipo de denominação faz com que as crianças com deficiências sejam identificadas apenas por sua deficiência, reduzindo toda sua humanidade, suas habilidades, seus desejos, seus sonhos, a apenas esse traço simplificador. Os estereótipos dividem as crianças em com e sem deficiência, não dando conta de todos um espectro de características possíveis entre estes dois extremos, fixando limites e excluindo todas as crianças que não pertence ao universo dito “normal”. Este tipo de divisão é “parte da manutenção da ordem social e simbólica. Estabelece fronteira simbólica entre “o ‘pertencente’ e o que não pertence ou é o “Outro” (HALL, 2016, p. 192).

Em contrapartida, Hall (2016, p. 20) aponta que um intercâmbio de sentidos e “compartilhamento de significados” entre as pessoas, grupos ou sociedades de modo que elas “interpretem o que acontece ao seu redor e ‘deem sentido’ às coisas de forma semelhante”, pode ser construído por meio de:

[...] uma variedade de mídias; especialmente, nos dias de hoje, na moderna mídia de massa, nos sistemas de comunicação global, de tecnologia complexa, que fazemos sentidos circularem entre diferentes culturas numa velocidade e escala até então desconhecidas na história (Hall, 2016, p. 22).

Podemos dizer, portanto, que o jornalismo, enquanto narrativa midiática, pode dar suporte ao compartilhamento de ideias que nos levam à atenuação do silêncio e do preconceito.

Compartilhamos conceitos e visões de mundo por meio da nossa linguagem. Nela, significamos e produzimos sentidos, e, assim, podemos organizar a sociedade e o mundo que nos cerca.

Ora, a linguagem nada mais é do que o meio privilegiado pelo qual “damos sentido” às coisas, onde o significado é produzido e intercambiado. Significados só podem ser compartilhados pelo acesso comum à lingua-

gem. Assim, esta se torna fundamental para os sentidos e para a cultura e vem sendo invariavelmente considerada o repositório-chave de valores e significados culturais (Hall, 2016, p. 16).

As narrativas fundadas na linguagem, sejam elas textuais ou imagéticas, são a base da representação que produzimos e compartilhamos das coisas que nos cercam, nossas ideias e sentimentos: “as palavras que usamos para nos referir a elas, as histórias que narramos a seu respeito, as imagens que delas criamos, as emoções que associamos a elas, as maneiras como as classificamos e conceituamos, enfim, os valores que nelas embutimos” (Hall, 2016, p. 21). Muniz Sodré (2010, p. 28) reforça também a importância da linguagem “como mecanismo simbólico – ou seja, produção do sentido e dos sujeitos com ele articulados”.

Segundo Hall (2016, p. 32), são essas narrativas, enquanto formas discursivas, que definem o que consideramos útil, relevante e verdadeiro, assim como quais sujeitos personificam essas características. Assim, os sujeitos são valorados a partir dos sentidos que atribuímos a eles em nossas narrativas compartilhadas e “reguladas pelos diferentes discursos (legitimados, naturalizados, emergentes ou marginalizados) que circulam, colidem e articulam-se num determinado tempo e lugar” (Freire Filho, 2005, p. 21).

A representação que criamos e compartilhamos das crianças com deficiências dá vida às suas identidades, e o processo pelo qual identificamos essas crianças nasce da autoridade de um poder dominante sobre as minorias - “conceito usado, aqui, para abarcar todo grupo social cujas perspectivas e vozes são marginalizadas pelas estruturas de poder e pelos sistemas de significação dominantes numa sociedade ou cultura” (Freire Filho, 2005, p. 18).

Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade. É por isso que a representação ocupa um lugar tão central na teorização contemporânea sobre identidade e nos movimentos sociais ligados à identidade. Questionar a identidade e a diferença significa, nesse contexto, questionar os sistemas de representação que lhe dão suporte e sustentação (Silva, 2000, p. 91).

A identidade é marcada pela diferença, que é sustentada pela exclusão (Woodward, 2000). De fato, quando, do alto do poder hegemônico, dividimos o mundo entre crianças com e sem deficiência, elas passam a ser caracterizadas como o diferente. Onde existe a diferenciação estabelecida pela identidade, encontra-se presente o poder de incluir ou excluir, de determinar quem está dentro e quem está fora. É uma forma de demarcar fronteiras, de classificar e valorar o sujeito.

Nas relações sociais, essas formas de diferença – a simbólica e a social – são estabelecidas ao menos em parte, por meio de sistemas classifi-

catórios. Um sistema classificatório aplica um princípio de diferença a uma população de uma forma tal que seja capaz de dividi-la (e a todas as suas características) em ao menos dois grupos opostos – nós e eles (por exemplo, sérvios e croatas); eu/outro (Woodward, 2000, p. 40).

O contraponto que se pretende fazer é exatamente o oposto de classificações e de demarcação de fronteiras. Nós precisamos de inclusão e de comunhão. O mundo já possuiu muros demais. Precisamos de diálogo e não de erguer mais barreiras.

Woodward (2000, p. 20) afirma que as práticas de significação que envolvem relações de poder “fornecem novas formas de dar sentidos à experiência das divisões e desigualdades sociais e aos meios pelos quais alguns grupos são excluídos e estigmatizados”. Já Bhabha (1998, p. 193) dá como exemplo destas produções de conceitos e como forma de controle social de demarcação de fronteiras, os estereótipos, que são criados como um impedimento da ampliação de conceitos: “o estereótipo impede a circulação e a articulação do significante ‘raça’ como qualquer outra coisa a não ser a sua permanência em forma de racismo. Já sabemos que os negros são devassos, os asiáticos, enganosos [...]”.

Freire Filho (2005, p. 20) ajuda nessa reflexão ao suscitar outras questões como: “em que medida a estigmatização, a folclorização, a *exotização* afetam a autoestima de indivíduos e grupos estereotipados, gerando eventuais sentimentos de embaraço e ressentimento em relação à sua identidade social [...]?”. Podem, então, crianças com deficiência serem inseridas na sociedade por meio do combate a um discurso estereotipado e preconceituoso para criar suas próprias identidades, com a ajuda das narrativas jornalísticas?

Os estereótipos também funcionam como forma de controle social, “ajudam a demarcar e manter fronteiras simbólicas entre o normal e o anormal, o integrado e o desviante, o aceitável e o inaceitável, o natural e o patológico, o cidadão e o estrangeiro, os *insiders* e os *outsiders*, Nós e Eles” (Freire Filho, 2004, p. 45). Nossa sociedade está imersa em um olhar preconceituoso que cria barreiras e dificulta cada vez mais a vida das crianças com deficiência. É recorrente um olhar único que recusa e invisibiliza as identidades daqueles que não são considerados “normais”. Tal tendência contribui para o reforço de estereótipos, mas, conforme nos indica Woodward, podemos, sim, criar um novo olhar sobre os sujeitos considerados “outros”.

A diferença pode ser construída negativamente – por meio da exclusão ou da marginalização daquelas pessoas que são definidas como “outros” ou forasteiros. Por outro lado, elas podem ser celebradas como fonte de diversidade, heterogeneidade e hibridismo, sendo vista como enriquecedora [...] (Woodward, 2000, p. 50).

Sendo assim, as crianças com deficiência, precisam estar na discussão para construção de significados de suas próprias identidades. Precisam ser incluídas no diálogo para que a diferença seja marcada como um significado maior e que ela seja representativa e não termine por ser estereotipada, quebrando um conjunto de associações deslocadas e preconceituosas.



Como ratifica Woodward (2000, p. 17), os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. É deste lugar de fala que podemos produzir significados que dêem significado à existência destas crianças.

O jornalismo tem um papel fundamental na construção dessa representatividade, da inserção de crianças com deficiências neste diálogo, nesse estar junto com, já que a mídia como um todo “é nosso ponto de acesso privilegiado para o centro ou núcleo da sociedade, a teoria do que está acontecendo no mundo mais abrangente é acessível, primeiramente, por meio de uma porta com a placa mídia” (Couldry, 2010, p. 55).

Podemos, então, afirmar que “as representações midiáticas de indivíduos, grupos, instituições e acontecimentos formam como que matéria-prima a partir da qual os indivíduos pensam sobre si mesmos e o mundo” (Freire Filho; Vaz, 2006, p. 10). Sendo assim, a formação das identidades das crianças com deficiências também ocorre nas mídias. Por isso a necessidade de que as representações sejam pautadas em igualdade, respeito e dignidade humana, pois

A avaliação que os indivíduos fazem de si mesmos e de seus interesses, sob o influxo crescente dos referenciais midiáticos, interfere substancialmente, por sua vez, nas demandas políticas que expressam ou deixam de pleitear, com consequências bastante concretas no tocante a distribuição de riquezas, prestígio e oportunidades de educação, emprego, e participação na vida pública (Freire Filho; Vaz, 2006, p. 10).

Desse modo, a interpretação é fundamental para a construção de uma sociedade plural, com uma visão diversificada e promotora de justiça. E os jornalistas que se utilizam da interpretação podem ser promotores desta visão junto aos diversos atores sociais no processo da comunicação midiática já que “a distância que existe entre a realidade objetiva e a representação dessa realidade, é percorrida pelo esforço de interpretação” (Medina; Leandro, 1973, p. 13).

Portanto, um dos meios para compreendermos verdadeiramente a totalidade da experiência humana é por meio de narrativas interpretativas que o jornalismo pode promover. Por meio dessas narrativas talvez possamos lidar com a complexidade das situações sociais que vivemos, ultrapassando reducionismos e colocando em diálogo a sociedade.

### **O TERRITÓRIO DA REPORTAGEM E DA COMPREENSÃO**

Cremilda Medina e Paulo Roberto Leandro foram os pioneiros a estudar em 1973, no livro “Arte de tecer o presente”, a reportagem em profundidade classificando-a como do gênero interpretativo. Os autores alinham o seu conceito de interpretação jornalística ao conceito de interpretação encontrado em Freud e Nietzsche. Sendo assim, essa prática jornalística não se limita a “um relato mais ou menos perceptivo do que está acontecen-

do, mas busca um aprofundamento”. Baseado nestes conceitos, os autores conceituam o jornalismo interpretativo como “realmente o esforço de determinar o sentido de um fato, através da rede de forças que atuam nele” (Leandro; Medina, 1973, p. 16).

Em 2003, em “A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano”, Cremilda Medina define as quatro linhas epistemológicas da reportagem: “o aprofundamento do contexto (ou das forças que atuam sobre o factual imediato), a humanização do fato jornalístico (tratamento de perfis, histórias de vida ou protagonismo), as raízes históricas do acontecimento atual e os diagnósticos e prognósticos de fontes especializadas” (p. 126).

Podemos, então, considerar a reportagem em profundidade como uma narrativa mais complexa, ampla e detalhada. A reportagem em profundidade tem o interesse humano como objetivo e nos conduz aos desdobramentos mais importantes do fato, suas origens, efeitos e razões. Em resumo, consideramos aqui a reportagem em profundidade, na sua eterna busca por fenômenos sociais atuais, a melhor expressão do gênero interpretativo.

O jornalismo interpretativo permite, assim, mais oportunidades para que o jornalista desempenhe o seu papel de melhor informar a sociedade, ajudando o leitor a criar significados para as informações, provendo aprofundamento e contexto. Temos, então, um jornalismo que conduz o leitor na construção de sentidos em detrimento da velha dicotomia da causa e efeito e do certo e errado. A interpretação vai muito além da explicação, nos traz a compreensão dos acontecimentos de modo plural e complexo.

A reportagem em profundidade não é simplesmente informativa, mas intimamente ligada a posição do jornalista como autor-mediador social, um produtor de sentidos, que se dedica “à arte, à prática de reportar o mundo vivo” para “tecer as mediações simbólicas da realidade contemporânea” (Medina, 2006, p. 87). É solicitada do jornalista uma observação atenta e sensível dos fatos e protagonistas envolvidos, no diálogo com as fontes e na costura das opiniões, vozes e visões na redação do texto.

Diferentemente do que se vê nas notícias divulgadas superficialmente, sem aprofundamento dos fatos, e considerando o jornalista como um mediador, podemos encontrar as marcas da compreensão e da subjetividade do narrador nas reportagens em profundidade.

A humanização da informação jornalística a que Medina se refere seria ampliada pelo que ela chama de “permeabilidade ao outro”. Se estiverem abertos ao diálogo, o jornalista-mediador poderá ajudar na “desconstrução dos pré-conceitos, dos dogmas e dos paradigmas estratificados” (Medina, 2011, p. 5). Ela também nos ensina que a reportagem é um diálogo social e o jornalista deve estar atento a seu aparato sensível no contato com o outro e com o mundo, pois “na captação plena, os sentidos se mobilizam para enviar informações preciosas a linguagem dialógica” (Medina, 2011, p. 5).

Podemos, então, concluir que independente do modelo ou gênero, a visão do jornalista comprometido com seu *ethos* e com propostas dialógicas, compreensivas e solidárias é o verdadeiro mediador social.

Neste contexto, destacamos o papel do jornalista enquanto “mediador-produtor de sentidos da atualidade” (Osório Vargas, 2017, tradução nossa<sup>3</sup>). É do jornalista a responsabilidade de fazer uma leitura do mundo, de interpretar e fazer uma mediação dialógica por meio de suas narrativas.

Embasamos, então, a ideia de que o resgate da compreensão e do ser humano pode ser feito por meio da reportagem em profundidade, que aqui chamaremos mais amplamente de Jornalismo Interpretativo, pois a reportagem é “uma arte de interpretação e compreensão, já não dos textos sagrados, mas da própria vida. Para interpretar, primeiro temos que compreender e para isso precisamos nos imergir no *Humano Ser*” (Osório Vargas, 2017, p. 3, tradução nossa<sup>4</sup>).

Buscar o humano nos ajuda a compreender os fatos, nos faz predispostos a abraçar a alteridade. Segundo Lévinas (2010, p. 23) “compreender o instrumento não consiste em vê-lo, mas em saber manejá-lo; compreender nossa situação no real não é defini-la, mas encontrar-se numa disposição afetiva, compreender o ser é existir”. A disposição do jornalista é de “ir ao encontro das vivências cotidianas e colhê-las não com a metodologia explicativa, mas sim com os afetos e simpatias da compreensão” (Medina, 2004, p. 57), e isso transforma nossa visão já que o “imaginário dos afetos transcende as lógicas consistentes, enlaça os desprotegidos e dá voz aos sufocados” (Medina, 2004, p. 58).

Sendo assim, uma das funções sociais do jornalismo é nos ajudar na “difícil tarefa de se orientar em meio aos muitos fatos do presente, com seus distintos significados, ângulos possíveis de observação e entendimento, múltiplos personagens envolvidos, fontes de informação também diversas etc.” (Künsch; Victor, 2015, p. 57).

O Jornalismo Interpretativo se vale da análise do fato segundo um mapa completo de contextos relacionados, numa constante busca da forma de “narração mais elaborada que os relatos-fórmula da notícia, torna-se indispensável para estruturar uma reportagem interpretativa” (Medina; Leandro, 1973, p. 25). A criatividade e a inovação são indispensáveis para que a interpretação seja feita de maneira completa pelos leitores: “Do relato direto da notícia tradicional, numa estrutura hierárquica das informações quase sempre padrão, parte-se para técnicas narrativas mais criadoras. Foge-se aí das fórmulas para criar formas particulares, inovadoras, artística” (1973, p. 25).

Medina (1973) nos ensina, então, que é na busca do humano no fato jornalístico, das histórias de vida do momento presente onde se encontra a verdadeira dialogia capaz de descobrir e aflorar os que não têm voz, reconstruindo a esperança daqueles que se tornaram invisíveis aos olhos da mídia.

3 No original: “Mediador-productor de sentidos de actualidad”.

4 No original: “Es un arte de interpretación y la comprensión, ya no de los textos sagrados, sino de la vida misma. Para interpretar, primero tenemos que comprender y para eso necesitamos sumergirnos en el *Humano Ser*”.

O jornalismo interpretativo pode ser capaz de orientar o leitor sobre a realidade contemporânea na busca de fatos detalhados e contextualizados, trazendo à tona uma pluralidade de discursos que fortalecem o debate social. Pode-se dizer, então, que o jornalismo interpretativo possui ferramentas para pensar as crianças com deficiências de forma inclusiva e dialógica, promovendo o reconhecimento das identidades, subjetividades e experiências; valorizando o assunto deficiência de uma forma geral, e operando como agente facilitador da troca de informações, colocando em pauta questões anteriormente silenciadas por conta de nossa herança discriminatória.

### REPORTAGEM DE VALOR

A reportagem “Sobre aborto, deficiências e limites”, de Eliane Brum, foi veiculada no *Jornal El País* de 15 de fevereiro de 2016<sup>5</sup>, e foi por ser de natureza interpretativa, ordem criadora de vínculos, e por ter o objetivo de despertar a compreensão e o diálogo em nossa sociedade por meio do jornalismo. Brum constrói aqui uma reportagem dialógica, afetuosa e polissêmica, por meio de uma atitude compreensivamente acolhedora com os diversos personagens retratados.

Eliane Brum começa assim seu texto: “Uma doença nunca é só uma doença. Ela nos conta de desigualdades e falências, e também de paixões. O Zika vírus, desde que foi associado à microcefalia, tem revolvido as profundezas do pântano em que a sociedade brasileira esconde seus preconceitos” (2016, p. 1). Brum deixa claro, logo de início, que sua reportagem investirá na identificação de todas as forças que atuam no fato central. A questão *não é só uma doença*, trata-se da epidemia do vírus Zika, que já vinha provocando milhares de casos de microcefalia no Brasil e a questão da votação para que o aborto fosse descriminalizado no Brasil em caso de gestação de grávidas que contraíram o vírus. *É mais que uma doença*, e Brum nos leva além, amplia o fato central, contextualiza questões como o saneamento básico precário no Brasil que o aumento da incidência de doenças transmitidas pelo *Aedes Aegypti* e, principalmente a questão da deficiência e da inclusão de pessoas com deficiência na sociedade.

Brum está sempre *afeta às* (Medina, 2008) histórias e propícia à compreensão de uma gente comum, mas que quando realmente as vemos, ouvimos, sentimos e reconhecemos elas se transformam, a nossos olhos, em vidas extraordinárias, importantes pois poderíamos estar falando da vida de cada um de nós.

A jornalista, então, nos convida a “vestir a pele do outro” para que possamos “pensar e conversar [...] antes de sair repetindo velhos clichês usados como escudos contra mudanças” (Brum, 2016, p.1) e, principalmente, compreender todo o complexo de sentimentos que emergem quando debatemos questões como o aborto e deficiências. E mais

---

5 Disponível em <[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/02/15/opinion/1455540965\\_851244.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/02/15/opinion/1455540965_851244.html)>. Acesso em 24 out. 2017.

uma vez, mais adiante no texto, reflete e nos faz refletir, pois “é preciso interromper o texto por um parágrafo para juntos tentarmos nos colocar na pele dessa mulher” (Brum, 2016, p. 2). Em todo o texto ela nos guia por olhares e gestos profundamente humanizados, importante conceito quando falamos de jornalismo interpretativo. A jornalista busca não explicar o outro, mas entende que cada história pode ser mais do que um objeto de sua narrativa, pode ser sujeito com voz e dores como todo *Humano Ser*.

Para entrar na questão da ação em curso junto ao Supremo Tribunal Federal (STF)<sup>6</sup> da expansão da lei do aborto<sup>7</sup> com a permissão para, além de casos de estupro, risco de morte da mãe e anencefalia do feto, também ser uma possibilidade em gestações de crianças com microcefalia, Brum contextualiza todas as questões que envolvem a aprovação ou não desta ação. Ela não se detém no maniqueísmo do “a favor” ou “contra”, do “sim” ou “não”, mas nos leva a ponderar considerando múltiplas causalidades. Suscitando as interpretações possíveis de toda a complexidade de um fato como este, a jornalista nos mostra o caminho da compreensão que não pretende explicar, mas identificar toda a intersubjetividade para que possamos ponderar levando em conta todos os elos sociais expostos.

Primeiro, Brum narra com propriedade o abismo social (e também racial) e o grave problema de saúde pública que faz com que mulheres das altas classes possam pagar por abortos clandestinos caros, mas seguros, em contraste com a realidade de mulheres pobres e desesperadas que se arriscam ser presas e até morrem na tentativa de fazer um aborto, também clandestino, mas enfrentando condições precárias e profissionais despreparados. Para estas mulheres, abortar significa se arriscar e enfrentar a quinta maior causa de morte entre gestantes. Aqui Brum quer quebrar a linearidade dualista do mocinho e bandido. Mostra que não adianta julgarmos essas gestantes, mas sim compreendermos seus motivos íntimos para um ato que elas mesmas temem tão profundamente, e nos incita a escutá-las para que possamos debater, pois até agora a sociedade brasileira vem fechando os olhos para o que milhares de mulheres fragilizadas social e pessoalmente vêm sofrendo.

Logo em seguida, Brum nos expõe mais uma das tantas intercausalidades expostas no texto sobre o aborto: sua relação com a deficiência, no caso a microcefalia. Falamos

6 O Supremo Tribunal Federal é o órgão de cúpula do Poder Judiciário, e a ele compete, precipuamente, a guarda da Constituição, conforme definido no art. 102 da Constituição da República. É composto por onze Ministros, todos brasileiros natos (art. 12, § 3º, inc. IV, da CF/1988), escolhidos dentre cidadãos com mais de 35 e menos de 65 anos de idade, de notável saber jurídico e reputação ilibada (art. 101 da CF/1988), e nomeados pelo Presidente da República, após aprovação da escolha pela maioria absoluta do Senado Federal (art. 101, parágrafo único, da CF/1988). Entre suas principais atribuições está a de julgar a ação direta de inconstitucionalidade de lei ou ato normativo federal ou estadual, a ação declaratória de constitucionalidade de lei ou ato normativo federal, a arguição de descumprimento de preceito fundamental decorrente da própria Constituição e a extradição solicitada por Estado estrangeiro. Fonte: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verTexto.asp?servico=sobreStfConhecaStfInstitucional>>. Acesso em 16 dez. 18.

7 Conhecida como ADPF 54 - Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental nº. 54 Disponível em: <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=3707334>> . Acesso em 12 dez. 2018.

de crianças com deficiências, sim, mas também de uma vida que merece ser vivida. “E, sim, essas pessoas têm vida. O fato de terem dificuldades de ordem física ou mental não torna essa vida mais ou menos significativa. É aí que a sociedade brasileira falha miseravelmente (Brum, 2016, p. 4).

Emerge novamente no texto o olhar humanizado, a mediação autoral da jornalista que faz sua leitura sensível do mundo e da alteridade, e por meio de vários sentidos traz para o primeiro plano discussões como inclusão, diversidade e direitos humanos fundamentais:

De todos os discriminados deste mundo tantas vezes sórdido que vivemos, as pessoas com deficiências estão entre as mais violadas. O que pode ser pior do que ser decodificado como “uma vida indesejada”? O que pode ser mais esmagador do que ser aquele que “deu errado” ou ser aquele que porta “uma falha”? O que pode ser mais opressor do que “alguém que não deveria existir”? (Brum, 2016, p. 3).

Quando Brum narra sobre as pessoas com deficiência, está representando a identidade de pessoas tão diferentes dela, mas ao mesmo tempo tão próximas, devido ao seu olhar compreensivo e dialógico. É aqui que o jornalismo se apresenta para nos ajudar a repartir com a sociedade uma nova interpretação da realidade de crianças com deficiências.

Brum nega com veemência em seus textos a possibilidade de se deixar levar por obstáculos e atrofias. “Bastava o reconhecimento do outro, vindo de um lugar legitimado como uma página de jornal de sábado, para que músculos oculares atrofiados pela falta de uso voltassem a se exercitar para enxergar a própria vida de outros ângulos possíveis” (Brum, 2006, p. 188). É nesta página de jornal que as crianças com deficiência podem ser representadas de modo que o silêncio e a invisibilidade que lhes foram imputados possam ser eliminados e que elas possam construir lugares de fala para efetivamente serem ouvidas, e a partir dos quais possam se posicionar. É neste compartilhamento de significados das narrativas jornalísticas que segundo Hall (2016) podemos encontrar a base da representação para construir sentidos para as coisas de forma semelhante, ou seja, termos todos nós, enquanto sociedade, uma visão não preconceituosa e não estigmatizada das crianças com deficiências.

É da importância deste jornalismo que amplia as narrativas humanas que falamos quando buscamos a compreensão entre sujeitos de classes sociais, culturas, costumes e corpos diferentes. Um jornalismo definido pelo diálogo que une e não fragmenta, pela mediação que ajuda na compreensão e por polissemias que suscitam as multicausalidades de um fato.

Enquanto a jornalista segue argumentando sobre a questão da deficiência, ela utiliza um importante conceito, o tema do encontro do corpo com o ambiente em que se vive. *A perspectiva social da deficiência*, aquela que responsabiliza todos nós, enquanto so-

cidade, a dar condições para que pessoas com deficiência sejam incluídas, eficientes e produtivas como cidadãos e cidadãs, eliminando barreiras físicas e psicológicas que há muito tempo já não deveriam existir.

A jornalista evoca a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiências<sup>8</sup> e sublinha a importante questão do encontro do corpo com a cultura que faz com que a deficiência se torne um obstáculo na vida de uma pessoa. Põe à prova uma sociedade, que mesmo sem perceber (ou, às vezes percebendo) ergue barreiras cada vez mais intransponíveis para quem vive com uma deficiência.

Vale a pena conferir o que diz a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência: “Pessoas com deficiência são aquelas que têm impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interações com as diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas”. A vida de alguém, portanto, não é determinada pela deficiência. Mas sim pelo encontro desse corpo com a cultura. A única deformação intransponível é a de uma sociedade que, em vez de derrubar barreiras, as ergue (Brum, 2016, p. 5)

Brum articula a questão da deficiência mostrando mais uma característica do Jornalismo Interpretativo, descrita por Medina e Leandro (1973), quando o fato noticioso principal é ampliado por outros fatos complementares que trazem um histórico completo e/ou uma pesquisa que ajudam a aprofundar o tema, “se valer de entrevistas e enquetes com fontes especializadas para captar opiniões mais aprofundadas sobre o fato” (Medina; Leandro, 1973, p. 46). Aqui ela mostra a história de uma mãe de uma criança sem deficiências que vai a escola agradecer por terem colocado na sala dele um menino com deficiência. Um tipo de delicadeza e sensibilidade de uma pessoa comum, mas extraordinariamente cheia de apreço pela alteridade.

Ela disse: “Meu filho melhorou tanto ao conviver com esse garoto, que eu vim aqui para agradecer. Sou eu, como mãe, que tenho de agradecer à mãe desse menino, por tudo o que ela deu à nossa família ao matricular seu filho nessa escola. Meu filho ganhou muito mais do que o filho dela, tenho certeza”. É a inversão, a inversão que coloca as coisas no lugar. A inversão que mostra que invertido estava antes (Brum, 2016, p. 3).

---

8 Em 13 de dezembro de 2006, a Assembleia Geral da ONU adotou resolução que estabeleceu a Convenção dos Direitos das Pessoas com Deficiência, com o objetivo de “proteger e garantir o total e igual acesso a todos os direitos humanos e liberdades fundamentais por todas as pessoas com deficiência, e promover o respeito à sua dignidade”. Disponível em: <<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/convencao-pessoas-com-deficiencia.pdf>>. Acesso em 12 ago. 2018.

Com essa discussão em torno da microcefalia e de crianças com deficiências, Brum mais uma vez amplia o contexto da reportagem, com sua percepção sutil da realidade e esforço de compreensão por meio da interpretação, sem preconceitos e estereótipos, para falar sobre inclusão nas escolas, expressando sua opinião sobre o assunto.

A realidade de mães, pais e crianças com deficiência, quando falamos de inclusão nas escolas é assustadora. Inúmeros depoimentos e casos de discriminação, histórias invariavelmente com a mesma narrativa: *tinham vaga até dizer que meu filho tinha uma deficiência*. Mesmo com a obrigatoriedade de aceitar crianças com deficiências, as escolas particulares sempre dão um jeito de negar a matrícula de crianças com deficiências. É inimaginável o que aconteceria se a Lei Brasileira de Inclusão<sup>9</sup> e a obrigatoriedade fossem revistas.

Uma das barreiras mais abomináveis é justamente a da escola, aquela que deveria alargar os horizontes das crianças pelo processo emancipatório da educação. Agora mesmo tramita no Supremo Tribunal Federal uma ação movida pela Confederação Nacional dos Estabelecimentos de Ensino (Confenem) para sustar alguns dos efeitos da Lei Brasileira de Inclusão (LBI). As escolas particulares querem se livrar da obrigatoriedade de assegurar educação aos estudantes com deficiências (Brum, 2016, p. 5).

Brum quer compreender e nos chama para conversar: “Quem se importa, debate os fatos. E escuta a posição do outro, mesmo que seja muito diferente da sua” (2016, p. 3). Ela compartilha dados, fundamenta sua interpretação através de leis e de depoimentos, traz histórias de pessoas reais e revela fontes. E essas fontes, não as institucionais apenas, são fontes retratadas por meio de seus sentimentos e sua condição de existência no mundo e tem amplo lugar de fala e são ouvidas. Aqui, um ativista da causa das deficiências, fala sobre a obrigatoriedade da matrícula de crianças com deficiências nas escolas particulares, a partir de suas experiências, sua vivência. A jornalista traz o ponto de vista do ativista como o principal enfoque da narrativa, tendo na polifonia o cerne de sua reportagem.

Como escreveu Lucio Carvalho, ativista e um dos editores do site Inclusive, é um NÃO em caixa alta: “O que muitas pessoas sentem, percebem, interpretam ou identificam em uma ação assim, com objetivos tão claros e explícitos, é um rotundo NÃO social. Um enorme NÃO. Um NÃO sem metáforas. Um NÃO é aqui o seu lugar. Um NÃO pense que o seu filho ou filha está apto a pertencer a este mundo. Um NÃO sonoro que pode ramificar-se em: NÃO temos vagas, NÃO temos preparo, NÃO temos recursos, NÃO temos acessibilidade, NÃO queremos saber disso aqui, NÃO temos o menor interesse em sair dessa posição, NÃO

---

<sup>9</sup> Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm)> . Acesso em 16 dez. 2018.



isso, NÃO aquilo. E mais uma série de NÃOS que repercutem na individualidade, ainda que de muitas formas” (Brum, 2016, p. 3).

É possível assim, inúmeras abordagens em suas reportagens, pois Eliane Brum vai em busca de vozes distintas para mergulhar na compreensão dos vários acontecimentos entrelaçados, mas que a princípio poderiam ser considerados distantes: microcefalia, aborto, deficiências, saneamento básico e escolas inclusivas.

Surge na reportagem também mais uma característica do Jornalismo Interpretativo, cuja análise de seu conteúdo conta com informações que reconstituem o toda a história partindo do passado e raízes de um acontecimento, trazendo uma perspectiva ampla do fato. Uma análise profunda com vários contextos e multicausalidades expostas.

Assim, as crianças que nascerem com microcefalia por conta do Zika, uma ligação que ainda não está totalmente esclarecida, não estão condenadas a uma vida sem vida. Mas podem estar condenadas a uma vida muito menos autônoma, muito menos cidadã, muito mais restritiva por conta das barreiras sociais que já deveriam ter sido derrubadas e não foram. São vítimas, neste caso, de duas falências: a das políticas sanitárias, que permitiram a proliferação do mosquito, e a das políticas de inclusão. Neste caso, assim como acontece com o aborto, também são os mais pobres os que mais sofrem as consequências da precariedade das políticas públicas, assim como os efeitos da discriminação que permite a desigualdade de direitos. E os mais pobres no Brasil, como se sabe, são em sua maioria negros. A maior parte dos casos de microcefalia estão entre mulheres pobres do Nordeste, e são elas as que mais sofrerão com a epopeia que será incluir uma criança com deficiências num sistema de saúde pública precário e numa sociedade que discriminará seus filhos em todos os espaços e oportunidades (Brum, 2016, p. 7).

E por fim, ela se questiona se é possível juntar aborto e deficiência, e pondera que seu olhar vai além das deficiências e mais uma vez deixa clara sua visão com um texto em primeira pessoa. Texto que se mostra preocupado com os vários lados que uma decisão da justiça possa infringir no pensar de toda a sociedade, e com a possibilidade de reforçar estereótipos que as pessoas com deficiências estão, desde sempre, tentando vencer.

Temo que a ideia de que o aborto deve ser autorizado porque o feto apresenta microcefalia possa ter consequências perigosas. Porque, ainda que seja em nome de uma causa justa, proteger a escolha das mulheres mais pobres, inevitavelmente reforça a crença de que uma vida com deficiências é uma vida indesejada – ou condenada ao fracasso. E qualquer possibilidade de reforçar esse preconceito tão arraigado, com consequências tão terríveis na vida de milhões de pessoas, é um risco grande

demais. E um risco com repercussões cujas dimensões não podemos prever. Há um efeito desse discurso sobre quem nasceu com deficiências e vive neste mundo (Brum, 2016, p. 9).

O texto em terceira pessoa do jornalismo tradicional, e sua ilusão de ser um relato imparcial e objetivo, definitivamente não é o único discurso possível numa narrativa jornalística. O narrador que assume várias pessoas verbais, múltiplas vozes, inclusive a primeira pessoa, dá à reportagem interpretativa a visão e o retrato de mundo onde pessoas verdadeiras habitam.

Meu incômodo com a proposta de permitir que mulheres com gestações de fetos com microcefalia façam aborto é a relação estabelecida com a deficiência. Penso que mulheres grávidas de fetos com microcefalia devem poder abortar, se assim o quiserem, porque têm o direito de decidir sobre o seu corpo – e não porque o direito ao aborto é justificado pelo nascimento de uma criança com deficiências, ainda que essa situação tenha sido causada por negligência do Estado. Ter ou não um filho é uma decisão individual, íntima, de cada mulher. Ao Estado cabe garantir que sua escolha seja protegida, em qualquer um dos casos (Brum, 2016, p. 4).

E por fim, Brum nos ajuda a entrar definitivamente no Signo da Compreensão em contrapartida ao Signo da Explicação. A explicação é fundada nas ideias cartesianas de verdade e certeza, já o Signo da Compreensão está aberto a “mais interrogações e vírgulas, menos pontos finais” (Künsch, 2009). A compreensão nos deixa abertos a incertezas, à complexidade e às intercausalidades. E é o que faz Eliane Brum: “Não acho que este seja um debate com respostas fáceis. É preciso enfrentar a complexidade. E só consigo enfrentá-la com dúvidas” (Brum, 2016, p. 10).

### **CAMINHOS A SEREM PERCORRIDOS**

Estamos enfrentando, em sociedade, o desafio da valorização das diversidades e da igualdade, resultado das demandas de um mundo globalizado e intercultural, onde os meios de comunicação têm um lugar de destaque nos grandes eixos decisórios ao longo da história. Nesta sociedade globalizada, participamos da vida social de acordo com o volume e com a qualidade das informações que possuímos, e principalmente pela possibilidade de intervir como produtores de conhecimento. A ideia que permeia este artigo é a de que a reportagem jornalística mais do que informa, cria percepções e nos leva a formar crenças e atitudes.

A deficiência ainda se encontra conectada por critérios de normalização, que estereotipam comportamentos e pessoas, o que se comprova por nossa pouca tolerância às

diferenças. Para repensarmos o tema precisamos de um exercício constante e paciente de enxergar o Outro e uma valorização profunda dos diálogos para que seja possível abandonar o preconceito pelas diferenças em nossa sociedade, onde vivemos uma falsa atitude de respeito às diferenças individuais baseada em nosso comportamento paternalista.

Buscamos no jornalismo o mesmo que Fernando Pessoa criou para compartilhar seus heterônimos, o verbo “outrar-se” (Pessoa, 2006, p. 86) e seu substantivo “outragem”. O Eu de Fernando Pessoa fala sempre de um Ele, fala da perspectiva da alteridade, fala como o Outro, a partir de um espelho de significados. O outrar-se é uma dinâmica dialógica, uma ligação entre o abismo que vai do Eu ao Outro, um lugar de convergência subjetiva, buscando o respeito ao ser humano.

Acreditamos em um jornalismo que compreenda o Outro por meio da escuta de vozes plurais, de um encontro com a experiência da alteridade. Um jornalismo que busca novos enquadramentos, aberto a mais olhares e visões de mundo. Um jornalismo que compreenda e interprete o Outro, crianças com deficiência, com afeto, empatia e solidariedade e que, por consequência, seja agregador de laços sociais, dando visibilidade e unindo a sociedade. Para que todos possamos entender que a deficiência não é apenas uma questão médica, como foi levantado no primeiro capítulo, mas uma questão da sociedade como um todo, que precisa quebrar as barreiras físicas e sociais para integrar as pessoas com deficiência por meio da participação e da igualdade; e que possamos mudar a realidade dessas crianças para que não sejam mais vistas como deficientes, e sim como crianças. Não podemos mais deixar que deficiência seja sinônimo de impedimento.

A alteridade e nossa capacidade de invocar e construir a relação com o Outro é fundamental no jornalismo, e ele não pode se furtar a isso. É imperativo que possamos, por meio do jornalismo, compreender a perspectiva do Outro, construindo uma relação com respeito e solidariedade. A partir dessa relação, poderemos identificar sujeitos de direito para longe das diferenças e das desigualdades.

Sigamos, assim, no caminho inclusivo. Sigamos no caminho do Outrar-se.

## REFERÊNCIAS

BHABHA, H. K. A outra questão: o estereótipo, a discriminação e o discurso do colonialismo. In: \_\_\_\_\_. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

COULDRY, N. A Mídia tem futuro? **Matrizes**. Ano 4, N° 1 jul./dez. 2010. São Paulo – Brasil. p. 51-64.

FREIRE FILHO, J. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 28, dezembro 2005. p. 18-29. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3333> Acesso em 16 jun.2017.

FREIRE FILHO, J. Mídia, Estereótipo e Representação das Minorias. **Revista ECO-PÓS**. Rio de Janeiro, v.07, nº 2, agosto-dezembro 2004. p. 45-71. Disponível em: <[https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/1120](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1120)> Acesso em 07 out. 2018.

FREIRE FILHO, J; VAZ, P. Construções do tempo e do outro. Representação e discursos midiáticos sobre a alteridade. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003 [1996].

\_\_\_\_\_. O papel da representação. In: \_\_\_\_\_. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: EdPUC-Rio/Apicuri, 2016.

KÜNSCH, D. A. Mais interrogações e vírgulas, menos pontos finais: pensamento compreensivo e comunicação. **Líbero**, São Paulo, vol. 12, nº 24, p. 41-50, dez. 2009. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Mais-interroga%C3%A7%C3%B5es-e-v%C3%ADrgulas.pdf>>. Acesso em: 6 set. 2017.

KÜNSCH, D. A.; VICTOR, C. A palavra que cura, a narrativa e o jornalismo interpretativo. **Líbero**, São Paulo, vol. 18, nº 36, p. 15-25, jul./dez. de 2015.

MEDINA, C. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. São Paulo: Summus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2004. 4o edição.

\_\_\_\_\_. **O signo da relação: comunicação e pedagogia dos afetos**. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. **Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo: Summus, 2008.

\_\_\_\_\_. Criador da assinatura coletiva ou artífice do diálogo social. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville - SC, 2011.

MEDINA, C.; LEANDRO, P. R. **A arte de tecer o presente (Jornalismo Interpretativo)**. São Paulo: Média, 1973.

OSORIO VARGAS, R. H. **El reportaje como metodología del periodismo**. Uma polifonia de saberes. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, 2017.

PESSOA, F. (Org. Richard Zenith) **Livro do Desassossego: composto por Bernardo Soares, ajudante de guarda-livros na cidade de Lisboa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

## **SOBRE ABORTO, DEFICIÊNCIAS E LIMITES**

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: SILVA, G; SILVA, M.P; FERNANDES, M. L. **Crériterios de noticiabilidade** - problemas conceituais e aplicaçées. Florianópolis: Insular, 2014.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (Org.) **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

# A REPRESENTAÇÃO DAS LENDAS ARTURIANAS: UMA ANÁLISE CULTURAL

Camila Campache Motta<sup>1</sup> e Marta Cristina Buschinelli Pongidor<sup>2</sup>

*"[...] a fantasia força o leitor a se confrontar com seus arquétipos, com as imagens que se movimentam no subconsciente, mesmo sem o "futuro imaginado" ligando-nos ao nosso próprio mundo. Aqui nos movimentamos entre nossos arquétipos, as necessidades interiores de nossa mente e espírito"*

**Marion Zimmer Bradley (1987, p.176)**

## INTRODUÇÃO

Este artigo visa estudar de que maneira as lendas arturianas são representadas nos artefatos culturais. Ou seja, busca identificar de que forma as representações de tais histórias atuam no imaginário das pessoas na atualidade e como, a partir dos diferentes sistemas de representação, a identidade dessas lendas estão relacionadas. Esta pesquisa é fruto dos estudos realizados no programa do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) da Faculdade Cásper Líbero, fazendo parte da linha de pesquisa Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea (ECCC).

O nosso interesse pelo mundo da tábua redonda não é recente. Observamos ao longo das várias leituras realizadas, que as histórias do Rei Arthur são abordadas das mais diferentes maneiras, sendo tratadas por diferentes perspectivas, ora colocando Arthur como foco da narrativa, ora sendo Excalibur a essência da história, ou ainda acompanhando o nascimento da glória de Camelot. Desta forma, consideramos pertinente destacar que entendemos a existência das versões da lenda, porém, neste artigo, nosso objeto de estudo é a coletânea de livros intitulada *As brumas de Avalon* (Marion Zimmer Bradley; 2008) e a quinta temporada da série de TV *Once Upon a Time*.

A partir da constatação da existência das diversas versões da lenda, iniciamos nosso questionamento. Como e por que essas lendas se mantêm vivas no imaginário das pessoas desde a época medieval? Qual a necessidade de seguir contando essas histórias? Qual o impacto dos avanços comunicacionais no enredo dessas lendas?

---

1 Estudante de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero. Iniciação Científica no grupo de pesquisa de Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea. E-mail: campache6@gmail.com

2 Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (FCL). Especialista em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Publicitária pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP). Jornalista pela Faculdade Cásper Líbero (FCL). Docente e profissional liberal da área de marketing. Email: marpon13@hotmail.com

## A TEORIA DOS ESTUDOS CULTURAIS

Inglaterra, final dos anos 50, berço dos estudos culturais. Com a fundação do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) junto à Universidade de Birmingham, em 1964, ocorreu uma consolidação das pesquisas culturais. São três as obras que delimitam seu início: “The uses of literacy” (1957), de Richard Hoggart; “Culture and Society” (1958), de Raymond Williams e “The making of the working-class” (1963), de Edward P. Thompson.

Segundo Ana Carolina Escosteguy (2009), os Estudos Culturais, apesar de surgirem na Inglaterra, podem ser considerados, na contemporaneidade, um fenômeno internacional.

Os estudos culturais não configuram uma ‘disciplina’, mas uma área onde diferentes disciplinas interatuam, visando o estudo de aspectos culturais da sociedade.” Ou seja, os Estudos Culturais propõem uma interdisciplinaridade para estudar a cultura. Tal área, segundo um coletivo de pesquisadores do Centro de Birmingham que atuou, principalmente, nos anos 70, não se constitui numa nova disciplina, mas resulta da insatisfação com algumas disciplinas e seus próprios limites. É um campo de estudos em que diversas disciplinas se interseccionam no estudo de aspectos culturais da sociedade (Escosteguy, 2001, p.26).

Hoggart, em sua obra, apresenta como referência o debate cultural com foco nas sociedades de massa, da cultura da classe trabalhadora na procura por significados e valores incorporados em suas estruturas e padrões, como se fossem certos tipos de textos (Hall, 2007). Seu trabalho defende que na esfera popular não há apenas submissão, mas também, resistência, o que, mais tarde, será renovado pelos estudos de audiência dos meios massivos. O autor destacou materiais culturais menosprezados pela cultura popular e pela cultura de massa.

As obras citadas consideram a cultura de forma a levar seus leitores à conclusão de que, “concentradas na palavra ‘cultura’, existem questões diretamente propostas pelas grandes mudanças históricas que as modificações na indústria, na democracia e nas classes sociais representam de maneira própria e às quais a arte responde também de forma semelhante” (Williams, 1961, *apud* Hall, 2003, p. 133).

Para além dos autores abordados, Stuart Hall (2007) é de grande relevância para os Estudos Culturais, a partir do uso dos estudos etnográficos, da investigação das práticas culturais na área das chamadas “subculturas” e das análises dos meios massivos.

## A RELEVÂNCIA DOS ESTUDOS CULTURAIS NA ANÁLISE DAS LENDAS ARTURIANAS

Utilizamos os conceitos dos “estudos viajantes”, que é a maneira como os Estudos Culturais são chamados devido a sua capacidade de transitar pelos mais diversos universos, teorias e campos temáticos (Costa, 2000).

No caso dos Estudos Culturais, trata-se de “viagens” de estudos, que, ao mesmo tempo em que abordam questões do âmbito da cultura global, adquirem os contornos e as matizes das configurações locais, reinventando-se constantemente nos seus questionamentos e perspectivas de análise (Costa, 2000, p. 26).

Porém, essas viagens e suas perspectivas analíticas se baseiam na forma em que os teóricos dos estudos culturais desenvolveram o conceito de cultura. Substanciando o conceito, Raymond Williams apresenta a cultura como:

[...] um sistema de significações mediante o qual necessariamente (se bem que entre outros meios) uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada [...] mas também todas as “práticas significativas” – desde a linguagem, passando pelas artes e filosofia, até o jornalismo, moda e publicidade – que agora constituem esse campo complexo e necessariamente extenso (Williams, 1992, p. 13).

Os Estudos Culturais entendem “todas as formas de cultura e comunicação como dignas de exame e crítica” (Kellner, 2001, p.53). O autor justifica, afirmando que os Estudos Culturais “subvertem a distinção entre a cultura superior e inferior [...] e, assim, valorizam formas culturais como cinema, televisão e música popular, deixados de lado pelas abordagens anteriores” (Kellner, 2001, p.49).

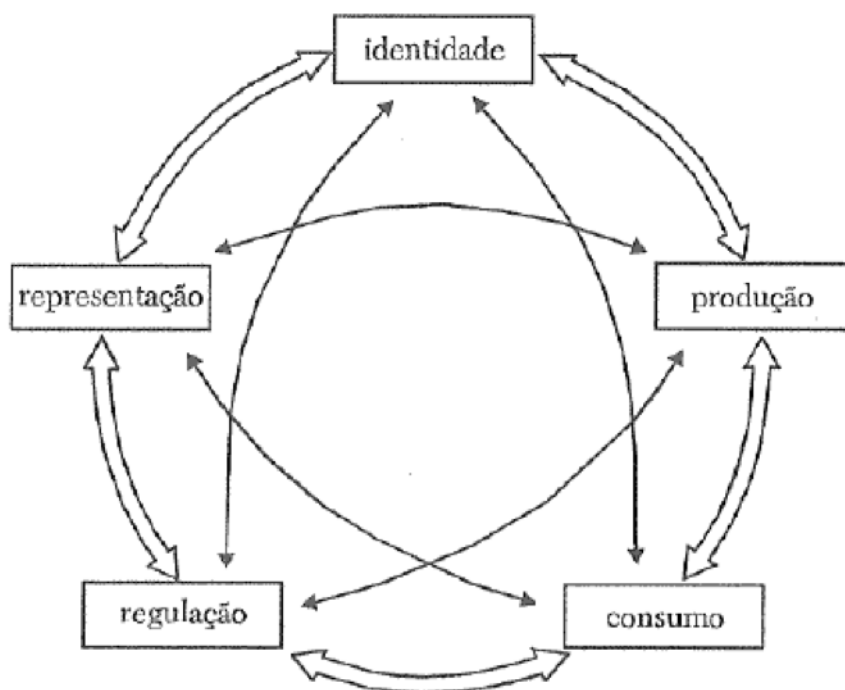
Por meio dos Estudos Culturais, estudamos as lendas arturianas a partir do vínculo da cultura e da comunicação, de modo a entender a maneira como a identidade e a representação dessas obras percorrem séculos e culturas, moldando-se ao imaginário de cada período. Assim, metodologicamente situadas a partir dos conceitos do Circuito da Cultura e em sua relação com a análise cultural da publicidade, buscamos identificar cada um dos eixos que o compõem.

Sob o aporte metodológico dos estudos culturais e da análise cultural, adotamos o Circuito da Cultura de Paul du Gay et al. (1997) e sua proposta de reflexão sobre os cinco eixos que fazem parte deste circuito; representação, identidade, consumo, produção e regulação – como perspectiva analítica de nosso trabalho (Figura 1).

Para as pesquisas em comunicação, a articulação comum aos circuitos da cultura é, sobretudo, uma forma de apresentar as relações entre a esfera produtiva e suas representações midiáticas e as maneiras pelas quais os sujeitos se apropriam das mensagens, como as decodificam e delas fazem uso em suas vidas privadas. Trata-se de protocolos analíticos que integram a esfera da produção e a instância da recepção, considerando as mediações tecnológicas (Coiro-Moraes, 2016, p. 34).



Figura 1: Circuito da cultura



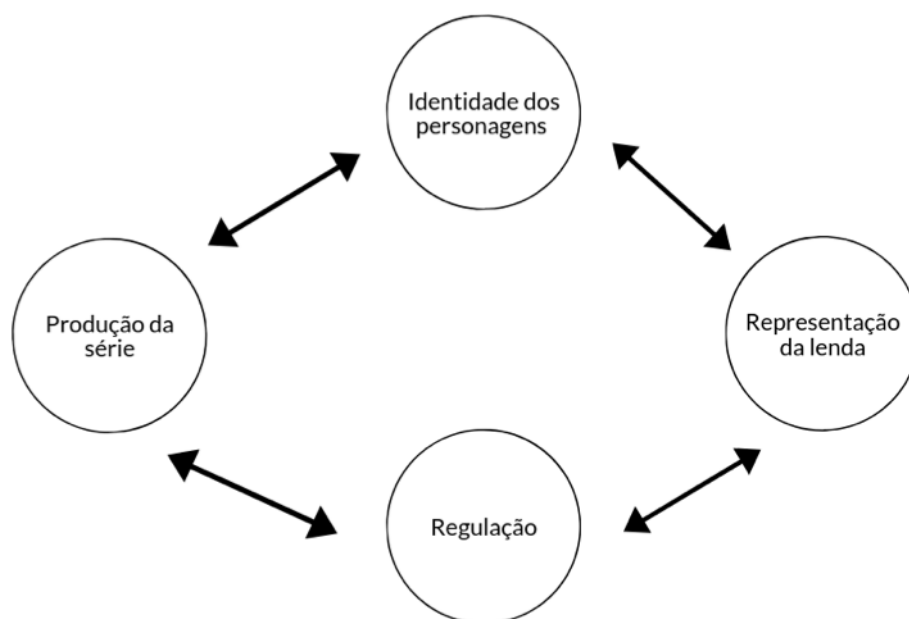
Fonte: DuGay et. al. (1997)

Conforme Escosteguy (2009), o circuito da cultura permite analisar o processo de constituição de identidades culturais, de forma que se contemple a dimensão reguladora da cultura, a produção e a recepção sejam vistas de forma integrada, enfraquecendo a concepção de autonomia entre cada um dos espaços. As instâncias do circuito interagem entre si sem necessariamente seguirem uma sequência, não tendo nem início e nem fim, considerando os elementos tanto individualmente como no todo.

A proposta do circuito da cultura desenvolveu-se a partir do estudo do Walkman da Sony, considerado como um artefato cultural. O circuito inicialmente foi proposto na obra *Doing cultural studies: the story of Sony Walkman*, onde são relatados os elementos relacionados a um produto cultural, nesse caso específico, o *Walkman*, mas, que pode ser estendido a qualquer produto cultural que se vá analisar, inclusive o objeto de nosso estudo. Cada eixo do circuito – produção, consumo, identidade, representação e regulação – possui uma relação entre si, e eles influenciam-se mutuamente para que o todo seja entendido. Não importa muito onde o circuito se inicia, mas para que o estudo esteja completo, a sugestão dos autores é que sejam percorridos todos os eixos (Du Gay et al., 1997).

Inspirados nesta teoria, adaptamos esse circuito ao nosso objeto de estudo, privilegiando os eixos de identidade, representação, produção e legislação.

Figura 1: Circuito da cultura



Fonte: Adaptado pelas autoras a partir do Circuito da Cultura de Du Gay et. al. (1997)

No eixo *Identidade*, nosso diagrama foca a identidade dos personagens das duas obras baseadas na lenda do Rei Arthur: o livro *As brumas de Avalon* e a quinta temporada da série americana *Once Upon a Time*.

Com relação ao eixo *Representação*, ajustamos o circuito da cultura a nosso estudo, focando como a lenda representa os personagens e como os mesmos são representados nas duas obras, entendendo que, conforme Hall (1997) e Du Gay et al. (1997), é pela cultura que as coisas “fazem sentido”, que o “trabalho de construção de significados” se dá pela forma como as representamos. E para analisá-la como tal, Du Gay et al. (1997) ressaltam que os significados não surgem dos produtos culturais em si; eles aparecem pela linguagem, e “por linguagem não se entenda apenas as palavras escritas ou faladas. Queremos dizer qualquer sistema de representação — fotografia, pintura, fala, escrita, imagens feitas através da tecnologia, desenho [...]” (Du Gay et al., 1997, p. 13 - tradução livre).

No eixo *Regulação*, observamos através de nosso diagrama, que as representações das lendas arturianas são reguladas de acordo com a cultura da época e com os valores morais vigentes, onde a regulação é cultural. O que regula estas representações, além do fator cultural, é a identidade das lendas arturianas que busca ser sempre mantida.

No contexto da *Produção*, observamos como nosso objeto de estudo, no caso a quinta temporada da série e a coletânea de livros foram produzidos, de modo a trazer com fidelidade a principais características da lenda do rei Arthur, adaptando-as aos seus objetivos, quer seja, a transposição para a atualidade no primeiro e o destaque do feminino na segunda.

## IDENTIDADE

Ao discutir sobre o ajustamento da diversidade de identidades, o teórico cultural Stuart Hall (2005) aborda três concepções. A primeira delas se refere à identidade do sujeito do Iluminismo, quando "o centro social do eu era a identidade de uma pessoa" (Hall, 2005, p.10). Na segunda, definida como sociológica, a identidade não estava mais centrada no núcleo interior do ser e não era autônoma e autossuficiente, "era formada na relação com outras pessoas importantes para ele, que lhe mediavam os valores, sentidos e símbolos, a cultura dos mundos que ele ou ela habitava" (Hall, 2006, p.10). A terceira faz referência ao sujeito da pós-modernidade, quando "a identidade torna-se uma celebração móvel, formada e transformada continuamente". (Hall, 2006, p. 10), ou seja, à medida que os sistemas de significação se multiplicam, confrontamo-nos com uma multiplicidade de identidades possíveis, o que faz com que as antigas identidades entrem em declínio.

A literatura utiliza de personagens e eventos históricos, sobre os quais a imaginação popular é formada, para dessa forma traçar um perfil das lendas arturianas, como meio de concretizar uma utopia, mantendo vivos os ideais e esperanças de uma geração. Porém, as lendas são constantemente resgatadas para serem reinterpretadas e reexaminadas, de modo a se moldarem de acordo com a audiência contemporânea.

Partir do pressuposto de que a figura mítica do Rei Arthur, esteja interligada entre o fictício e a realidade, entre o real e o imaginário, este, por sua vez, desdobra-se em dois eixos imagéticos: no eixo horizontal temos a lenda, pois, após analisarmos romances que retratam a história de Arthur, os relacionamos com a própria narrativa, em um efeito sincrônico. Já no eixo vertical, apresenta-se o mito, relacionado a uma abordagem antropológica, pertencendo a um efeito diacrônico. Dessa forma, a figura de Arthur é alicerçada a partir desta tendência mítica, na qual os autores vincularam-no com a sua trajetória, moldando um personagem, que ao mesmo tempo é real, porém fruto de uma imaginação coletiva, circundado de um universo fantástico e envolvente. (Brito, 2012, p.5)

A identidade das lendas arturianas tornou-se atemporal, de modo a transcender a própria história. As representações do Rei Arthur fazem com que ele não seja apenas um legado do passado, mas sim do presente, de forma que ressuscitamos a identidade da obra a cada nova representação que ela possui. De acordo com Archibald e Putter (2009, p. 2), as lendas arturianas possuem seu reconhecimento e sucesso devido ao fato de que as histórias não se restringem a um único contexto, local ou herói. A identidade da lenda está relacionada ao que o imaginário de cada um diz a respeito da identidade do Rei Arthur, sendo que "seja lá qual for, a sua identidade, não se pretende traçar alguma nacionalidade, pois se trata da herança de um povo, de uma tradição, na qual a imagem mítica do Rei Arthur é a fiel identidade do povo bretão" (Brito, 2011, p.6)

## REPRESENTAÇÃO

É através de Stuart Hall (1997) que abordamos os conceitos de representação dentro dos Estudos Culturais. Conforme o autor “representação significa utilizar a linguagem para, inteligivelmente, expressar algo sobre o mundo ou representá-lo a outras pessoas”. (Hall 1977, p. 32). E ainda, “representação é uma parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre os membros de uma cultura. Envolve o uso da linguagem, de signos, de imagens que significam ou representam objetos.” (Hall, 1997, p.32).

Para Hall (1997), são dois os sistemas de representação. O primeiro deles corresponde ao “sistema pelo qual toda ordem de objetos, sujeitos e acontecimentos é correlacionada a um conjunto de conceitos ou representações mentais que nós carregamos” (Hall, 2013, p. 31). Sem este sistema, fica impossível interpretar o mundo de forma inteligível, ou seja, o significado vai depender dos conceitos de imagem formados em nosso pensamento, que podem representar o mundo, fazendo com que possamos fazer referência a coisas tanto dentro quanto fora de nossa mente. Hall (2013) complementa que, mesmo carregando mapas conceituais em nossas mentes, duas pessoas só conseguirão se comunicar se compartilharem seus mapas conceituais.

O segundo sistema de representação, segundo Hall (1997) é a linguagem, pois ela nos possibilita trocar sentidos e conceitos. Conforme o autor, “Nosso mapa precisa ser traduzido em uma linguagem comum, para que assim correlacionemos nossos conceitos e ideias com certas palavras escritas, sons pronunciados ou imagens visuais” (Hall, 2013, p. 36).

Porém, quando se fala em linguagem, devemos ampliar o conceito não somente para o uso das palavras, mas também para a escrita, imagens visuais, bem como expressões faciais, gestos, música, enfim, “qualquer som, palavra, imagem ou objeto que funcionem como signos, que sejam capazes de carregar e expressar sentido e que estejam organizados com outros em um sistema são, sob esta ótica, uma linguagem” (Hall, 2013, p. 36).

O Rei Arthur e demais personagens de sua corte se fazem presentes nas novas mídias, como jogos de RPG, jogos de videogame, jogos para computador, jogos de tabuleiro, livros de colorir, séries, *fanfics*, hqs, entre muitos outros (Lacy, p. 129).

Os personagens das lendas arturianas sempre estiveram presentes no imaginário coletivo da população, assim como nas mais diversas manifestações artísticas. A representação das lendas arturianas se dá de modo dinâmico, de modo a acompanhar o paradigma em que está inserido, sendo que os elementos presentes nessas lendas chegam a ser uma fonte de metáfora e autoconhecimento, de forma a retratar a essência do homem.

## REGULAÇÃO

Conforme Stuart Hall (1997), quanto mais central e importante se torna a cultura, mais significativas são as forças que a regulam, isto é, se o grau de importância é grande, maiores são as regras e restrições no sentido de controle.

As lendas arturianas na contemporaneidade são reguladas através dos livros de contos. Através deles, elas vêm passando de geração em geração. Conforme observamos anteriormente, essas lendas tiveram, ao longo do tempo, diferentes enfoques, priorizando um ou outro personagem. Porém, mesmo com as diferentes visões, a regulação que norteia o sentido da história e sua concepção, nunca se alterou.

Trazendo para nosso objeto de estudo tanto a obra *As brumas de Avalon*, que aborda uma visão feminina da lenda, quanto a série *Once Upon a Time* 5ª temporada, onde os personagens são trazidos para o futuro, a linha de condução que regula a produção de ambas obedece a temática original.

É assim que a história do passado acaba sendo escrita retrospectivamente pelo presente: cada presente tem o passado que merece... sentidos da tradição: cujo apelo que não é o de parar no tempo, mas de continuar: o presente se reinsere, em momentos diferentes, em diferentes pontos de uma ininterrupta cadeia de acontecimentos que a rigor não teve início nem terá fim, exceto nos discursos míticos, como os literários, pois o que se situa antes ou depois da história pertence ao domínio dos mitos. (Brito, 2012, p.4)

A regulação das representações das lendas arturianas se dá de maneira cultural, onde cada elemento simbólico e alegórico imerge em inserções coletivas que façam algum tipo de apelo ao imaginário da época. Já a regulação da identidade da lenda “buscará por uma “identidade”, por uma “nacionalidade”, apresentarão um cenário, seja ele remanescente de um plano histórico, dentro de um plano real, ou remanescente de um plano imaginário, sendo o mito o próprio imaginário do discurso” (Brito, 2011, p.18)

### PRODUÇÃO

*Once Upon a Time* é uma série de televisão criada por Adam Horowitz e Edward Kitsis, que estreou em 2011 na emissora ABC e que atualmente é passada pela plataforma de streaming Netflix. A série mostra diversos personagens de contos de fadas trazidos para o mundo atual e tiveram suas memórias roubadas por uma maldição.

Escrita por Marion Zimmer Bradley, *As brumas de Avalon* foi publicada em 1982 e possui quatro volumes: a senhora da magia, a grande rainha, o gamo-rei e o prisioneiro da árvore. Traz a história do rei Arthur através da perspectiva feminina. A obra não traz em sua produção cenas de batalhas ou lutas, mas sim a narração do que vai no íntimo de cada personagem. Bradley dá às mulheres a posição de protagonistas, assumindo um papel ativo, ao redor da tábua redonda, tendo inclusive poder nas decisões dos homens porque são cultas e perspicazes, assumindo seus papéis na história.

## ANÁLISE CULTURAL

Com o intuito de identificar como a mesma lenda, que vem sendo narrada em paradigmas divergentes e períodos diferentes da história, pode evidenciar a discrepância no pertencimento moral, religioso, ético e filosófico, analisamos o contexto em que se dá às lendas arturianas e o impacto dela no imaginário das pessoas.

Mitos e lendas são elementos incorporados no comportamento das civilizações e culturas. Grande parte disso se deve ao fato de que uma lenda dá continuidade à outra; sempre adaptada e acrescida de detalhes que façam jus à cultura na qual se encontra. Tais contos e lendas ajudam na construção da identidade de um povo, de uma cultura e de um período histórico. As inevitáveis mudanças destas lendas, fruto do tempo, agregam significados e variações importantes, de modo a enriquecer o imaginário; sem interferir no sentido original da obra.

Tais contos e lendas ajudam na construção da identidade de um povo, de uma cultura e de um período histórico. As inevitáveis mudanças destas lendas, fruto do tempo, agregam significados e variações importantes, de modo a enriquecer o imaginário; sem interferir no sentido original da obra. A representação simbólica do cenário dessas lendas reúne elementos que se entrelaçam com os fundamentos morais da época, os quais são refletidos em seu enredo.

Na rotina das cidades medievais, a vida cultural era bastante ativa, de modo que as experiências relacionadas à narração de informação estavam muito presentes nos espaços públicos. A riqueza artística indicada por Bakhtin (1999) é possibilitada graças ao caráter informal, não-oficial, das praças, as quais eram vistas como espaços de mediação cultural. O discurso presente nas praças medievais era rico devido à diversidade de personagens e analogias presentes no ambiente, além de ser um espaço que estreitava a comunicação estreita entre as cidades. A população analfabeta, em sua maioria, possuía acesso à literatura por intermédio dos artistas que se apresentavam em público para difundir histórias, cantar ou declamar poesias.

Com a oralidade, as histórias transcorreram culturas e séculos, adequando-se ao espírito de cada tempo e ao imaginário de cada época. Por exemplo, Darnton (1996) conta que os contos de fadas da época decorrem em um universo “intensamente humano, onde peidar, catar piolhos, rolar no feno e jogar esterco um no outro são manifestações das paixões, valores, interesses e atitudes de uma sociedade camponesa hoje extinta” (Darnton, 1996, p. 77).

De acordo com Windeatt, "durante todo o século XV, ler sobre Arthur e a Távola Redonda era buscar um ideal, e a corte do Rei Arthur proporcionava um modelo imaginário de conduta e vida cortês" (2009, p. 100). As lendas arturianas foram conquistando relevância entre a nobreza e realeza, principalmente inglesas. Já nessa época as lendas arturianas invadiam a imaginação melodramática do povo, que recorriam a tais histórias

para fugir de suas vidas cotidianas. Segundo Peter Brooks (1976), esse tipo de imaginação surge como uma estratégia psicológica para suprir a rotina. Ao entrar em contato com lendas de reis que proporcionaram histórias que fugiam de suas vidas cotidianas, o povo passou a buscar as lendas arturianas como um escape. A disseminação da temática de Arthur deve muito a Alfred Tennyson, que no século XIX publica a primeira versão de *The Lady of Shalott*.

### A LENDA

Apesar dos personagens, temas e eventos relacionados às lendas arturianas variarem entre os mais diversos textos, não existe uma versão canônica da história. A versão tipicamente conhecida faz referência a Arthur, filho de Igraine e Uther Pendragon, herdeiro do trono da Grã-Bretanha. Graças à instabilidade política do momento, Merlin, o mago, cria Arthur em segredo sem que sua identidade fosse revelada. Assim que Uther falece, um grande conflito se inicia, obrigando Merlin a cravar a lendária espada Excalibur em uma pedra, para assim alterar o destino de Camelot. Era de conhecimento de todos que apenas o legítimo herdeiro do trono conseguiria sacar a espada. Após retirar a espada da pedra e tornar-se rei, Arthur reúne os melhores cavaleiros para lutar contra os saxões. Seus guerreiros eram conhecidos por serem os cavaleiros da tábua redonda, nome que se deu devido à mesa redonda em que discutiam as missões, de modo a demonstrar que nenhum nome era mais ou menos importante. A busca pelo Santo Graal é uma das muitas aventuras vividas por Arthur e seus guerreiros.

Após anos de paz, uma guerra civil eclodiu e, devido a essa e outras circunstâncias, Arthur é gravemente ferido por seu sobrinho Mordred. A fada Morgana teria resgatado o corpo de Arthur e levado até a Ilha de Avalon, onde, segundo a lenda, o rei repousaria para ser curado e seria despertado assim que o reino precisasse dele novamente.

A fama dessa lenda se dá muito pela coragem e bravura de Arthur e seus cavaleiros, de modo a centrar os acontecimentos nas figuras masculinas que constituíam o cenário de destaque do herói. A obra de Marion Zimmer Bradley (1979), conta com uma releitura da lenda arturiana, centrando a narrativa nas personagens femininas, que ilustram um cenário ligado à consolidação do cristianismo, remetendo ao poder da Igreja e, por conseguinte, a consolidação da sociedade patriarcal. Todos os personagens lendários estão presentes na obra, porém, o foco não são seus feitos e vida. Na obra, *As brumas de Avalon*, a lenda é contada através das percepções, visões e vidas das mulheres envolvidas na trama. É o nascimento, vida e morte de uma lenda, contada pelas, até então, coadjuvantes. É uma re-apresentação da lenda arturiana que possui diversas divergências nos acontecimentos, mas que, de forma alguma, a exclui do ciclo arturiano.

Bradley, autora de *As brumas de Avalon*, acreditava que a identidade das mulheres modernas havia sido idealizada a partir das lendas, histórias de heróis e mitos onde as

figuras femininas nada faziam além de admirar e assistir as coisas importantes que os homens faziam, sempre sem se envolver. Logo, “restaurar Morgana e a Senhora do Lago como partes ativas, reais e integrais do drama é de suprema importância no desenvolvimento religioso e psicológico das mulheres dos nossos dias” (Bradley, 1986).

Através da releitura da obra, Bradley dá novos sentidos aos temores e dramas das versões anteriores da lenda. Porém, a identidade da obra, como um todo, não se dilui, apenas incorpora os valores da sociedade da época. Há, nas lendas, uma aceitação e ressignificação da condição humana, apresentando o modo como ela se apresenta no período, seja no imaginário das pessoas ou na realidade em que se vive.

A partir de sua versão inspirada na lenda arturiana, motivada pelo romance *Le Morte d'Artur de Sir Thomas Malory* (1470), Bradley apresenta o desenvolvimento das mulheres que circundavam o Rei Arthur. Com base nas inúmeras concepções, a representação das figuras femininas e suas posições da época vão se concretizando de forma a influenciar e moldar os acontecimentos e fatos da narrativa. Ou seja, na obra em questão, o gênero literário escolhido pela autora permite as mais variadas perspectivas e opiniões sobre o enredo, e isso se deve, principalmente, às convenções do romance moderno. *As brumas de Avalon* deixa de ser apenas mais uma versão de uma lenda de caráter único, ela ressignifica a lenda em que se baseou, de modo a preservar sua identidade.

A obra conquista traços de uma re-concepção da trama e de seus personagens de acordo com a cultura da época. Como dito por Rich (1972, p23) “[...] writing is renaming”.

Para entender como se dá a cultura de cada época, é necessário que levemos em consideração que Hall (2016), ao situar a cultura, diz que ela depende da interpretação que seus participantes tem das coisas que ocorrem ao redor, que é o que “dá sentido” ao mundo:

A ênfase nas práticas culturais é importante. São os participantes de uma cultura que dão sentido a indivíduos, objetos e acontecimentos. As coisas "em si" raramente – talvez nunca – tem um significado único, fixo e inalterável. [...] Em outra parte ainda, nós concedemos sentido as coisas pela maneira como as representamos – as palavras que usamos para nos referir a elas, as histórias que narramos a seu respeito, as imagens que delas criamos, as emoções que associamos a elas, as maneiras como as classificamos e conceituamos, enfim, os valores que nelas embutimos. (Hall, 2016, p. 20).

Hall (2016) ainda defende que a cultura carrega valores e sentidos, que precisam ser interpretados por outros, ou que dependem do sentido para um desempenho eficaz. Como abordado por Du Gay (1997), o sentido é também produzido em diversas mídias, o que resulta em inúmeros sentidos circulando diferentes culturas em uma escala e velocidade que desafia parâmetro.



Esses elementos – sons, palavras, gestos, expressões, roupas – são parte da nossa realidade natural e material; sua importância para a linguagem, porém, não se reduz ao que são, mas sim ao que fazem, a suas funções. Eles constroem significados e os transmitem. Eles significam, não possuem um sentido claro em si mesmos – ao contrário, eles são veículos ou meios que carregam sentido, pois funcionam como símbolos que representam ou conferem sentido (isto é, simbolizam) as ideias que desejamos transmitir. Para usar outra metáfora, eles operam como signos, que são representadas de nossos conceitos, idéias e sentimentos que permitem aos outros "ler", decodificar ou interpretar seus sentidos de maneira próxima a que fazemos (Hall, 2016, p. 25).

### AS REPRESENTAÇÕES ARTURIANAS NAS SÉRIES AMERICANAS

Como apresentado por Hall (2016, p. 20), toda cultura manifesta uma grande diversidade de significados referentes aos mais diferentes temas, existindo mais de uma maneira de interpretá-los ou representá-los. Os signos, citados anteriormente, transportam esses significados através de códigos, resultados de convenções sociais. Na contemporaneidade, um dos diversos veículos, códigos, que carregam e transmitem o sentido e a identidade das lendas arturianas são as séries americanas.

“De alguns anos para cá, as séries, de fato, adquiriram uma legitimidade surpreendente. Enquanto nos anos 1980 criticava-se a invasão das ficções americanas nos canais, eles hoje seriam criticados por quase não lhe reservar espaço” (Jost, 2011, p. 23). A presença das séries americanas nos canais brasileiros e nas plataformas de streaming reforçam a sua expansão e seu sucesso indiscutível. De acordo com Jost (2011), esse sucesso das séries deve-se ao ganho simbólico que elas proporcionam ao espectador.

Eco defende, em um texto fundador (Eco, 1985), a posição de que o que liga o telespectador às séries é primeiramente o prazer que a repetição provoca, prazer enraizado na infância, quando pedíamos a nossos pais para que nos contasse indefinidamente a nossa história preferida (Jost, 2011, p. 25).

Já a identificação do espectador com o universo retratado pela série demonstra ser mais efetiva quanto mais estreita for a relação entre o mundo ficcional e a realidade do espectador. Ou seja, o público é seduzido quando o tema tratado faz referência a uma cultura próxima da sua. Porém, isso não significa que o espectador espera assistir uma série e se deparar com uma cópia exata de seu mundo, mas, sim, encontrar nesse novo mundo um discurso, um modo de narração com os quais eles se identificam. A representação utilizada nas séries se dá de acordo com as ideologias presentes na realidade vigente.

Contudo, um mundo construído a partir das familiaridades reconfortantes da nossa realidade não é o suficiente para capturar toda a atenção do espectador. “Todas as pes-

quisas sobre séries apontam o fato de que a ligação dos telespectadores com as séries depende muito da sua ligação com os heróis” (Jost, 2011, p.33).

A partir do momento em que os heróis não são mais monólitos inalteráveis, a vida privada pode interferir sobre o seu cotidiano no trabalho, e eles podem ser dotados de traços não somente diferentes, nas contradições, como nós. Isso permite que cada um de nós reconheça neste ou naquele personagem e que imagine duas relações à imagem de nossa família (Jost, 2011, p.38).

No contexto das séries, o receptor ocupa uma posição de onisciência onde ele sabe tudo o que está acontecendo em todos os lados da trama, gerando, além da proximidade com os personagens, uma sensação de poder. Esse envolvimento com o enredo é importante para que a imaginação melodramática possa ser acessada, de modo a ‘desligar’ o receptor de seus problemas cotidianos, fazendo com que ele se envolva com o novo mundo apresentado, levando sua imaginação para dentro da trama.

A série *Once Upon a Time*, objeto de estudo, retrata essa aproximação dos espectadores aos heróis e o acesso do imaginário melodramático. A série americana, criada por Adam Horowitz e Edward Kitsis que teve seu episódio de estreia lançado em 2011 pela emissora ABC, retrata os personagens de contos de fadas que foram transportados para o ‘mundo real’ através de uma maldição feita pela Rainha Má. Depois dos personagens perderem suas memórias, cada um deles passa a viver uma nova vida adaptada ao mundo moderno, preservando a identidade de cada personagem, e alterando apenas sua forma de representação. Emma Swan, filha do Príncipe Encantado e de Branca de Neve, é conhecida como a Salvadora, pois por ter sido trazida ao mundo real ainda quando bebê e por possuir magia boa, é a personagem destinada a quebrar a maldição e recuperar a memória perdida dos outros personagens. Os episódios da série em questão apresentam tanto segmentos da vida dos personagens no passado como no futuro, de modo a revelar a personalidade desses heróis a partir da ideia que já temos criada deles em nosso imaginário, somada às novas representações retratadas pela série.

A quinta temporada, alvo de nossos estudos, diz respeito a uma jornada em Camelot, em que os personagens buscam libertar Emma dos poderes das trevas, sendo que isso só pode ser feito por Merlin. A representação de Rei Arthur nesse contexto é marcada por sua personalidade que altera o equilíbrio entre as trevas e luz, por meio de sua espada Excalibur.

Os primeiros episódios da quinta temporada de *Once Upon a Time* percorrem pela lenda arturiana já conhecida, enraizada no imaginário das pessoas, abordando personagens e elementos de uma nova forma. Podemos citar o relacionamento de Guinevere e Arthur, marcado pela magia de ilusão que Arthur usa para enfeitiçar sua amada; a espada de Excalibur é forjada a partir do Santo Graal e da chama de Prometeu; a glória de

Camelot se dá graças à poção ilusionária, a mesma usada em Guinevere; Arthur possui o desejo de matar Merlin, entre outras tramas que nos levam a conclusão de que a identidade da lenda, apesar das novas representações, segue inalterada.

Sustenta-se, portanto, as mudanças inevitáveis que ocorrem com as lendas, resultado do tempo, que incorporam variações e agregam significados, incrementando assim o imaginário, mas sem corromper o sentido da obra lenda original. “Há, nas histórias, uma ressignificação e uma aceitação da condição humana tal como ela se apresenta em todo e qualquer dia, independente de se gostar dessa nova ordem das coisas ou não” (Tonin, Azubel, 2013, p. 12).

A estética do realismo, cinematográfica e da mídia contemporânea, ao adentrar no âmbito das lendas arturianas, proporciona metamorfoses na representação dos personagens, tanto na aparência como no enredo. Afirmando assim que os imaginários contidos nas lendas dizem respeito à cultura da época. No caso de *Once Upon a Time*, a lenda arturiana foi adequada e re-apresentada a partir das transformações midiáticas, nesse caso seguindo as estruturas das séries americanas, e dos valores da sociedade contemporânea, neutralizando assim os temores e dramas contidos em versões mais primitivas das histórias (Coelho, 2000). A cultura subjacente às séries são os contos, os quais são apropriados pela série, que faz representações da mesma.

O sentido depende não da qualidade material do signo, mas de sua função simbólica. Porque um som ou palavra em particular indica, simboliza ou representa um conceito, ele pode funcionar, na linguagem, como um signo e transportar sentido – ou, como os construtivistas dizem, significar (Hall, 2016, p. 49).

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

As lendas arturianas percorrem culturas e séculos, adaptando-se ao imaginário de cada época e ao espírito de cada tempo. As diversas representações da lenda em diferentes obras agregam elementos morais intrínsecos a cultura da época, porém, nunca alterando de fato a identidade da lenda e a representação de seus personagens.

Comprovamos esta ideia em nossa análise tanto do livro *As brumas de Avalon*, quanto da quinta temporada da série *Once Upon a Time*. Pudemos observar que os dois artefatos culturais escolhidos como objetos de estudo se respaldam na identidade da lenda, cada qual apoiado em sua forma de representação. Trazem a estória para a sua própria realidade, usando de elementos que despertam o imaginário das pessoas.

Reafirmamos também os conceitos de Archibald e Putter (2009, p. 2) ao entenderem que as lendas arturianas possuem seu reconhecimento e sucesso devido ao fato de que as histórias não se restringem a um único contexto, local ou herói. Citamos ainda Stuart Hall (1997) ao entendermos que a representação de cada obra é uma parte essencial do

processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre os membros de uma cultura.

Mesmo com diferentes formas de representação, seja priorizando o protagonismo feminino, conforme o olhar de Bradley (2008) ou trazendo os personagens para os dias atuais conforme o foco da série da ABC, concluímos que a identidade da lenda se mantém inalterada, preservando sua essência.

## REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Hucitec, 1999.

BRADLEY, M. Z. **As brumas de Avalon**. New York: Del Rey, 2008.

BRITO, E. O Desvelamento do Mito Arturiano. **Medievalista**. Nº12, Jul/Dez 2012. Disponível em: <<http://www2.fcsh.unl.pt/iem/medievalista/MEDIEVALISTA12\brito1205.html>>. Acesso em 21 jun.2019.

COELHO, N. M.. **Literatura infantil**: teoria, análise, didática. São Paulo: Moderna, 2000.

\_\_\_\_\_. **O Conto de fadas**: símbolos, mitos, arquétipos. São Paulo: Paulinas, 2012

COIRO-MORAES, A.L.; LISBOA FILHO, F.F. Estudos Culturais aplicados a pesquisas em mídias audiovisuais: o circuito da cultura como instrumental analítico. **Significação**, v. 41, nº 42, 2014, p. 67-86.

COSTA, M. V. Estudos Culturais – para além das fronteiras disciplinares. In: \_\_\_\_\_. (org.) **Estudos Culturais em Educação**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2000. p. 13-36

DARNTON, R. **O grande massacre de gatos**. Rio de Janeiro: Graal, 1986

DU GAY, P.; HALL, S.; JANES, L.; MACKAY, H.; NEGUS, K. **Doing cultural studies**: The story of Sony walkman. London: Sage, 1997.

HALL, S. A centralidade da cultura. **Revista Educação & Realidade**, v. 22, n. 2, Porto Alegre: 1997.

\_\_\_\_\_. The work of representation. In: HALL, Stuart (org.) **Representation**. Cultural representation and cultural signifying practices. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós – modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro-11. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **Cartografia dos estudos culturais**. Belo Horizonte: Autêntica: 2001

\_\_\_\_\_. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. E-Compós**, Brasília, vol. 12, nº 1, p. 1-15, jan./abr. 2009.

JOST, F. **Do que as séries americanas são sintoma?** Porto Alegre. Sulina, 2012

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LACY, N. The Arthur of the twentieth and twenty-first centuries. In: ARCHIBALD, E.; PUTTER, A. **The Cambridge Companion to the Arthurian Legend**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. p. 120-135

LÉVI-STRAUSS, C. **Mythologiques**. 4.vols. Paris, Plon, 1964.

MALORY, T. **Le morte D'Arthur**. Oxford University Press, 1998.

PUTTER, A. The twelfth-century Arthur. In: ARCHIBALD, E; PUTTER, A. **The Cambridge Companion to the Arthurian Legend**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. p. 36-52.

TONIN, J.; AZUBEL, L. Contos de fada e pós-modernidade: reflexões sobre o oxímoro do reencontamento desencantado. In **XIII Congresso Internacional Ibercom**, Santiago de Compostela. Actas: Divisións Temáticas Ibercom. Santiago de Compostela: 2013.

WILLIAMS, R. **La larga revolución**. Buenos Aires, Nueva Visión, 2003 [1961].

WINDEATT, B. The fifteenth-century Arthur. In: ARCHIBALD, E.; PUTTER, A. **The Cambridge Companion to the Arthurian Legend**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. p. 84-102.

# YOUTUBERS E INFÂNCIA: UM ESTUDO DE REGULAÇÃO CULTURAL

Larissa Gonzalez Zerbini<sup>1</sup> e Wardi Awada Cardoso Duva<sup>2</sup>

## INTRODUÇÃO

As crianças, cada vez mais, estão envoltas na interação que as mídias digitais nos proporcionam. Elas entendem sobre as redes sociais e, muitas vezes, as utilizam até mais do que os adultos, e passam horas explorando os conteúdos disponíveis nos aplicativos.

As crianças brasileiras são as mais presentes nas redes sociais virtuais, como mostra o estudo “*Children and Internet use: A comparative analysis of Brazil and seven European countries*”<sup>3</sup>. Em 2014, os brasileiros de idade entre nove e dez anos eram os que mais usavam as redes, em comparação com outros sete países europeus estudados, representando 52%.

Além disso, muitos já possuem os próprios telefones móveis. Em uma pesquisa realizada, em 2017, pela Mobile Time e Opinion Box<sup>4</sup> foi demonstrado que três em cada quatro crianças já possuem um aparelho celular próprio. Esse dado facilita o uso das redes de maneira descontrolada.

Em oposição, os pais monitoram cada vez menos esse tempo de exposição frente à internet, deixando as crianças livres para acessarem qualquer conteúdo, próprio ou impróprio. O estudo “*The State of the World’s Children 2017: Children in a Digital World*”<sup>5</sup> demonstrou que o acesso às redes sociais ocorre cada vez mais cedo, sendo que 41% das crianças de 0 e 3 anos já utilizam o smartphone dos pais.

No uso dos aparelhos eletrônicos, estamos sujeitos a certo monitoramento por parte de algumas marcas. As empresas utilizam o algoritmo, que é uma sequência lógica definida de instruções que devem ser seguidas para executar uma tarefa, para se divulgarem. Os computadores realizam facilmente essas instruções repetidas vezes, gerando os resultados desejados. Por isso, há várias programações feitas nas mídias digitais usando os algoritmos. Por exemplo, quando alguém realiza uma busca em um site, os anúncios

---

1 Estudante de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade Cásper Líbero. Iniciação Científica no grupo de pesquisa de Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea. larissa\_z99@yahoo.com.br.

2 Mestranda Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Formada em Direito/ Universidade Paulista/Pós-Graduada *latu sensu* em Processo Civil – PUC/SP – wawada@caras.com.br.

3 Relatório feito entre 2013 e 2014, como parte do projeto Net Children Go Mobile, onde compararam a pesquisa sobre acesso a Internet com jovens de 9 a 16 anos do ICT Kids Online Brazil com outra pesquisa de sete países europeus (Bélgica, Dinamarca, Irlanda, Itália, Portugal, Romênia e Reino Unido).

4 Pesquisa de Smartphone e Crianças do blog Opinion Box, em parceria com a Mobile Time de 2017, na qual, foram entrevistados 545 pais brasileiros de crianças entre 0 e 12 anos, todos os entrevistados possuíam um aparelho celular.

5 Realizado pela UNICEF, publicado em dezembro de 2017, o estudo obteve 63 mil respostas de jovens entre 13 e 24 anos de 24 países diferentes.

mostrados em primeiro plano são os mais relevantes, de acordo com o histórico de suas pesquisas anteriores nessa mesma máquina.

As organizações utilizam desse sistema para reconhecerem os usuários que podem ser possíveis compradores e então sugerirem, para eles, os seus produtos, por meio de publicações patrocinadas nas redes sociais digitais. As crianças, conseqüentemente não estão imunes a esse processo, uma vez que se encontram interagindo nas redes sociais, e, portanto, recebem esse tipo de postagem patrocinada, sem entender a sua pretensão.

Um dos aplicativos mais usados pelas crianças – o YouTube – não está distante dessa realidade: nele também são divulgados produtos, com a ajuda de algoritmos, de maneira explícita e, até mesmo, implícita. E o uso do aplicativo só aumenta: o relatório “*Video Viewers: como os brasileiros estão consumindo vídeos em 2018*”<sup>6</sup> mostrou que houve um crescimento de 135% no consumo de vídeos na web desde 2014, quando a pesquisa começou a ser feita.

Apesar do Youtube ser amplamente utilizado pelas crianças, ainda não há preocupação com a publicidade compartilhada no campo das mídias digitais, incluindo a plataforma de vídeos, como ficou provado no artigo de Papini (2016). A pesquisadora analisou Projetos de Lei que, desde 2000, tramitaram na Câmara dos Deputados, e chegou à conclusão de que os projetos referentes à comunicação publicitária eram pensados apenas nos âmbitos televisivo e radiofônico. De onze projetos sobre publicidade, apenas seis tratam da televisão e do rádio; os outros falam sobre a abusividade da publicidade e venda de sanduíches com brindes.

Partindo desses fatos, o objetivo desta pesquisa é explicar a necessidade da regulação dos conteúdos, de forma geral, disponíveis no YouTube, sobretudo no que se refere ao público infantil. “Uma vez que a cultura regula as práticas e condutas sociais, neste sentido, então, é profundamente importante quem regula a cultura. A regulação da cultura e a regulação através da cultura são, desta forma, íntima e profundamente interligadas” (Hall, 1997, p. 41).

Essa discussão se insere no âmbito da psicologia e da pedagogia ao tratar do universo infantil. Contudo, os profissionais de Relações Públicas podem colaborar no assunto da regulação, por entenderem de técnicas e teorias da comunicação, por possuírem certa proximidade com o ambiente de influenciadores digitais, já que são muito utilizados em suas práticas institucionais, mercadológicas e administrativas e por entenderem sobre relações governamentais.

Ressaltando a relevância dos comunicadores em processos de regulamentação, a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos e apartidária formada por jornalistas, educadores, sociólogos,

---

<sup>6</sup> Levantamento realizado pelo Google, em parceria com o Instituto Provokers e com a Box 1824. A primeira parte foi quantitativa e contou com 200 pessoas em janeiro de 2008, já a segunda parte foi qualitativa e feita junto a 3000 pessoas em julho de 2018.

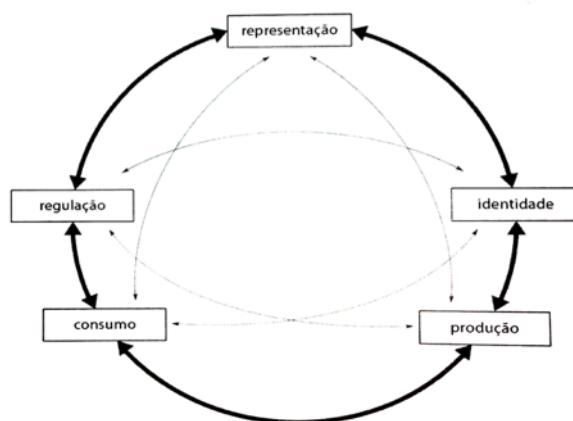
entre outros profissionais que servem como ponte entre a imprensa e os grupos sociais que defendem os segmentos da infância e juventude, inclusão, sustentabilidade e políticas de comunicação.

Portanto, um dos objetivos específicos desta pesquisa é entender como os profissionais de Relações Públicas podem fazer uma reflexão acerca do tema e contribuir para a melhoria do conteúdo transmitido nesse meio de comunicação (Youtube).

## OS ESTUDOS CULTURAIS COMO MÉTODO DE PESQUISA

O tema é analisado sob a orientação teórico-metodológica dos estudos culturais, com base nos eixos do circuito da cultura idealizado por Du Gay et Al. (1997): Representação, Identidade, Produção, Consumo e Regulação (Figura 1).

**Figura 1: Circuito da cultura**



Fonte: Du Gay et al. (1997, p. 4)

Ao propor o circuito em “Doing Cultural Studies”, os autores estudaram o artefato cultural *Walkman* que pode ser relacionado com o celular nos dias de hoje, que foi revolucionário e mudou a forma com que os seres humanos se relacionam socialmente e com o ambiente ao redor. “Para explorar como a cultura funciona nos dias de hoje, requer que foquemos nossas atenções na estrutura, estratégia desses crescentes empreendimentos comerciais globais” (Du Gay et al., 1997, p. 2 – tradução nossa)<sup>7</sup>.

Ao articular sobre o Walkman, marca de tocadores de sons portáteis da Sony Corporation, criado em 1979 no Japão, que foi um sucesso de vendas logo nos primeiros anos, é explicado que “o *Walkman* se tornou tão simbólico no desenvolvimento de nossa cultura porque pertence à longa lista de novas mídias - as novas tecnologias de produção, arma-

<sup>7</sup> “To explore how culture works in the present day therefore requires us to focus our attention on the structure, strategy and culture of these increasingly commercial enterprises”.



zenamento e circulação de imagens e sons – que transformaram a cultura e comunicação no último século” (Du Gay et al., 1997, p. 22 - tradução nossa)<sup>8</sup>. Nesta lista já estavam incluídos os telefones móveis, que, anos mais tarde, provocaram mudanças ainda mais radicais, que o Walkman, na sociedade. A circulação de significados, símbolos e ideias se tornou mais dinâmica e simplificada, sem necessitar da presença física dos corpos.

O aparelho celular nos dias de hoje é abundantemente utilizado pelas crianças em todos os espaços, o que faz com que elas também sejam reféns das informações diligentes dos mobiles. E, como citado anteriormente, as crianças já possuem os próprios celulares e, neles, entram em contato com o aplicativo Youtube, em função disso.

De acordo com Coiro-Moraes (2014), a análise cultural dos meios de comunicação é a forma de analisar a própria cultura e, ao partir dessa premissa, reconhecer que os meios de produção em massa, em larga escala e em busca de lucro, também são parte da cultura e a retratam, de modo que podem ser objeto de análise, o campo de ciências da comunicação é ampliado e enriquecido.

Em seu artigo sobre estudos culturais aplicados a pesquisas em comunicação, Coiro-Moraes lista alguns princípios instituidores dos estudos culturais, os quais vale destacar no presente estudo:

a) Os EC tem uma concepção de cultura que inclui os modos e práticas cotidianas (a cultura ordinária, dizia Raymond Williams, em ensaio de 1958).

b) A escolha dos meios de comunicação como objetos de estudo, reconhecendo-os não apenas no papel de reprodução da cultura, mas como parte constituinte do próprio conceito de cultura, todavia considerando a sua vinculação aos meios de produção capitalista, o que leva à reflexão sobre o papel dos profissionais de campo da comunicação, na difícil articulação entre o interesse público e os interesses da indústria midiática. (Coiro-Moraes, 2014, p. 235).

Reconhecendo o celular como um artefato de comunicação no qual, como antes dito, as crianças podem ter acesso à internet e, conseqüentemente, aos vídeos postados na plataforma do Youtube, distribuídos em escala, reconhecidos como meios de produção e parte da cultura, é possível analisar o *corpus* desta pesquisa a partir do circuito da cultura.

Partindo da premissa de que a representação discursiva contida nos vídeos distribuídos livremente pela plataforma Youtube e cada vez mais acessíveis para as crianças, podem cunhar a identidade dessas crianças e incentivar o consumo, o enfoque desse artigo é a regulação cultural (ou falta de regulação), verificada nos exemplos colacionados.

<sup>8</sup> “The Walkman has become so symbolic of developments in our wider culture is because it belongs to that long list of new media – the new technologies of producing, storing and circulating images and sound – which have transformed culture and communication over the last century”.

## REGULAÇÃO CULTURAL

Os meios de comunicação de massa são grandes responsáveis por transmitir valores culturais. Nos veículos como televisão, rádio e imprensa, a cultura entrou em uma lógica de mercado, ela é vendida e transmitida a partir de um ponto, que parte das ideias de grupos econômicos com maior poder. Já na internet, qualquer pessoa é capaz de transmitir suas ideias para qualquer outro usuário da rede.

“Para a compreensão do campo cultural convém ter em conta três elementos: a produção, distribuição e recepção, fatores que se aplicam de igual modo ao mundo da comunicação midiática” (Silva, 2006, p.2). Apesar da recepção e produção na internet incluírem qualquer pessoa com acesso à rede, quem ainda tem o controle da distribuição das grandes mídias é a classe mais rica que controla o processo econômico, e isso infere em como e quais mensagens chegam para o público.

A responsabilidade pelo o que está disponível nas redes é atribuída a essas empresas privadas que cuidam das mesmas, como se não houvesse uma responsabilidade vinda do Estado. Isso não acontece apenas na web, mas também com outros artefatos culturais: é dada uma grande autonomia que pode acabar sendo prejudicial por ultrapassar alguns limites da liberdade de expressão.

A principal investida, em relação à cultura, tem sido a de retirar do Estado suas responsabilidades na regulamentação dos assuntos culturais e abrir a cultura, paulatinamente, ao jogo livre das "forças de mercado". A liberdade, ampliando as opções, aumentando a diversidade e o pluralismo cultural, acabando com o paternalismo do Estado em relação às pessoas (Hall, 1997, p. 36).

É primordial que haja certo controle em relação ao que é perpassado, até para que sejam punidos os autores de casos que deveriam ser reprimidos, como ofensas, incitação à violência, conteúdo impróprio para menores de idade sem identificação, entre outros diversos casos, – isso influencia fortemente os valores culturais e as condutas morais na sociedade.

Necessitam ser estruturados e policiados; apoiam-se em outras condições sociais e culturais (a confiança, os hábitos e convenções, a moral e considerações públicas mais amplas, a efetiva aplicação da lei, a inspeção e a responsabilização [*accountability*], o treinamento e a certificação do pessoal especializado, e assim por diante) que o próprio mercado não pode oferecer. Alguém tem de arcar com os "custos" sociais daqueles que falham no mercado (o mercado sempre cria tanto "vencedores" quanto "perdedores", com consequências sociais amplas e não apenas relacionadas ao mercado) (Hall, 1997, p. 37).

No que concerne a *accountability* da mídia, ou seja, certa responsabilidade vinda de quem cuida dos veículos de comunicação, é visto que em algumas produções culturais como na televisão, nos jogos e nos filmes há uma classificação indicativa referente à idade, que está sendo aderida também, por alguns youtubers nos títulos de seus vídeos, já como um aviso de conteúdo impróprio para determinadas idades.

Isso configura uma proteção às crianças, desde que ela seja seguida. Para Coiro-Moraes e Dellazana (2016), no conteúdo televisivo, a classificação indicativa é a principal ferramenta de responsabilidade desse âmbito, e essa forma de regulação não deve ser considerada uma censura, mas uma forma de *accountability* legal.

Para defender sua continuidade, Olmos (2014) acredita que se trata também de um mecanismo de educação e autonomia para os pais e para as famílias, sendo um instrumento democrático e de estímulo à cidadania. (Coiro-Moraes, Dellazana, 2016, p. 75).

Se faz importante entender como são regulados os meios de comunicação e suas instituições, não só direcionado ao público infantil, mas a todos os públicos afetados, pelas seguintes razões: “primeiro, porque estas são algumas das áreas-chave da mudança e debate na sociedade contemporânea, para onde convergem as apreensões, onde os modos tradicionais de regulação parecem ter se fragmentado ou entrado em colapso” (Hall, 1997, p.39). Sobretudo hoje com a internet, é ainda mais simples abrir um canal de diálogo e troca de informações, facilitando questionamentos em relação à cultura. “A segunda razão (...) é que a cultura, por sua vez, nos governa – regula nossas condutas, ações sociais e práticas e assim, a maneira como agimos no âmbito das instituições e na sociedade mais ampla” (Hall, 1997, p.39). Os meios de comunicação possuem o poder de alterar nossa forma de interagir com o mundo em que vivemos, e na criação de sentidos e significados.

### **CONAR (CONSELHO NACIONAL DE AUTOREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA)**

Como visto anteriormente, ainda não existem Projetos de Lei que visem o estabelecimento de regras no meio digital para as publicações dirigidas ao público infantil. No entanto, no que diz respeito à publicidade, as mídias sociais digitais estão incluídas na regulação vinda do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR). Desde 1970, o CONAR recebe denúncias, e a partir delas e do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, decidem se devem ser feitas modificações na campanha, ou até mesmo a sua retirada dos diversos veículos de comunicação. O conselho visa que não haja uma regulação vinda do Estado que possa prejudicar a liberdade de expressão.

A complicação ocorre no momento em que apenas as publicidades explícitas são reguladas, aquelas que deixam claro que se trata de uma campanha publicitária.

Apesar de haver uma sessão no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária que se dirija ao público infantil, ela ainda falha. Por exemplo, é proibido merchan-

dising que “empregue crianças, elementos do universo infantil ou outros artifícios”, contudo é praticamente impossível não haver elementos desse tipo para atrair a atenção das crianças, e, como já citado, o público infantil realmente se sente atraído pelos conteúdos e isso não deve se dar ao acaso.

### **ECA - Estatuto da Criança e do Adolescente**

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) é um conjunto de normas que conferem proteção integral aos menores de idade e estabelece direitos e deveres tanto do Estado, como dos responsáveis por eles. A Lei N° 8.069 foi criada em 13 de julho de 1990 e é a referência regulatória dos direitos humanos de crianças e adolescentes.

É direcionado a crianças, consideradas desta forma até 12 anos incompletos e aos adolescentes de até 18 anos. Há exceções, previstas por lei, onde os direitos são aplicados até os 21 anos.

Nele, é estabelecido como prioridade o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e a convivência familiar e comunitária (Art. 4°).

A família possui um grande poder, os adultos têm o controle da conduta da criança, ela depende deles para a sua sobrevivência física e psíquica. Fica assegurado no Art. 3° “oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade”.

Também fica garantido o respeito que consiste na “inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, ideias e crenças, dos espaços e objetos pessoais” (Art. 17). E segundo o Art. 18. “é dever de todos velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor”. Estes são direitos que devem ser assegurados pelo Estado e pelos responsáveis, e que muitas vezes parecem ser esquecidos no âmbito virtual.

Em relação à informação, cultura, lazer, esportes, diversões e espetáculos, fica demonstrado pelo Art. 74 que “o poder público, através do órgão competente, regulará as diversões e espetáculos públicos, informando sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada”.

As crianças e os adolescentes também devem ser levados em consideração como seres humanos ainda em desenvolvimento, para o Art. 6° “na interpretação desta Lei levar-se-ão em conta os fins sociais a que ela se dirige, as exigências do bem comum, os direitos e deveres individuais e coletivos, e a condição peculiar da criança e do adolescente como pessoas em desenvolvimento”.

## O MUNDO DA CRIANÇA

A personalidade das pessoas é moldada na infância, portanto é preciso acompanhar as suas fases, bem como demandas corretas de cada uma dessas fases. Segundo Piaget existem seis estágios de desenvolvimento sendo eles,

1° O estágio dos reflexos, ou mecanismos hereditários, assim como também das primeiras tendências instintivas (nutrições) e das primeiras emoções. 2° O estágio dos primeiros hábitos motores e das primeiras percepções organizadas, como também dos primeiros sentimentos diferenciados. 3° O estágio da inteligência senso-motora ou prática (anterior à linguagem) das regulações afetivas elementares e das primeiras fixações exteriores da afetividade. Estes três primeiros estágios constituem o período da lactância (até por volta de um ano e meio a dois anos, isto é, anterior ao desenvolvimento da linguagem e do pensamento). 4° O estágio da inteligência intuitiva, dos sentimentos interindividuais espontâneos e das relações sociais de submissão ao adulto (de dois a sete anos, ou segunda parte da primeira infância). 5° O estágio das operações intelectuais concretas (começo da lógica) e dos sentimentos morais e sociais de cooperação (de sete a onze-doze anos). 6° O estágio das operações intelectuais abstratas da formação da personalidade e da inserção afetiva e intelectual na sociedade dos adultos (adolescência) (Piaget, 2004, p. 15).

Os pais ou responsáveis são quem direcionam, primeiramente, as crianças aos sistemas de valores culturais. Não somente os pais, mas influências externas, como grupos sociais, também são relevantes no processo de aprendizagem. Os bebês humanizam-se através do convívio com o outro. As crianças são educadas, logo cedo, para já entenderem como se comportar perante a sociedade,

Mas o que é a educação senão o processo através do qual a sociedade incute normas, padrões e valores – em resumo, “a cultura” – na geração seguinte na esperança e expectativa de que, desta forma, guiará, canalizará, influenciará e moldará as ações e as crenças das gerações futuras conforme os valores e normas de seus pais e do sistema de valores predominante da sociedade? (Hall, 1997, p. 40).

É exatamente esse o conceito de representação que abrange a construção dos significados e a forma como esses significados são compartilhados entre os indivíduos que é analisado no *corpus* selecionado. É a produção de sentido pela linguagem e, para tanto, podemos usar signos ou referenciar ideias abstratas para nos comunicar (HALL, 2016).

As coisas fazem sentido a partir do arcabouço cultural que construímos. Essa construção é múltipla. Vem da própria cultura onde vivemos de nossa criação e família, mas

também pode ser construída a partir de influências externas, como produtos midiáticos, por exemplo.

Nesse sentido, Du Gay et al. (1997) afirmam que o conceito de representação se refere a sistemas simbólicos, como os textos e imagens envolvidos na produção de um fenômeno cultural-midiático. Se isso é verdadeiro no que se refere aos adultos, é muito mais marcado e cruel ao se falar com crianças, que estão formando seu arcabouço de referências.

A atual geração está crescendo aprendendo diversas características com os Youtubers. Por ser um fenômeno grandioso, diferentes crianças se encontram em sinais e símbolos representados por eles. Podendo, desse modo, ser considerado um novo marco social. De acordo com Lippmann (2010), a forma como vemos o mundo é aprendida por meio do nosso marco social, ou seja, apreendemos opiniões anteriormente construídas, que nos são ensinadas ao longo dos anos, formando o nosso clã biológico. Sendo o nosso primeiro marco social, a família, seguido pela escola, grupo de amigos, religião, entre outros. “No marco social, portanto, opiniões encontram os cânones da tradição familiar, propriedade, dignidade, gosto e forma, que constituem a imagem do marco social de um ser, uma imagem assiduamente implantada nas crianças” (Lippmann, 2010, p. 59).

As crianças da atual geração se adaptam facilmente às tecnologias, o que as torna ainda mais propensas a interagirem com o mundo digital e passarem muito mais tempo vagando por esse universo. Como frisa o livro publicado pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI),

Percebe-se que as crianças dos dias atuais estão inseridas em um contexto de tecnologia e lidam com ele mais facilmente do que os adultos. Estes, por vezes, encaram as transformações tecnológicas como um problema, implicando uma readequação aos padrões sociais (Martinieli; Moína, 2009, p. 63).

### **MEDIAÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

Como proposto acima, seria vantajoso que profissionais de Relações Públicas contribuíssem para a regulação dos conteúdos do Youtube. Isso porque, em primeiro lugar, eles possuem familiaridade com ambientes de influenciadores digitais, e compreendem técnicas e teorias de comunicação. Os Relações Públicas visam também, cada vez mais, fazer com que as empresas ajam com responsabilidade, gerando credibilidade perante a sociedade. E por fim, eles entendem de relações governamentais, e este pode ser o ponto chave para alcançar uma regulamentação.

As marcas estão cada vez mais apoiadas em sua identidade e em seus valores, para que isso gere maior credibilidade e aproximação perante o seu público alvo, indo além de anúncios publicitários,

Percebe-se que dentro de seu potencial as marcas são geradoras de símbolos, traduzem valores, crenças e ampliam o imaginário sobre os produtos e as empresas aos quais pertencem. Mas, para que haja um alinhamento entre a identidade real, a identidade projetada e a imagem percebida pelos consumidores e demais *stakeholders* é necessário que as ações, os interlocutores, as propostas, os produtos e a comunicação estejam ajustados no mesmo sentido. (Zimmermann; Meira, 2018, p. 9).

O uso de influenciadores que transmitam a imagem que a marca almeja para essas ações é efetivo, o que acaba atraindo um público novo e garante maior confiabilidade para quem já consumia os seus produtos. Porém, ao pensar em como engajar possíveis consumidores é necessário que haja responsabilidade social no que é transmitido pela empresa, pensando sempre que suas mensagens atingirão pessoas com visões de mundo divergentes, especialmente se esse público é composto por crianças, como na plataforma estudada. Segundo Campos (2004) a responsabilidade social é definida “como um conjunto de atitudes assumidas por cidadãos ou pelas organizações relacionadas à ética e voltadas para o desenvolvimento sustentado da sociedade” (p. 20).

Nos dias de hoje, há certa pressão da sociedade para que as organizações ajam com maior base ética. Para Kunsch (2014), os públicos estão cada vez mais exigentes e cobram além da responsabilidade social, atitudes transparentes e comportamentos éticos. Os profissionais de Relações Públicas são responsáveis por pensarem, estrategicamente, em como agir da melhor forma a encantar seus públicos. Isso não se trata apenas de comunicar, mas garantir que a organização realmente esteja agindo conforme seus valores e princípios éticos. “Responsabilidade Social e Relações Públicas se encontram, por tratarem de fatores sociais, econômicos, culturais e políticos, envolvendo cidadãos, consumidores, empresas, comunidades entre outros grupos” (Gontarz, 2008, p.6).

A questão da responsabilidade social pode vir, não apenas das marcas que anunciam com influenciadores, mas também dos próprios Youtubers e o conteúdo que eles transmitem em seus canais, sabendo que eles possuem grande poder de persuasão e deveriam tomar cuidado com o que exprimem.

Hymes (2004), conforme citado por Mendonça (2012, p. 37), explana sobre responsabilidade com a audiência, que para ele é conceituada uma comunidade de fala, que seria um grupo que define o que se fala, quem fala e para quem é falado. Ao se falar, é assumida uma “performance”, que pode ser entendida como um comportamento cultural e, dele, uma pessoa responsabiliza-se para com a sua audiência.

Assumir uma responsabilidade para com uma audiência, segundo esse ponto de vista baseado na cultura, diz respeito a pertencer à uma “comunidade de fala” que atribui reconhecimento ao agente na medida em que ele se comporta, executa atividades/ações, regidas por certas normas e

regras de conduta estruturadas social e culturalmente, que o vinculam à uma comunidade. (Hymes, 2004, apud Mendonça, 2012, p. 37-38).

Os Youtubers já fazem parte dessa comunidade de fala, que as crianças escutam e sentem a necessidade de agir igual. Eles se tornaram tão notáveis para a nossa cultura, que estão contribuindo para a formação de novas gerações, por isso, é primordial que eles assumam responsabilidade pelo que falam e pela forma como se comportam.

O que nos leva ao último ponto da contribuição de Relações Públicas, as relações governamentais. A participação política dos comunicadores pode ser feita por meio do *lobby*, por mais que tenha uma conotação negativa, pode ser uma técnica efetiva e favorável para a sociedade.

Os lobistas servem como mediadores entre os grupos de pressão e os governantes, responsáveis pela tomada de decisão. O *lobby* é benéfico e valioso para todas as partes envolvidas, tanto para os grupos de pressão e para a sociedade, como para os próprios políticos, sem o ato, muitas vezes eles deixam de atender às exigências da sociedade. Para Esparcia, “se os grupos que constituem a sociedade não encontram canais para expressar seus interesses e suas necessidades, é possível que suas demandas não sejam satisfeitas, propiciando que o sistema deixe de receber apoio e vá, assim, perdendo legitimidade” (2011, p. 70).

Ainda conforme o autor,

Essa regulação da conversão de necessidades sociais em exigências políticas se realiza por dois mecanismos: a regulação estrutural (o que pode converter uma necessidade em exigência) e a regulação cultural (qual necessidade pode ser socialmente aceita como demanda). (Esparcia, 2011, p. 70).

No tema deste artigo, cabe a regulação cultural e, para auxiliar em tal ação, as Relações Públicas podem servir como representantes de algum grupo de pressão ou organização preocupados com a causa e adequar os pedidos à cultura política da sociedade atual, sendo então, os mediadores desse *lobby*, que poderiam trazer à pauta questões do contexto cultural relacionadas à infância da atual geração, que está conectada com os youtubers.

### ESTUDO DE CASOS

Alguns casos recentes e relevantes que vieram de Youtubers, em que a audiência é majoritariamente composta por crianças, ilustram a necessidade de uma regulação e um maior controle do que é postado na plataforma.



### **Luccas Neto e a banheira de Nutella**

Um dos canais mais assistidos pelas crianças mais novas “Luccas Neto – Lucas Toon” postou um vídeo onde o Youtuber, que dá nome ao canal, entra em uma banheira preenchida com 80 kg do creme de avelã “Nutella” e imita os movimentos e sons de uma foca.

Tal ato não foi pensado pelo youtuber brasileiro - Luccas Neto foi responsável por popularizá-lo no Brasil em 2017, pois, antes dele, o norte-americano Cemre Candar já havia entrado numa banheira com 250 kg do produto.

O Youtuber brasileiro acabou inspirando inúmeros canais a postarem vídeos com banheiras cheias do mesmo produto e até de mercadorias como leite condensado, açaí, antisséptico bucal, salgadinhos, refrigerantes, entre outros.

O vídeo se tornou memorável, sendo um dos primeiros vídeos a vir na mente das pessoas ao falar dos Youtubers. O vídeo original não se encontra mais disponível na plataforma, mas ainda é possível encontrar outros repostados. Na época, o conteúdo teve mais de 16 milhões de visualizações.

Luccas Neto usou o creme de avelã mais de uma vez para gerar conteúdo em seu canal, já gravou vídeo em cima de uma cama, sempre imitando uma foca. Os vídeos geraram reclamações de pais sobre a alimentação dos filhos, pois incentivaram a compra e o consumo exacerbado de alimentos altamente calóricos. Seu canal é destinado a crianças entre três e nove anos, e, logo ao entrar no perfil e em seus vídeos mais recentes, é possível encontrar uma classificação indicativa, que mostra que o conteúdo é livre para todos os públicos.

### **Logan Paul e o vídeo na floresta da morte**

Logan Paul é um influenciador focado em um público mais velho, os adolescentes são os mais instigados por seus vídeos. Um de seus vídeos se tornou polêmico e, consequentemente, gerou enorme repercussão, chegando até em um público mais novo. Nele, o influenciador filma imagens do cadáver de um homem que se suicidou por enforcamento.

O vídeo é de 2017, quando ele visitava Aokigahara, no Japão, também conhecida como floresta da morte. Antes do conteúdo ser apagado, atingiu 6,3 milhões de visualizações, sendo um dos mais assistidos naquela semana.

A questão do suicídio provoca diversas discussões, a título de exemplo, no jornalismo, O Guia de Ética e Autorregulamentação Jornalística (Grupo RBS, 2011, p. 23) preceitua que casos de suicídio apenas devem ser noticiados quando protagonizados por pessoa pública, caracterizarem o comportamento de um grupo social ou provocarem impacto na comunidade. Em casos individuais deve ser mantido em privacidade, em respeito à vítima e pessoas próximas.

Esse tema também traz à voga a questão da influência. Muitos acreditam que a disseminação do ocorrido pode estimular outros casos de suicídio. De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2000), não é a veiculação do fato em si que pode

influenciar, mas a forma como é veiculado. Para a organização é preciso evitar que o fato pareça “normal” e amplamente recorrente. Por esse motivo, a OMS elaborou um manual designado aos comunicadores (que também poderia servir aos influenciadores) para auxiliar no que deve ou não ser feito e mostrado. Entre as recomendações encontra-se “não publicar fotografias do falecido ou cartas suicidas” (p.9).

O produtor de conteúdo perdeu algumas parcerias de marcas relevantes, contudo não perdeu a monetização de seus vídeos no Youtube. Segundo a empresa, ele precisaria receber três avisos entre três meses para ser banido da plataforma, e esse contou apenas como um. As punições aplicadas pelo Youtube foram a perda da monetização especial que o mesmo possuía, por ter uma grande quantidade de seguidores e o cancelamento de uma série de shows protagonizados por Logan.

Algum tempo depois, o vlogueiro continuou postando conteúdo que gerou duras críticas do público, como um vlog em que mostrava uma família logo após um acidente de carro e um vídeo aplicando choque no corpo de um rato.

O vídeo oficial da floresta da morte foi removido pelo próprio Youtuber, no entanto, ainda é possível encontrá-lo postado em canais de outros usuários.

### **O conteúdo impróprio do #Elsagate**

Em 2017, muitos responsáveis perceberam certo comportamento incomum vindo das crianças. Ao se depararem com o histórico de vídeos assistidos pelos pequenos chegaram à conclusão que o conteúdo marcado com a *hashtag* #Elsagate era o problema.

Os vídeos contam com personagens do universo das crianças como Elsa, Homem Aranha, Peppa, Mickey e outros agindo de forma inadequada e perturbadora, estimulando comportamentos violentos, sexuais e desrespeitosos. Comportamentos estes, que as crianças começaram a repetir em seu dia a dia, por sua inocência e influência dos personagens que apreciam.

O objeto em questão conquistou milhões de visualizações, uma vez que o público infantil acreditava se tratar de um produto original. Por fazerem uso das figuras infantis, o material fazia parte do *Youtube Kids*, que filtra tudo o que não é adequado para menores de 13 anos. O aplicativo deveria trazer certa segurança, porém ainda há falhas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo demonstrou a importância da regulação no meio virtual, sobretudo no que rege a infância, haja visto que ainda não há grande preocupação vinda do estado.

Também ficou evidente que os órgãos reguladores e mediadores (ECA, ANDI e CONAR), apesar de se preocuparem efetivamente com as crianças, ainda falham ao tratar do meio virtual e não abrangem o conteúdo do Youtube. Sendo assim, as crianças se encontram expostas a conteúdo inapropriado, o que pode acabar influenciando as mes-

mas de forma individual e até coletivamente, no qual as crianças compartilham de uma mesma linguagem simbólica entre si, que pode ser aprendida por meio dos Youtubers, como observado nos exemplos dos estudos de caso.

Essa influência já se torna notável na formação da identidade, e até mesmo nas formas de consumo da atual geração. Isto posto, seria pertinente que houvesse maior monitoramento e regulação sobre a plataforma para que isso não vire, também, uma complicação a longo prazo.

Em tal caso, é sugerido que comunicadores, e até mesmo outros profissionais relacionados ao tema, interfiram para que se impeça que eventos piores aconteçam e consequentemente, resguardem o futuro da cultura.

### REFERÊNCIAS

Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI). História. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/sobre-a-andi#historia>>. Acesso em: 3 set. 2019.

CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA (CONAR). Cap. II, Seção 11. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>>. Acesso em: 5 jun. 2019.

COIRO - MORAES, A. L. C.; DELLAZANA, A. L.. Accountability e Educação Para a Mídia: caminhos para a infância protegida em tempos de consumo de televisão via internet. **Passagens**, Ceará, v. 7, n. 1, p. 62-81, 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufc.br/passagens/article/view/3102>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

COIRO-MORAES, A. L. Estudos Culturais aplicados a pesquisas em comunicação. In: SOUZA, Rose Maria Vidal de; MELO, José Marques de; MORAIS, Osvaldo J. de (Orgs.). **Teorias da Comunicação: correntes do pensamento e metodologia de ensino**. São Paulo, INTERCOM, 2014, p. 226-259.

ESPARCIA, A. C. Novos cenários de participação política: análise das estratégias de comunicação dos grupos de pressão (lobbies). **Organicom: lobby, relações governamentais e democracia**. São Paulo, v. 8, n. 14. 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/organicom/issue/view/10222>>. Acesso em: 13 agosto 2019.

ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE (ECA). Lei Nº 8.069. Brasília, 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm)>. Acesso em: 31 jul. 2019.

GAY, P et al. **Doing Cultural Studies: The Story of Sony Walkman**. London: Sage Publications. 1997.

GONTARZ, P. Br. Relações Públicas e Responsabilidade Social: em busca de um diferencial competitivo entre as organizações. In: **INTERCOM – Congresso Brasileiro de Ciências na Região Sul, 9, 2008, Guarapuava**. Anais do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul: Mídia, ecologia e sociedade. Guarapuava: Intercom, 2008.

GRUPO RBS. **Guia de Ética e Autorregulamentação Jornalística**. Porto Alegre. 2011. Disponível em: <[http://www.gruporbs.com.br/wp-content/uploads/2015/11/Guia\\_de\\_Etica\\_e\\_Autorregulamentacao\\_Jornalistica.pdf](http://www.gruporbs.com.br/wp-content/uploads/2015/11/Guia_de_Etica_e_Autorregulamentacao_Jornalistica.pdf)>. Acesso em: 6 agosto 2019.

HALL, S. A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação e Realidade**. Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, 1997.

HALL, S. O papel da representação. In \_\_\_\_\_. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed-PUC-Rio/Apicuri, 2016.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 35-61, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i2p35-61>>. Acesso em: 29 maio 2019.

LIPPMANN, W. Contato e Oportunidade. In: LIPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2. ed. 2010.

MARTINELLI, F.; MOÍNA, A. Comunicação, consumo e entretenimento no universo infantil: o celular como telefone ou brinquedo? **Infância & Consumo: estudos no campo da comunicação**. Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) e Projeto Criança e Consumo do Instituto Alana. Brasília, 2009.

MENDONÇA, Carlos Magno Camargos. Felipe Neto em performance no YouTube: uma responsabilidade mútua entre performer e audiências. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, SP, v.7, n.3, p. 31-50, set. 2012. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/264/264>. Acesso em: 13 agosto 2019

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE. Prevenção do Suicídio: Manual para profissionais da mídia. Genebra, 2000. Disponível em: <[http://www.who.int/mental\\_health/prevention/suicide/en/suicideprev\\_media\\_port.pdf](http://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/en/suicideprev_media_port.pdf)>. Acesso em: 6 agosto 2019.

PAPINI, A. B. A Regulação da Publicidade Infantil no YouTube. In: **INTERCOM** – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39, 2016, São Paulo. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Comunicação e educação: Caminhos Integrados para um mundo em transformação. São Paulo: Intercom,, 2016.

PIAGET, Jean. Seis Estudos da Psicologia. 24. Ed. 24. Ed. **Revista Editora Forense Universitária**. Rio de Janeiro. 2004.

SILVA, A. F.; Os Meios de Comunicação Social enquanto elementos de regulação cultural -breve apontamento. **BOCC Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. Covilhã – Portugal. 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-andreia-regulacao-cultural.pdf>>. Acesso em: 21 maio 2019.

## YOUTUBERS E INFÂNCIA

ZIMMERMANN, D. D.; MEIRA, K. M. A. Brincadeira de Adulto: Publicidade e Conteúdo Marcário e os Canais Infantis de Meninas Influenciadoras no YouTube. In: **INTERCOM** - Congresso Brasileiro de Ciências, 41, 2018, Joinville. Anais do XLI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Desigualdades, gêneros e comunicação. Joinville: Intercom, 2018.

# CRÔ DO BRASIL: IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO DO HOMOSSEXUAL NA MÍDIA BRASILEIRA

*Saulo César Tafarelo<sup>1</sup> e Ciro Martins Pires de Oliveira<sup>2</sup>*

## INTRODUÇÃO

A figura do indivíduo homossexual na teledramaturgia e na filmografia brasileira é cercada de estereótipos que ressoam significados culturais, os quais acabam por predeterminar os comportamentos e os tratamentos que devem ser recebidos pelos indivíduos homossexuais como um todo. Como Hall conceitua, “acima de tudo, os significados culturais não estão somente na nossa cabeça – eles organizam e regulam as práticas sociais, influenciam nossa conduta e conseqüentemente geram efeitos reais e práticos” (Hall, 2016, p. 20).

A teledramaturgia brasileira é construída com base nas populares telenovelas disseminadas massivamente através das emissoras de televisão mais importantes do país, que abrangem por si só o território nacional, e as veiculam no chamado horário nobre, ou seja, nos períodos de maior audiência do dia a dia. Segundos dados do IBGE, a televisão aberta continua como um significativo meio de comunicação em massa no Brasil ao abranger cerca de 97,2% da população<sup>3</sup>.

O personagem Crodoaldo Valério foi trazido à teledramaturgia brasileira em 22 de agosto de 2011 com a exibição dos 185 capítulos da telenovela "Fina Estampa" no horário nobre da Rede Globo de Televisão, emissora de maior audiência e abrangência do Brasil. Identificado como um personagem biológico do sexo masculino, Crodoaldo é um imigrante nordestino brasileiro que saiu de sua cidade natal Uruburetama, no Ceará, para tentar a vida como mordomo no Sudeste, mais especificamente na cidade do Rio de Janeiro, onde a telenovela se passa. De acordo com a narrativa, seu nome deu-se devido a um erro no cartório em que foi registrado, grafando-o como Crodoaldo ao invés de Clodoaldo. Ele então passa a ser conhecido apenas como Crô, uma síntese de seu nome, e trabalha como mordomo na casa de Tereza Cristina, antagonista de "Fina Estampa" interpretada por Christiane Torloni. Crô é o fiel mordomo que serve sua patroa, o administrador e empregado doméstico da casa de Tereza Cristina.

Durante toda a trama, segundo a exibição da telenovela, ele se veste de maneira polida, sempre com camisas bem passadas, uma gravata borboleta – que virou uma de suas

---

1 Graduando do terceiro ano em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero e membro do grupo de Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea (ECCC) da faculdade. E-mail: saulotafarelo@gmail.com.

2 Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero e membro do grupo de Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea (ECCC) da mesma instituição. E-mail: ciro\_martins@outlook.com.

3 Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD - Contínua de 2016, pelo IBGE.

marcas registradas – e óculos com armações coloridas que variam de cor no decorrer dos capítulos. Na novela – e também em seus dois filmes homônimos – Crô é retratado pelo ator heterossexual Marcelo Serrado com uma voz afinada, com gestuais para exemplificar suas palavras e expressões verbais, as quais indicam uma inclinação para tratamentos no gênero feminino, além de uma submissão em seus comportamentos diante da patroa Tereza Cristina.

A importância de um personagem como Crodoaldo Valério “Crô” – criado pelo dramaturgo e roteirista Aguinaldo Silva e interpretado pelo ator Marcelo Serrado – é confirmada pelos números de exibição da telenovela “Fina Estampa”: a média de audiência durante toda sua exibição foi de 39,2 pontos no Ibope, transformando-a na novela mais assistida da década de 2010 até aquele momento. Os dados de 2011 mostram que a Rede Globo continuou com liderança absoluta no meio, tendo 45% de *share*, ou seja, 45 de 100 televisores ligados sintonizavam na emissora<sup>4</sup>, legitimando que a participação dela no mercado foi superior à soma das outras cinco emissoras principais.

Para além das telenovelas, a filmografia brasileira também consiste em um rico material disseminador que atribui significados e interações culturais para com o espectador. Dois filmes do personagem, *Crô - O Filme* (2013) e *Crô - Em Família* (2018) são práticas audiovisuais passíveis de serem estudadas nos eixos da representação e da identidade do objeto de estudo em questão introduzidos pelo circuito da cultura de Paul Du Gay et. al. (1997).

Os materiais audiovisuais e suas interações com o público de massa são analisados sob o aporte teórico dos Estudos Culturais, a partir do grupo dos Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea, baseada na interlocução com um referencial que traz autores como Stuart Hall, Martín-Barbero, Kathryn Woodward e Judith Butler aplicados à metodologia do circuito da cultura concebido por Paul Du Gay et. al. (1997), no qual as análises investigam a identidade, a representação, a recepção, a produção e o consumo. Tais materiais e seus dados dão base para estudos do personagem em questão como base para análise dos processos da representação e da identidade do indivíduo homossexual e de sua comunidade a partir da segunda década dos anos 2000, entre 2011 e 2018.

## CRÔ: ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO

Como um eixo do circuito da cultura proposto por Paul Du Gay et.al. (1997), a representação inclui práticas de significações e sistemas simbólicos pelos quais os significados são produzidos, fazendo assim com que os indivíduos sejam posicionados como sujeitos (Woodward, 2014). Logo,

É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive, su-

---

<sup>4</sup> Dados do relatório anual do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (Obitel) de 2012

gerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo que podemos nos tornar (Woodward, 2014, p. 18).

Os significados produzidos pelas representações do sujeito homossexual na telenovela "Fina Estampa" podem ser compreendidos como um processo cultural que estabelece identidades tanto individuais quanto coletivas.

Hall, com sua vertente construtivista, argumenta que a representação conecta o sentido e a linguagem à cultura (Hall, 2016, p. 31), sendo que o "real" para ele não passa de uma "construção real". Como no caso de Crô, utilizando-se de artifícios para sua representação no meio audiovisual, o significado se constrói na imagem e por meio dela (Hall, 2016, p. 32), podendo, aqui, ter efeitos práticos de estereotipação e de disputa de sentidos entre os sujeitos.

O circuito da cultura proposto por Paul Du Gay et.al. (1997) possui eixos que estão obrigatoriamente intrincados uns com os outros, como no caso da identidade e da representação, que aqui se ligam na produção do sentido, pois, "é por meio da representação, assim empreendida, que a identidade e a diferença adquirem sentido. É por meio da representação que, assim por dizer, a identidade e a diferença passam a existir. Representar significa, neste caso, dizer: 'essa é a identidade' 'a identidade é isso'" (Silva, 2014, p. 91).

Como um produto audiovisual inicialmente dentro de uma telenovela, o personagem Crô adentrou a casa do brasileiro em sua abrangência nacional. Tanto o espaço físico da casa quanto a produção audiovisual em si são locais de assentamento de certas identidades (Woodward, 2014), já que

A casa é o espaço no qual muitas pessoas vivem suas identidades familiares. A casa é também um dos lugares nos quais somos espectadores das representações pelas quais a mídia produz determinados tipos de identidade – por exemplo, por meio da narrativa das telenovelas, dos anúncios e das técnicas de venda (Woodward, 2014, p. 31).

Interpretado pelo ator brasileiro Marcelo Serrado, o personagem Crodoaldo Valério "Crô" é uma figura do entretenimento brasileiro passível de ser estudada por dois centrais motivos. Como um personagem coadjuvante, conseguiu fixar seu nome na teledramaturgia brasileira ao se estabelecer como uma figura relevante assim como a protagonista Griselda (Lília Cabral) e a antagonista (Christiane Torloni).

Entrelaçando Crô com suas características na narrativa, Coiro Moraes (2008) diz que o personagem coadjuvante é aquele que é "como uma espécie de antídoto às maldades do mundo" (Coiro Moraes, 2008, p. 241) ao passo que Crô ameniza a situação desenvolvida pela maleficência de Tereza Cristina utilizando-se de seus bordões e de seus trejeitos. Segundo Coiro Moraes (2008),



Os coadjuvantes amigos (a) do (a) herói (heroína) são depositários das confidências e planos dos protagonistas, defendendo-os com fidelidade canina. Para tanto, eles contam com todos os atributos morais do herói ou da heroína, evidentemente em menor escala, porque se assim não fosse, seriam eles os protagonistas (Coiro Moraes, 2008, p. 241).

Assim, Tereza Cristina é a antagonista que confronta a protagonista da telenovela. Com seu humor escrachado e a devoção para com sua patroa, Crô resguarda os atributos morais de Tereza Cristina, com uso de comentários ácidos e com comportamentos que desprezam outros personagens, assim como sua patroa faz com ele mesmo e com as personagens de apoio. Nota-se aqui que, mesmo sendo um contraponto para “amenizar as maldades do mundo”, Crô resguarda e projeta certos atributos que não lhe são naturais, mas sim, faz uma incorporação das atitudes de sua patroa.

Além disso, sua homossexualidade foi usada como pano de fundo para dar vida ao personagem. Na novela, não houve uma discussão aprofundada, nem sequer falas do personagem que revelassem sua sexualidade de maneira aberta ao público. Pelo contrário: foram utilizados artifícios orais, gestuais, comportamentais e de vestimentas para caracterizar o personagem dentro de um quadro passível de ser reconhecido como um homossexual.

A identidade e a diferença, noções interdependentes na construção de um sujeito, estão associadas a sistemas de representação (Silva, 2014). Abandonando a corrente clássica ocidental de que a representação se baseia no movimento mimético pautado em pressupostos realistas, a representação pós-estruturalista “é concebida unicamente em sua dimensão de significante, isto é, como sistema de signos, como pura marca material” (Silva, 2014, p. 90).

Ambas as noções de identidade e diferença são interdependentes uma vez que “as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação ocorre tanto por meios de sistemas simbólicos de representação quanto por meio de formas de exclusão social” (Woodward, 2014, p. 40). Logo, a identidade não é o oposto da diferença, mas sim, a identidade depende de a diferença para poder existir.

Ao serem interdependentes entre si, “a identidade e a diferença partilham uma importante característica: elas são o resultado de atos de criação linguística” (Silva, Tomaz Tadeu da, 2014, p. 76). Tanto a identidade quanto a diferença “têm que ser ativamente produzidas. Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social” (Silva, 2014, p. 76).

Neste processo de construção do personagem, os estereótipos foram instrumentos utilizados para evidenciar um comportamento cômico e exagerado de Crô, que acabam por caricaturar o indivíduo e a comunidade a qual ele é identificado como membro. Segundo os estudos de Leandro Colling, Crô se encaixa na narrativa do homossexual efeminado que contém aspectos de riqueza e de intelecto (Colling, 2007, p.14). Ele é o mordomo de

sua patroa heterossexual, branca e cisgênero, a qual desempenha um papel antagonista na novela. Aqui, as relações de dominação e submissão ficam mais definidas enquanto Crô se dirige a Tereza Cristina como sua “Rainha do Nilo”, “Filha de Rá” e “Divina Ísis”, pintando-a humoristicamente dentro e segundo a novela como uma deusa e musa inspiradora com base em expressões que se pautam na ancestralidade do Reino do Egito.

O caráter cômico personificado pelo personagem de Marcelo Serrado o diferenciou na trama por suas tiradas humorísticas e expressões que se fizeram populares pelos seus bordões. Tais bordões são ferramentas que auxiliam os estudos de representação numa análise de discurso oral do personagem. Aqui, além das referências à cultura egípcia colocadas acima, destaca-se outras frases e expressões que chamaram a atenção durante a exibição da telenovela “Fina Estampa” passíveis de análise. Em primeiro lugar, elenca-se aqui frases que demonstram um caráter em busca do feminino em suas palavras:

- “Por trás de toda grande mulher tem um viado... E por trás do viado tem um homem grande...”
- “Bicha vegetariana é um contrassenso, pois a classe gosta mesmo é de carne!”
- “Se me disser que sabe a letra de La Isla Bonita, eu caio dura e seca”
- “Ovulei”

Essa primeira leva de frases indica que há um emprego do gênero feminino da língua portuguesa em suas orações e também uma inclinação à revelação de sua sexualidade, exaltando o lado feminino em todas elas. A primeira frase acima é dita de maneira a referenciar sua própria situação com Tereza Cristina, na qual Crô se coloca como um “viado” – termo utilizado pelos homossexuais para definirem que são gays efeminados - e que aparece atrás dessa venerada mulher, sendo colocada na frente como a protagonista da situação, aquela que toma as rédeas. Quando Crô indica que “por trás do viado tem um homem grande”, acaba por fazer duas analogias: a de sua própria situação, na qual o heterossexual e bruto segurança de Tereza Cristina, chamado Baltazar, aparece depois de sua própria posição na hierarquia de importância dentro da casa a que serve; além de fazer uma referência à sua compreensão de mundo, na qual, na hierarquia, primeiro vêm as mulheres, em seguida seus fiéis companheiros homossexuais e, no final, o homem heterossexual.

Já a segunda frase da lista aponta que ele fala de sua própria comunidade, de sua própria noção de pertencimento, ao falar de uma outra “bicha” – termo para designar um gay efeminado – colocando ele mesmo na categoria de uma “bicha”. A terceira frase faz referência a aspectos externos que têm relação com a situação vivida por Crô. A música *La Isla Bonita* é uma gravação da cantora estadunidense Madonna, a qual é considerada um ícone dos homossexuais ao quebrar padrões de comportamento da mulher ditados pela sociedade patriarcal e se projetar como uma mulher cujo lado feminino manifes-

ta-se de modo poderoso e glorificado. Na mesma sentença, Crô ainda indica que, se a pessoa a quem ele estava se referindo soubesse a letra inteira da canção, ele ficaria tão alegre e surpreso que cairia “dura” e “seca”, advérbios colocados aqui novamente no gênero feminino em vez do masculino.

A quarta e última expressão dessa leva é centrada em uma única palavra: “ovulei”. A ação de ovular refere-se ao processo que ocorre no ciclo menstrual de seres biologicamente do sexo feminino, na qual as alterações hormonais estimulam um ovário a liberar um óvulo, o qual pode ser fecundado no período fértil. O personagem Crô utiliza aqui a expressão que ocorre com seres do sexo feminino para designar um determinado prazer que sentiu ao se referir sobre outro personagem do sexo masculino.

A segunda leva de frases abaixo mudam de foco, ao fazer referência mais à sua condição como mordomo e de papel subserviente a Tereza Cristina do que de sua sexualidade. São elas:

- “Deusa-vaca! Quanto mais coice me dá, mais eu te venero”
- “A Isaura sou eu. Sofre, mas no fim se dá bem”

A primeira frase faz referência à cultura indiana, na qual a vaca é tida como uma divindade. Ele clama a “Deusa-vaca” numa referência a Tereza Cristina, sua musa inspiradora, em uma oração que indica certa submissão do personagem à sua “deusa”. Crô quer dizer que, quanto mais atitudes ríspidas e diretas de sua patroa, em uma demonstração de conseguir o que quer, mais ele gosta e venera esta mulher.

O mesmo se dá na segunda frase da leva, ao colocar-se como um escravo, o qual faz referência à Isaura, escrava branca da obra de Bernardo Guimarães que ficou muito famosa nas adaptações para a televisão no país. Mais uma vez, ele se coloca como um servente aos desejos de Tereza Cristina, alegando certo sofrimento nas mãos da patroa, mas que no fim, se realiza e leva um estilo de vida do qual parece gostar.

Outra característica estereotipada moldada é a de suas vestimentas, sendo retratado com delicados ternos de variadas cores, adornado com características gravatas-borboleta ou gravatas coloridas, assim como óculos de grandes armações que oscilam de cor e de formato. Para Woodward, “Existe uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que uma pessoa usa” (Woodward, 2014, p. 10). Sempre muito bem vestido e docilmente comportado com sua patroa, ele aqui se encaixa na narrativa do homossexual efeminado e afetado, com traços intelectuais e de riqueza, dados pela sua relação com a antagonista (Colling, 2007, p.14).

De acordo com Hall, “o corpo é construído, moldado e remoldado pela intersecção de uma variedade de práticas discursivas disciplinares” (Hall, 2014, p. 121). A imagem abaixo (figura 1), extraída de uma das cenas da telenovela, ilustra o discurso colocado nas vestimentas, em um processo que representa uma pessoa que chega aos moldes da excentricidade, dadas as escolhas do tipo de vestimenta para seu cotidiano e das fortes

cores, as quais fogem de uma paleta sóbria e dão destaque à peculiaridade imposta no personagem. Outra característica explorada foi a dos cabelos de Crô, retratado com um topete com fios volumosos, que dão a impressão de serem bem tratados e escovados para chegarem ao resultado esperado.

**Figura 1: Crô**



Fonte: Reprodução/Rede Globo

Seguindo a maneira como foi representado, Crô não chega a revelar sua sexualidade e identidade de gênero ao longo da novela – e também em seus dois filmes homônimos. Ele, então, contraria a chamada “narrativa da revelação”, conceito cunhado por Dennis Allen e trabalhado por Leandro Colling, em que a não revelação do personagem leva os autores a retratá-lo de um modo caricato. Diz Leandro Colling que, “segundo a tendência, quando a narrativa da revelação não existe é porque não há nada para revelar. É quando a caricatura e o estilo efeminado falam por si só” (Colling, 2007, p. 11).

Segundo Hall, a mídia e a cultura massificada estereotipam aquilo que se tem de mais exótico, um certo tipo de diferença que é utilizada para construir uma figura daquilo que não se é. Aos termos do autor,

A cultura popular, mesmo que mercantilizada e estereotipada como é, não é a arena onde encontramos quem realmente somos, a verdade de nossa experiência. Ela é uma arena que é profundamente mítica. É um teatro de fantasias populares. É onde jogamos e descobrimos com as identificações de nós mesmos, onde somos imaginados, representados (Hall, 2003, p. 349).

De uma forma geral, os estereótipos sofridos pelo personagem e sua representação nas obras audiovisuais – tanto na novela quanto nos filmes derivados de Crô – seguem uma lógica de uma não adequação total à realidade, no sentido de se produzir algo palpável ao espectador que fale com sua realidade, mas ao mesmo tempo fuja dela. Pois, “não é a representação dos fatos concretos e particulares o que produz o sentido de realidade na ficção, mas uma certa generalidade que visa ambos os lados e dá consistência tanto aos fatos particulares do real quanto ao mundo fictício” (Magnani, 1984, p.175).

### **ANÁLISE DA NOVELA: FUNCIONÁRIO**

O discurso geral do personagem Crô empregado durante a exibição da telenovela "Fina Estampa" foi o da subserviência a sua patroa Tereza Cristina e o almejo de se tornar alguém como ela, destilando sua feminilidade e poder, por onde e quando desejar. Crô ganhou destaque com suas falas, expressões, gestos, vestimentas, e foi construído calçado em um humor ácido que dá relevância as suas participações. Mesmo com o êxito e com as diferenciações dos outros empregados, não deixou de ser um reles funcionário da egoísta patroa, segundo a própria novela.

Somente ao fim da trama, na beira do último capítulo, Crodoaldo acaba mudando o rumo ao qual estava destinado: Tereza Cristina é dada como desaparecida após um acidente de barco e, com uma surpresa inédita, acaba deixando toda sua herança para o mordomo. Crô passa, então, de funcionário subserviente a um milionário, em pouco tempo, radicalizando o discurso proferido em toda a novela, e dando conteúdo a ser trabalhado em seu primeiro longa-metragem.

### **MUDANÇA DE DISCURSO NOS FILMES: DE FUNCIONÁRIO A PATRÃO**

O primeiro filme derivado da vida e da história de Crô chegou aos cinemas brasileiros em 2013, um ano e meio após o fim da novela "Fina Estampa", da qual o personagem saiu e se sobressaiu. O discurso implantado em *Crô - O Filme* traz o gancho deixado no último capítulo da telenovela, o qual se transforma de mero funcionário em um milionário, da noite para o dia. Dando prosseguimento à trama, alguns personagens remanescentes da novela se fazem presentes no filme em questão, os quais acabam girando todos em torno do próprio Crô. O discurso geral presente no longa-metragem traz diferenças substanciais quando em comparação com a novela.

Crô, com o ganho da herança, passa a ser também, ele mesmo, o protagonista de sua trama. Ele então, de certa forma, chega muito perto de sua identidade projetada: toma o lugar de Tereza Cristina e herda também todos os seus bens materiais. Antes assumindo um papel coadjuvante, Marcelo Serrado encarna aqui um papel derivado em que dá luz a um novato protagonista, que toma as rédeas da situação, a qual também toma um rumo diferente: ao mesmo tempo que passa a ser milionário, com o dinheiro de que tanto precisava e que moldou o rumo de sua vida, Crô, mesmo assim, se sente infeliz ao não mais servir – uma mulher rica e poderosa.

Em determinado momento, o discurso do filme retorna mais uma vez as suas origens, com Crô realizando testes e abrindo um concurso para procurar, eleger e servir outra mulher rica e poderosa. Pode-se notar aqui que, mesmo com os atributos materiais ganhos por Crô e mesmo ele assumindo o lugar de sua patroa, o personagem não se enxerga mais na companhia de uma patroa, recorrendo então ao aspecto que lhe falta.

Já o segundo filme derivado do personagem estreou cinco anos depois da primeira adaptação cinematográfica e ganhou outros rumos e outros discursos que contradizem suas raízes servidoras, como podemos chamar o processo de como até agora Crô foi construído. Ele continua sendo muito rico, graças à fortuna deixada por Tereza Cristina, e é dono do próprio negócio: uma escola de etiqueta. Porém, o personagem encontra-se em uma situação de solidão que não é preenchida por nada. Distante de sua família, narrativa paralela não aprofundada desde os primórdios da telenovela, Crô se vê em um embargo: sua suposta família aparece para sua surpresa, os quais estão interessados em seu dinheiro.

Assim, embarca em uma trama de autodescoberta para que descubra quem é sua verdadeira família. Em *Crô - Em Família*, como o próprio nome sugere, há uma drástica mudança do papel desempenhado por Crô e suas intenções daqui para a frente. Abandonando o ideal de servidão ao qual foi construído durante a telenovela e no primeiro filme, ele se vê diante da aceitação familiar e dos novos rearranjos familiares, já que opta por viver com um núcleo que não é de sangue, entrando em consonância com um discurso de formação de rearranjos familiares que se consolidou ao longo do tempo, trazendo elementos da época e do ano de lançamento do filme. Abandonando um certo discurso subserviente, mas ainda com suas características estereotipadas, Crô assume novos rumos em conformidade com o tempo em que vive.

A mudança de discurso do personagem com relação à novela e aos filmes traz à tona a concepção não essencialista da identidade, já que “esta concepção não tem como referência aquele segmento do eu que permanece, sempre e já, ‘o mesmo’, idêntico a si mesmo ao longo do tempo” (Hall, 2014, p.108).

Assim, pela análise dos discursos gerais envolvidos na construção ao longo do tempo do personagem, levando em consideração os anos de lançamento de cada obra audiovisual-

sual, pode-se constatar uma mudança discursiva em relação a seus rumos e a seus desejos em cada período, refletindo o que se queria passar para o público e engajá-lo em cada época de exibição. De acordo com Woodward, “diferentes contextos sociais fazem com que nos envolvamos em diferentes significados sociais” (Woodward, 2014, p. 31).

Em 2011, 2013 e 2018, mudanças comportamentais na sociedade em relação ao indivíduo homossexual foram dando espaço para um aumento das representações dos mesmos dentro da lógica dos instrumentos audiovisuais em massa. Os mesmos deveriam agradar ao público e não apenas citá-los ou colocá-los de maneira a contrabalançar a narrativa, mas sim, como pode ser visto com Crô, deixá-la mais leve e apetitosa ao espectador.

### CRÔ: IDENTIDADE

Durante a exibição da telenovela "Fina Estampa", entre 2011 e 2012 pela Rede Globo de Televisão, e com o lançamento dos filmes *Crô - O Filme* (2013) e *Crô - Em Família* (2018), o personagem Crô não se identifica nem se autodenomina como pertencente a um movimento ou grupo de indivíduos específicos. Ou seja, ao contrário, uma identidade homossexual é pré-concebida e moldada no personagem no decorrer da trama.

A identidade que pode ser vista sendo construída no personagem é a da admiração exacerbada pela antagonista e patroa Tereza Cristina, a qual produzia um efeito de grandioso encantamento em Crô com seu poder feminino sendo exercido a todo instante. Tereza Cristina é retratada como uma mulher branca, rica, heterossexual e cisgênero, a qual é ignorante e destila sem escrúpulos seu ódio aos outros personagens, conseguindo aquilo que quer sem muitos esforços. Sua feminilidade e poder exercidos são alvo de afeição pelo personagem Crô, o qual vê em Tereza Cristina uma imagem a ser seguida e incorporada por ele - mas que não obtém e não poderia obter.

Partindo da análise da identidade proposta no circuito da cultura de Paul Du Gay et.al. (1997), Hall (2014) diz que a identidade, no processo de identificação, não é unificada, integral e originária, na qual

A abordagem discursiva vê a identificação como uma construção, como um processo nunca completado – como algo sempre em “processo”. Ela não é nunca completamente determinada – no sentido de que se pode, sempre, “ganhá-la” ou “perdê-la”; no sentido de que ela pode ser, sempre, sustentada ou abandonada (Hall, 2014, p.106).

Os estudos de Hall sobre a identidade e o processo de identificação de um indivíduo com uma ligação em comum com outros grupos ou movimentos abrem caminho para o estudo da essência do objeto de estudo. Como antagonista da trama, a mulher branca, rica, heterossexual e cisgênero que compõe Tereza Cristina é amplamente adorada por Crô, o qual, na verdade, projeta uma identificação em sua patroa em vez de projetar um

laço com outro indivíduo ou grupo. Tal projeção não significa que ele necessariamente tenha uma ligação em comum com ela, mas sim, implica no desejo de ter um ponto em comum com ela. Hall (2014), que faz uma ponte com Freud, diz que a identidade está relacionada com uma “moldagem de acordo com o outro” na qual a identificação está “fundada na fantasia, na projeção e na idealização. Seu objeto tanto pode ser aquele que é odiado quanto aquele que é adorado” (Hall, 2014, p.107).

Assim, a identidade, no processo de identificação, por sua vez, está mais ligada ao desenvolvimento de uma diferença do que de uma semelhança. Há um ponto em que há uma falta, em que há a ausência de um aspecto que se almeja ter e ser, carências em que a identificação que molda a identidade opera. Tereza Cristina é, biologicamente, um indivíduo do sexo feminino, que, por sua vez, exerce uma feminilidade aguçada de maneira irrestrita, segundo a novela. Esses aspectos, naturalmente, faltam em Crô, o qual foi construído em cima de uma identidade forjada no jogo da *differencé*. Segundo Hall (2014), a identidade,

Como todas as práticas de significação, está sujeita ao “jogo” da *differencé*. Ela obedece a lógica do mais-que-um. E uma vez que, como num processo, a identificação opera por meio da *differencé*, ela envolve um trabalho discursivo, o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, a produção do “efeito de fronteiras”. Para consolidar o processo, ela requer aquilo que é deixado de fora - o exterior que a constitui (Hall, 2014, p. 106).

Assim, o jogo da *differencé* tratado por Hall ilustra como uma identidade é, na verdade, produzida em relação a outra. “A marcação da diferença é crucial no processo de construção das posições de identidade” (Woodward, 2014, p. 40) uma vez que é a partir da afirmação da existência e da materialização de um outro diferente que se constrói, na verdade, sua própria identidade.

A identidade de Crô ainda segue o que Hall (2014) chama de processo de articulação. O personagem é retratado como engraçado, cômico e muitas vezes com comentários ácidos, na qual o recurso humorístico é utilizado para suprir uma falta de heterossexualidade, utilizando-se do humor como chave para que ele seja aceito e aturado. O uso do humor é “demasiado”, ou seja, é exagerado no personagem, caricaturando-o. O personagem foi retratado com duas faces paradoxais: há uma compensação exagerada em um dos lados de sua identidade, a qual possui também uma ausência que busca ser alcançada do outro lado. Hall (2014) diz que a identificação é, sobretudo, “uma suturação, uma sobredeterminação, e não uma subsunção. Há sempre ‘demasiado’ ou ‘muito pouco’ - uma sobredeterminação ou uma falta, mas nunca um ajuste completo, uma totalidade” (Hall, 2014, p. 106).



Mais do que uma identidade fixa e já moldada, no melodrama e no personagem em específico, a identidade, na verdade, é buscada. O que está em jogo nos conflitos entre personagens e nas caricaturas fabricadas é o drama do reconhecimento, na qual Martín-Barbero (2003) diz que “[...] o que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra as injustiças, as aparências, contra tudo o que se oculta e disfarça: uma luta por se fazer reconhecer” (Martín-Barbero, 2003, p. 317).

### **CRÔ: IDENTIDADE SEXUAL**

A identidade sexual de Crô baseia-se na percepção e na retratação do personagem como um indivíduo do sexo masculino, o qual, por sua vez, não reflete estritamente sua orientação sexual por meio de suas falas. Ele não é aberto a se assumir como um indivíduo que sente atração pelo mesmo sexo, mas acaba revelando ao longo da narrativa sua condição como personagem pelos modos como foi representado - e estereotipado -, não tendo, portanto, a necessidade de verbalizar objetivamente tal orientação.

Mesmo não falando de sua orientação sexual ou traçando uma identidade ao não dizer abertamente “sou um homem gay”, Woodward (2014) diz que, “entretanto, a forma como vivemos nossas identidades sexuais é mediada pelos significados culturais sobre a sexualidade que são produzidos por meio de sistemas dominantes de representação” (Woodward, 2014, p. 33).

O que, porém, acaba induzindo o personagem ao longo dos capítulos da telenovela e da filmografia é uma adoração pautada na heterossexualidade feminina. Butler (1993) faz uma ponte entre a psicanálise e a noção de corpos dóceis implantada por Foucault, dizendo que as diferenças sexuais são consolidadas pelo “imperativo heterossexual”, que nega outras formas de identificação, uma vez que “assumir um sexo com a questão da identificação e com os meios discursivos pelos quais o imperativo heterossexual possibilita certas identificações sexuadas e impede ou nega outras identificações” (Butler, 1993, p. 3).

Dialogando com os estudos de Butler, pode-se dizer que, logo, uma identidade é produzida em relação a outra (Woodward, 2014) e, ainda, que uma estabelece um certo grau de poder em relação à outra.

Em 2011, ano inicial da exibição da telenovela que apresentou o personagem, as discussões sobre homossexualidade na mídia massificada ainda eram escassas, com uma abertura feita através de personagens cômicos e delicados, que, ao mesmo tempo, servem como coadjuvantes. Mas os mesmos introduzem e performam uma sexualidade que quebra com certas barreiras da época, ao estarem em produções de alcance nacional de suma importância.

Butler diz que “o ‘sexo’ é um constructo ideal, que é forçosamente materializado através do tempo” (Butler, 1993, p.1), ou seja, o sexo e suas performatividades são construídas também discursivamente e colocadas diante do público seguindo padrões

de comportamento em determinados períodos, regidos pelo tempo. Segundo Butler (1993), o sexo

Não é um simples fato ou a condição estática de um corpo, mas um processo pelo qual as normas regulatórias materializam o “sexo” e produzem essa materialização através de uma reiteração forçada destas normas. O fato de que essa reiteração seja necessária é um sinal de que a materialização não é nunca totalmente completa, que os corpos não se conformam, nunca, completamente, às normas pelas quais sua materialização é imposta (Butler, 1993, p. 2).

O indivíduo Crô se enxerga como um sujeito do sexo oposto ao de Tereza Cristina – e que é remendado de ausências, as quais se encontram na figura da patroa – apenas pois a heterossexualidade dela e suas devidas manifestações de feminilidade são o ponto de partida para a negação do outro. “A formação de um sujeito exige uma identificação com o fantasma normativo do sexo: essa identificação ocorre através de um repúdio que produz um domínio de abjeção, um repúdio sem o qual o sujeito não pode emergir” (BUTLER, 1993, p.3).

Woodward (2014) analisa que o corpo é um dos fortes marcadores que passam pela definição daquilo que somos, estabelecendo limites e barreiras que são bases para a identidade de um indivíduo e também para um grupo. Segundo ela, “O corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade - por exemplo, para a identidade sexual” (Woodward, 2014, p. 15).

## O FATOR CRÔ

O que aqui se chama de Fator Crô, cunhado pela mídia à época da exibição da novela, foi o elo de sustentação de “Fina Estampa” entre as personagens principais.

Os filmes conseguintes ganhos pelo personagem fizeram com que a memória da novela escrita por Aguinaldo Silva ecoasse nas lembranças dos espectadores. Na mídia, Crô foi o elo que conseguiu manter as expectativas da novela e dar os toques de humor em meio à rivalidade proporcionada entre as personagens principais, uma vez que

O Crô foi o grande achado em *Fina Estampa*. Daqui a dez ou vinte anos, quando alguém se referir à novela, vai citar o Crô. Ao contrário do que se possa imaginar, não foi ele que serviu de “escada” para as tiradas de Tereza Cristina. Foi ela, na verdade, que acabou servindo de escada para as tiradas de Crô (Bernardo, Veja, 2012, s.n.).

A popularidade de Crô também se fez presente em anuários sobre a televisão, sob a perspectiva de que “Em *Fina estampa*, o personagem homossexual Crodoaldo Valério, o

Crô (Marcelo Serrado), atingiu imensa popularidade, apesar de criticado pela mídia por apresentar características caricatas (Vassalo Lopes, p. 163, 2012).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as análises feitas com base nas produções audiovisuais estudadas no presente trabalho, o que se pretendeu desde o início foi a observação da mudança de discursos do personagem em específico que acompanhou a transformação da abordagem massificada em relação ao indivíduo homossexual. A identidade do personagem foi forjada com base em outra personagem que lhe conferia um grau de poder sobre ele, baseando-se nos princípios da identidade e da marcação da diferença.

Assim, também, a partir da década de 2010, a representação do homossexual nessas mídias de massa começou a ganhar um contorno mais delineado, com rosto e nome, mesmo que ainda surgisse afetado de maneira cômica e humorística para ganhar a atenção do espectador.

Para além do emprego do humor e das técnicas estereotipadas que foram moldadas no personagem, pôde-se notar uma gradual alteração comportamental após a exibição da novela "Fina Estampa", entre 2011 e 2012. Os discursos orais e também intencionais foram alterados ao longo dos anos em uma conformidade com as pautas discutidas no seio da sociedade brasileira, partindo de uma segregação da imagem do homossexual como mero braço ajudante de uma mulher heterossexual para a construção de uma imagem mais protagonista de sua vida e de seus rumos. Passado um tempo, os aspectos da discussão dos novos arranjos familiares também entraram em pauta, ainda que de forma sutil, com o advento do segundo filme da trama, acendendo uma discussão do abandono da servidão do homem homossexual à mulher heterossexual poderosa e glorificada.

O certo avanço em sua representação e recepção para com o público foi perceptível entre 2011 e 2018, em que a representação da comunidade LGBTQ+ na mídia massificada incorporou, de certa forma, elementos presentes nas discussões sociais – ainda que de maneiras estereotipadas – para dar vida a um personagem palpável ao público.

Pelos estudos e pela análise de recepção da telenovela e dos filmes em questão, a memória afetiva da produção audiovisual "Fina Estampa" veiculada pela Rede Globo de Televisão é facilmente relacionada à figura de Crô, o qual gerou um grande impacto na sociedade brasileira ao ser tão lembrado e mencionado quanto as personagens principais da trama. Seu sucesso rendeu-lhe dois filmes homônimos como protagonista de sua própria narrativa, quebrando com seu papel determinado de coadjuvante, e veiculados nas salas de cinema do Brasil inteiro, acompanhando a narrativa do tempo e das discussões em voga nesses períodos.

Pode-se dizer que o personagem Crodoaldo Valério "Crô" fixou-se e mexeu com o imaginário coletivo, como trabalhado por Martín-Barbero (2003) nas recepções de me-

lodramas na América Latina. A importância do personagem vai além de seu sucesso, estabelecendo-se como um homossexual dentro de um eixo massificado, revelando uma significativa notoriedade na introdução e na discussão da (maior) representação de personagens da comunidade LGBTQ+ dentro da dramaturgia brasileira, ainda escassa de estudos e de obras audiovisuais que capturem e aprofundem as questões de padrões e de gênero dentro dos termos da própria sociedade.

## REFERÊNCIAS

BERNARDO, A. O Mal vence o Bem. **Revista Veja**. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/o-mal-vence-o-bem-em-fina-estampa/>>. Acesso em: 18 ag. 2019

BUTLER, J. **Bodies That Matter**. Londres: Routledge, 1993

CANTOR MAGNANI, J.G. **Festa no pedaço**. Cultura popular e lazer na cidade. São Paulo: Brasiliense, 1984.

COIRO MORAES, A.L. **A Síndrome do Protagonista**: uma abordagem cultural às personagens dos espetáculos de realidade da mídia. Porto Alegre. PUC-RS, 2008.

COLLING, L. Personagens Homossexuais nas Telenovelas da Rede Globo: Criminosos, afetados e heterossexualizados. **Revista Gênero**, v.8, n.1, p.207 a 222, 2º sem. 2007.

DU GAY, P. et al. **Doing Cultural Studies**: The Story of the Sony Walkman. London: Sage, 1997

HALL, S. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Editora PUC-RIO, 2016

\_\_\_\_\_. Quem precisa da identidade? In: **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Organização Tomaz Tadeu da Silva, Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2014, p.103 a 133

HALL, S. Que “negro” é esse na cultura negra? In: **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Organização Liv Sovik, Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003, p. 335 a 349.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

SILVA, T. A produção social da identidade e da diferença. In: **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Organização Tomaz Tadeu da Silva, Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2014, p.73 a 103

VASSALO DE LOPES, M. e OROZCO GÓMEZ, G. (org). **Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos**: anuário Obitel 2012. Porto Alegre: Sulina, 2012.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Organização Tomaz Tadeu da Silva, Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2014, p.7 a 73.

# MERCHANDISING SOCIAL: REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE DA PESSOA TRANS NAS TELENOVELAS NACIONAIS

Vitor Eduardo Dumont Ferreira<sup>1</sup> e Else Lemos Inácio Pereira<sup>2</sup>

## INTRODUÇÃO

Considerando a cultura e a arte como agentes ativos na humanização do indivíduo na sociedade, em seu potencial de transformar vidas, revolucionar comportamentos e protagonizar uma extensa gama de manifestações na sociedade, este ensaio discute a cadeia de produção da indústria cultural, em especial o merchandising social, como sistema estratégico utilizado, majoritariamente, pela teledramaturgia, na construção de personagens e tramas. O objetivo é refletir sobre o conceito de merchandising social e suas aplicações, controvérsias e influência no contexto da questão *trans*<sup>3</sup> no país.

Sob a ótica dos Estudos Culturais, realiza-se um estudo exploratório de natureza bibliográfica e documental, trazendo um exemplo emblemático da aplicabilidade do merchandising social. A análise leva em conta, como categorias conceituais, *identidade e representação* nas condições de produção, bem como empreende uma discussão sobre as controvérsias quanto às aplicações do termo “merchandising”. Investiga-se, assim, o papel da mídia na construção da opinião pública, mais especificamente no escopo das telenovelas, e sua relevância sociocultural na contemporaneidade.

No contexto dos princípios das relações públicas, buscando a compreensão das condições de gerenciamento da opinião pública, para investigar as ativações das produções da teledramaturgia, destaca-se a importância da telenovela na representação da pessoa *trans*, bem como seu papel na construção da opinião pública, para analisar potencialidades e limites de aplicação do merchandising social como estratégia para exposição da questão *trans* ao debate público.

## PAPEL DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA

Ao promover um debate sobre o gerenciamento da opinião pública no contexto do merchandising social, questiona-se o papel da opinião pública na relação entre os meios de comunicação de massa e a disseminação de conteúdo. Nesse cenário, aponta Lippmann

---

1 Graduando em Comunicação Social e Habilitação em Relações Públicas, na Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, 2018. E-mail: vitored.dumontfer@outlook.com

2 Doutora e mestre em Ciências pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Graduada em Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas, pela Universidade Federal de Goiás. Professora Titular na Faculdade Cásper Líbero.

3 Abreviação da palavra transgênero, expressão que exprime a diversidade de formas de viver o gênero, sendo a vivência do gênero como identidade ou funcionalidade.

(2008, p.40), “aqueles aspectos do mundo que têm a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida em que o comportamento cruza com o nosso, que é dependente do nosso, ou que nos é interessante, podemos chamar rudemente de opinião pública”.

A análise então parte destas limitações mais ou menos externas para a questão de como este “pinga-pinga” de mensagens do exterior é afetado pelas imagens arquivadas, os preconceitos e prejuízos que interpretam, preenchem e dirigem poderosamente o transcurso de nossa atenção e de nossa visão. Daí cabe seguir no exame de como nos indivíduos as limitadas mensagens do mundo exterior formam um padrão de estereótipos, são identificados com os interesses da pessoa à medida que ele as sente e as concebe. [...] [Examina-se] como as opiniões são cristalizadas no que é chamado opinião pública, como a aspiração nacional, a mentalidade de grupo, o propósito social, ou como se quiser chamar isso, é constituído (Lippmann, 2011, p. 41).

Portanto, compreende-se que não é só a mensagem emitida que se cristaliza em opinião pública, mas, sim, todo aquele repertório que há dentro de cada indivíduo social, o qual irá moldá-lo de acordo com o que interpreta, julga, filtra, bloqueia e ressignifica, se quiser, e como quiser. Dessa forma, torna-se estratégica a seguinte indagação para o início de nossas discussões: como as opiniões são manipuladas e gerenciadas por pessoas que nisso têm interesse? Como criamos percepções e, assim, lemos o mundo?

Para Lippmann (2011), a maioria das coisas que existem no mundo nós não vimos, não vivemos e não presenciamos, dessa forma, para todos os fenômenos e situações em nossas vidas, é formada uma imagem em nossas cabeças na qual a realidade se torna ficcional, portanto, a realidade se torna uma construção imagética, um produto da percepção e construção humana, como se a nossa percepção sobre o ambiente fosse o próprio ambiente. Para o autor, trata-se da ideia de “pseudoambiente”, pois “teremos que presumir que o que cada homem faz está baseado não em conhecimento direto e determinado, mas em imagens feitas por ele mesmo ou transmitidas a ele” (Lippmann, 2011, p. 37).

Esse pressuposto fica muito claro quando se avalia a performance dos enredos das telenovelas, que de certa forma criam, também, uma espécie de pseudoambiente, ou seja, uma tentativa imagética de um ambiente, um composto híbrido de “natureza humana” e “condições”. Dessa forma, há indícios que os espectadores desses artefatos midiáticos acabam validando e acreditando nas imagens produzidas, podendo ser este um possível indicador do papel da mídia na construção de opinião pública.

Outro problema que afeta a opinião pública e, principalmente, o âmbito das realidades ficcionais das telenovelas, é a simplificação. Considerando que o nosso cotidiano é recheado por uma extensa demanda informacional, a simplificação acontece quando o indivíduo social não consegue entrar em contato, interagir e ressignificar tudo que

é exposto na mídia, realizando uma redução de temáticas complexas em uma opinião sintética. Segundo Lippmann (2011), a falta de apetite informacional transfere aos indivíduos sociais uma posição confortável de simplificação, quando passa a ser possível rotular temáticas e atores sociais para emitir opiniões como verdade absoluta. Segundo Lippmann (2001, p. 31), “não estamos equipados para tratar com tanta sutileza, tanta variedade, tantas modificações e combinações. E embora tenhamos que agir naquele ambiente, temos que reconstruí-lo num modelo mais simples antes de poder manejá-lo”.

No que tange às abordagens ao mundo exterior, Lippmann (2011) pressupõe que as percepções humanas são baseadas na relevância de interesses e naquilo que é importante para cada interlocutor. E esta discussão fundamenta-se no contexto que é considerado o mais importante no constructo da formação de opinião pública: os marcos sociais e as diferenças de percepções na sociedade.

O processo de entrada e as características do marco social são pautados no papel dos líderes, que transferem e ensinam padrões de comportamento, de pensamento e reação, com base no padrão de julgamento que é institucionalizado nas famílias, grupos sociais, organizações, entre outros, e que arquetizam seus marcos sociais com seus respectivos códigos morais e de conduta, perante o funcionamento do cotidiano da sociedade civil organizada. Ademais, a formação e o agrupamento de um marco social reproduzem, de maneira prática, os estereótipos – um processo que se dá com a prevalência do julgamento inicial frente ao conhecimento de fatos – promovendo um enorme impacto na nossa cultura, nas nossas definições e percepções, assim,

[...] na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos. Na confusão brilhante, ruidosa do mundo exterior, pegamos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura (Lippmann, 2011, p. 85).

Com isso, percebe-se o poder dos estereótipos na sociedade, principalmente ao criar efeitos como o automatismo cego, que ocorre quando se estabelece uma cegueira para não enxergar, com funcionalidade, os fenômenos sociais.

[...] se o que estamos olhando corresponde bem ao que antecipamos, o estereótipo é reforçado para o futuro [...] Se a experiência contradiz o estereótipo, se o homem não é mais maleável, ele despreza a contradição como uma exceção que prova a regra, encontra uma falha em algum lugar e trata se esquecê-lo (Lippmann, 2011, p. 99).

Com efeito, destaca-se que essa explanação sobre o papel da mídia na construção de opinião pública prepara um cenário necessário para discutir o presente objeto de estudo,



na percepção que o desenvolvimento das tramas novelescas pode reforçar estereótipos quando potencializam pressupostos básicos de conduta moralista, e, desta forma, alinham-se a parcelas mais anacrônicas das audiências das produções da teledramaturgia.

Contudo, para encaminhar a discussão do papel da mídia na construção de opinião pública contemporaneamente, recorre-se à obra de Farias (2019), que busca analisar a construção de sentido em opinião pública, abordando a opinião pública e seus desdobramentos no âmbito midiático, tanto na influência da imprensa, quanto na presença e ubiquidade das redes sociais digitais, ratificando a importância da mídia para condensação de opinião pública.

O autor aponta que as redes sociais digitais operaram uma simplificação no fluxo de comunicação, tornando possível uma maior liberdade de expressão pública nesses canais de comunicação. E isso também revela a potência dos meios de comunicação interconectados e das redes sociais digitais na formação de opinião, dado que alcançam e impactam diversos públicos.

Por fim, destaca-se que toda a discussão sobre o papel da mídia na construção de opinião pública aponta que a mídia tem forte poder de influência na construção de sentido sobre diversas temáticas, situações, fenômenos e relacionamentos que permeiam o cotidiano social, ensejando, assim, o debate sobre informação versus opinião.

## TELENOVELAS E SUA RELEVÂNCIA CULTURAL

Para compreender e/ou absorver a relevância cultural da telenovela como produto televisivo, faz-se necessário entender a potência da presença maciça da televisão, bem como da telenovela, no contexto social brasileiro.

A televisão oferece a difusão de informações acessíveis a todos sem distinção de pertencimento social, classe ou região. Ao fazê-lo, ela torna disponíveis repertórios anteriormente da alçada privilegiada de certas instituições socializadoras tradicionais como a escola, a família, a igreja, o partido político, a agência estatal. A televisão dissemina a propaganda e orienta o consumo que inspira a formação de identidades. Nesse sentido, a televisão, e a telenovela em particular, é emblemática do surgimento de um novo espaço público, no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos, deixou de ser monopólio dos intelectuais, políticos e governantes, dos titulares dos postos de comando da sociedade (Lopes, 2003, p. 18).

Segundo Lopes (2003), telenovela é o nome genérico dado à narrativa ficcional televisiva no Brasil, independentemente de seu formato ser telenovela *stricto sensu* ou minissérie, caso especial e afins. Além disso, a autora afirma o caráter protagonista da Rede Globo de Comunicações no fomento ao desenvolvimento e produção de telenovelas no

Brasil, considerando a emissora como uma das principais responsáveis pela especificidade da teleficção brasileira. Desse modo, o sucesso da Rede Globo na produção de telenovelas deve-se a um conjunto de fatores que vão do caráter técnico e industrial da produção ao nível estético, artístico e à preocupação com o texto, enredo e narrativas, o que consolidou o chamado “Padrão Rede Globo de Qualidade”.

Com efeito, as telenovelas vêm contribuindo, historicamente, para uma série de mudanças nos hábitos da população brasileira. Acredita-se que as telenovelas conquistam audiência por trazer, em seus enredos e tramas, diversas situações e experiências vividas no cotidiano e no entorno social das audiências.

A telenovela, durante toda sua produção e exibição, busca lidar, diretamente, com a emoção e a razão do telespectador. A utilização de temáticas mais próximas do cotidiano foi um fator que, provavelmente, contribuiu também para fazer da telenovela um dos mais característicos produtos da Indústria Cultural brasileira. Em outras palavras, as telenovelas fazem o telespectador sentir as situações vividas pelas personagens da trama através de questões levantadas no seu enredo e o autor, do enredo que estiver em questão, procura também fazer este telespectador pensar, refletir diante das problemáticas vivenciadas pelas personagens (Abreu et al., 2010, p. 2).

Destaca-se que a sociedade brasileira revela ser impactada fortemente pelas telenovelas, o que se percebe, inclusive, quando questões polêmicas são tratadas nas suas tramas, já que o debate e formação de opinião sobre elas é imediata e ganha discussão massiva. Isso posto, considera-se que as telenovelas têm grande influência para o pensamento ideológico da organização social, como sistema consumidor desse produto cultural, haja vista que a aproximação e a formação de opinião dos telespectadores com a realidade das personagens expressas nas narrativas novelescas podem promover certo paralelismo cultural e uma hibridização do âmbito ficcional com o real, criando, assim, correntes de pensamentos e configurações de comportamento, conduta e expressividade social que a se assemelham com os atributos das personagens no enredo das telenovelas.

## IDENTIDADE E REPRESENTAÇÃO

Nos dias que correm, a questão de identidade é bastante discutida pelas teorias sociais e estudos culturais, ademais, as representações possuem grandes implicações sobre as identidades, haja visto que as representações têm a ver como nossas identidades estão sendo representadas e como essa representação afeta a forma como passa-se a representar, através das próprias narrativas do eu (HALL, 2000, p.109).

No que tange ao conceito de identidade, Hall explica:

[...] O que denominamos “nossas identidades” poderia provavelmente ser melhor conceituado como as sedimentações através do tempo daquelas diferentes identificações ou posições que adotamos e procuramos “viver”, como se viessem de dentro, mas que, sem dúvida, são ocasionadas por um conjunto especial de circunstâncias, sentimentos, histórias e experiências única e peculiarmente nossas, como sujeitos individuais. Nossas identidades são, em resumo, formadas culturalmente (Hall, 2000, p. 7).

Segundo Stuart Hall, as identidades sociais devem ser pensadas como construídas no interior da representação, pela cultura, sendo resultantes de um processo de identificação que nos permite posicionarmo-nos no interior das definições fornecidas pelos discursos culturais. Desse modo, nossas subjetividades são produzidas parcialmente de modo discursivo e dialógico (Moraes, 2019, p.169).

As identidades são cada vez mais fragmentadas e fraturadas, multiplicadamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições. Desse modo, a identidade nasce da congruência entre os conceitos e definições representados para nós pelos discursos de uma cultura e pelo nosso desejo de responder aos apelos feitos por esses significados (Hall, 2000).

Por conseguinte, para Hall (2002), é pelo uso que fazemos das coisas, pelo que dizemos, pensamos e sentimos – como representamos – que damos significado. Com isso, a proposta de Hall sobre o conceito de representação é motivada pelo esforço de investigação sobre a construção do significado identitário e cultural. De acordo com o autor, os significados culturais têm efeitos reais e regulam práticas sociais. Conceitualmente, o significado identitário estabelece-se com a sensação de pertencimento e o reconhecimento da sua própria identidade, assim, esse significado pode ser compartilhado, permitindo que terceiros decodifiquem ou interpretem mais ou menos de igual forma. Portanto, as linguagens funcionam por meio da representação, constituindo-se em sistemas de representação.

Em seus escritos, Hall (2002, p. 9-10) aborda três teorias que discutem a representação: a reflexiva, a intencional e a construcionista. Cada uma delas apresenta abordagens diferenciadas para a interpretação dos significados nas mensagens. Na teoria reflexiva, a linguagem funciona como espelho que reflete o verdadeiro significado já existente no mundo; não intencional, aquele que fala impõe o significado através da linguagem; e, na teoria construcionista, a linguagem é tomada como um produto social, no qual os significados são construídos através dos sistemas de representação. É nessa terceira visão que o autor encontra um melhor ajuste à sua concepção da representação. (Moraes, 2019, p.169).

Transferindo essa conceituação para a contemporaneidade sociocultural, entende-se que a globalização, evolução tecnológica, tornou as sociedades mais complexas, principalmente após inserir-se em um contexto de sociedade conectada em rede. Com isso, os meios de produção, circulação e troca cultural tiveram que se adaptar e se expandir nesses novos moldes sociais. Na contemporaneidade da mídia, tornaram-se corriqueiras as representações para problematizar a questão das diferenças sociais e para determinar que certos modos de ser sejam produzidos e circulem socialmente, sustentando o marketing de produtos e ideias (Hall, 1997).

## A PESSOA *TRANS* NO BRASIL

No Brasil, ainda não há consenso de conceituação sobre o termo “transgênero”. Entretanto, Jaqueline de Jesus (2012) apresenta, em “Orientações sobre a população transgênero: conceitos e termos”, alguns pontos de vista e postulações de especialistas e militantes, que vêm preconizando essa discussão na academia.

Para a autora, reconhecendo-se a diversidade de formas de viver o gênero, dois aspectos cabem na dimensão transgênero como expressões diferentes da condição: a vivência do gênero como identidade (transexuais e travestis) ou como funcionalidade (crossdressers, drag queens, drag kings e transformistas) (Jesus, 2012, p.7).

Sejam suas causas motivadas por fatores biológicos e/ou sociais, a resposta mais simples e completa que define as pessoas transexuais é a de que: “mulher transexual é toda pessoa que reivindica o reconhecimento como mulher, bem como o homem transexual é toda pessoa que reivindica o reconhecimento como homem” (Jesus, 2012, p.8).

Transexuais sentem que seu corpo não está adequado à forma como pensam e se sentem, e querem corrigir isso adequando seu corpo ao seu estado psíquico. Isso pode se dar de várias formas, desde tratamentos hormonais até procedimentos cirúrgicos. Para a pessoa transexual, é imprescindível viver integralmente como ela é por dentro, seja na aceitação social e profissional do nome pelo qual ela se identifica ou no uso do banheiro correspondente à sua identidade, entre outros aspectos. Isso ajuda na consolidação da sua identidade e para avaliar se ela pode fazer a cirurgia de transgenitalização (adequação do órgão genital). Algumas pessoas transexuais decidem não fazer a cirurgia (Jesus, 2012, p.8)

Visando à compreensão funcional das diferentes dimensões da identidade de gênero, para que se promova a produção de novos materiais, fundamentados em conceitos atualizados e em diálogo com a realidade das pessoas, apresentam-se na tabela 1 algumas definições extraídas do “Glossário de termos inclusivos” desenvolvido por Jesus (2012, p.13), em busca do entendimento das diferenças sobre diversidade identitária, incluindo conceitos relacionados a gênero e orientação sexual.

**Tabela 1: Termos inclusivos selecionados**

GLOSSÁRIO	DEFINIÇÃO
Sexo	Classificação biológica das pessoas como machos ou fêmeas, baseada em características orgânicas como cromossomos, níveis hormonais, órgãos reprodutivos e genitais.
Gênero	Classificação pessoal e social das pessoas como homens ou mulheres. Orienta papéis e expressões de gênero. Independente do sexo.
Expressão de gênero	Forma como a pessoa se apresenta, sua aparência e seu comportamento, de acordo com expectativas sociais de aparência e comportamento de um determinado gênero. Depende da cultura em que a pessoa vive.
Identidade de gênero	Gênero com o qual uma pessoa se identifica, que pode ou não concordar com o gênero que lhe foi atribuído quando de seu nascimento. Diferente da sexualidade da pessoa. Identidade de gênero e orientação sexual são dimensões diferentes e que não se confundem. Pessoas transexuais podem ser heterossexuais, lésbicas, gays ou bissexuais, tanto quanto as pessoas cisgênero.
Papel de gênero	Modo de agir em determinadas situações conforme o gênero atribuído, ensinado às pessoas desde o nascimento. Construção de diferenças entre homens e mulheres. É de cunho social, e não biológico.
Transgênero	Conceito “guarda-chuva” que abrange o grupo diversificado de pessoas que não se identificam, em graus diferentes, com comportamentos e/ou papéis esperados do gênero que lhes foi determinado quando de seu nascimento.

Fonte: Definições extraídas de Jesus (2012, p.13)

## “MERCHANDISING SOCIAL”:

### ORIGEM, CONCEITOS, APLICAÇÕES E CRÍTICAS

Conforme Nicolosi (2009, p.38), historicamente, o termo merchandising social provém de uma área específica de comunicação vinculada ao marketing, nesse caso, a comunicação mercadológica, à qual estão associadas atividades de criação publicitária, promoção e divulgação de produtos/serviços, sempre de acordo com as condições de produção organizacional, seja qual for o seu âmbito de atuação, com a demanda do momento ou em potencial.

Transferindo e aproximando-se do contexto do objeto de pesquisa, tem-se que a inserção do merchandising na mídia, em particular, na telenovela, passou a significar a publicidade implícita que se faz no interior da ficção, durante o decorrer da ação na telenovela,

criada no texto pelo próprio autor (Pallotini, 1998, p.128, *apud* Nicolosi 2009, p.38). Essa publicidade é inserida no fluxo narrativo, na corrente ficcional, e dela passa a fazer parte.

Dessa forma, é nesse contexto aliado às narrativas ficcionais novelescas que nascem as primeiras menções ao merchandising social, em função do marketing associado ao produto social. Portanto, conforme assinala Nicolosi (2009, p.39), o termo marketing social apareceu pela primeira vez em 1971, para descrever o uso de princípios e técnicas de marketing para a promoção de uma causa, ideia ou comportamento social. Isso posto, é com base nessa noção que o merchandising social ganha suas primeiras conceituações, tornando-se uma execução comunicacional e midiática do marketing social, bem como postula, inicialmente, Schiavo (1995, p.100), que apresenta o merchandising social como

A inserção intencional e motivada por estímulos externos de questões sociais nas tramas das telenovelas. Através do Merchandising social, criam-se oportunidades para interagir com as telenovelas, compondo momentos da vida dos personagens e fazendo com que eles atuem como fundadores de opinião e ou introdutores de inovações sociais. Enquanto estratégia de mudança de atitudes e adoção de novos hábitos, o merchandising social é instrumento dos mais eficientes, tanto pelo elevado número de pessoas que atinge quanto pela forma como demonstra a efetividade do que está sendo promovido (Schiavo, 1995, p. 100).

Desse modo, o merchandising social constitui uma das mais criativas e eficazes modalidades de *entertainment-education* (*edutainment*), estratégia de comunicação para grandes audiências que procura associar propósitos educacionais às atividades e programas de entretenimento.

Nessa linha de análise do merchandising social, acredita-se que o tratamento das questões sociais nas tramas e enredo serve para evidenciar problemas pontuais na sociedade, mas, principalmente, enaltecer alternativas de solução, estratégias de ação mediante questões em que a sociedade brasileira tem-se mostrado cada vez mais sensível, revelando um caráter de socioeducação dirigida aos telespectadores, por parte das novelas, uma vez que, quando as mensagens são passadas por intermédio da novela, causam mais impacto do que ativações propagandísticas em intervalos comerciais.

Historicamente, no Brasil, segundo Balbino (2016, p.2), a inserção de campanhas propagandísticas de cunho social nas telenovelas começou há muito tempo, muito antes de esse termo merchandising social existir. Assim, no período de “abrasileiramento” das produções da indústria cultural brasileira, em especial das telenovelas – a partir da trama Beto Rockfeller, produzida e exibida pela TV Tupi em 1969 –, as telenovelas brasileiras começaram a abordar, nas narrativas ficcionais, aspectos e contextos da realidade e os problemas das relações e do cotidiano social, apresentando-nos, assim, uma outra percepção sobre merchandising social. Nesse sentido, afirma Andressa Rickli:

O merchandising social assume um papel importantíssimo na formação de cidadãos, quando se propõe a tratar dos mais variados temas de forma lúdica, buscando a representação da existência de seres humanos conscientes livres e responsáveis. Além disso, contribui para construção de um novo olhar a respeito dos temas abordados, gerando assim novos posicionamentos, questionamentos, tirando proveito daquilo que lhe é oferecido. O conhecimento dos benefícios do poder da mídia e da relação das produções midiáticas com a formação moral e ética dos cidadãos pode favorecer a construção de uma sociedade mais consciente das realidades alheias, que compreendam a realidade com uma visão mais crítica. Nessa perspectiva, a forma como se dá a inserção do tema alcoolismo entre outras temáticas sociais influencia e trata esses assuntos de maneira a se constituir como instrumento eficaz para a disseminação de novas condutas. Diante disso, o merchandising social pode favorecer a inserção de temas tidos por alvo de preconceito dos indivíduos, de forma a mudar comportamentos, ideias e pré-concepções que geram efeitos na vida em sociedade. Hábitos, valores, crenças, costumes e experiências sociais como alvo de transformação da sociedade de forma responsável, favorecendo assim a formação de pessoas mais críticas e conscientes (Rickli, 2010, p. 573).

Com efeito, a adoção dessa estratégia por parte de emissoras de televisão ocorre a partir do momento em que estas reconhecem a necessidade de atuarem e se relacionarem com telespectadores com responsabilidade social, incorporando também o marketing social. Contudo, nas emissoras de TV, o merchandising social está circunscrito às condições de produções das telenovelas, o maior e mais rentável produto das emissoras. Dessa forma, a utilização da estratégia de merchandising social por parte de grandes emissoras, como a Rede Globo, é compreendida como um conjunto de mensagens socioeducativas inseridas nas tramas das produções ficcionais.

Segundo Castro e Bezerra (2018, p.182), no ano de 2009, as pesquisas realizadas pelo Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (Obitel) se debruçaram sobre a presença crescente da publicidade nas narrativas de ficção televisiva e, diante do produto resultante desse debate coordenado por Lopes e Orozco Gómez (2009), é possível extrair uma densa interpretação do *merchandising social*:

Merchandising social é definido como uma estratégia de comunicação que consiste na veiculação, nas tramas e enredos das produções de tele-dramaturgia e nos programas de entretenimento, de mensagens socio-educativas que permitem à audiência extrair ensinamentos e reflexões capazes de mudar positivamente seus conhecimentos, valores, atitudes e práticas. O que caracteriza o merchandising social é a presença de re-

ferências de medidas preventivas, protetoras, reparadoras ou punitivas; alerta para causas e consequências associadas, ou quanto a hábitos e comportamentos inadequados etc. (Lopes e Orozco Gómez, 2009, p. 153).

Por conseguinte, Castro e Bezerra (2018, p.184) relatam, que no 11º Seminário Internacional do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (Obitel), realizado na Universidade de São Paulo em 2016, a diretora de responsabilidade social da Rede Globo, Beatriz Azeredo, explicou que existem dois tipos de inserções na estratégia do merchandising social: as cenas “de contexto” e as cenas “socioeducativas”. No primeiro caso, trata-se de um tema que é abordado na história, seja por meio da fala de um personagem ou quando é assunto da própria narrativa em questão. Já nas cenas “socioeducativas”, o tema é abordado em vários capítulos, ocorrendo uma resolução da situação de conflito criada para apresentar a temática. “Muitas vezes [o tema] chama a atenção no início por um lado negativo, como na violência doméstica que são várias cenas e tem uma reação incômoda” (Azeredo, 2016).

Além disso, estrategicamente, como prestação de contas dessas inserções sociais, a Rede Globo disponibiliza anualmente um Relatório de Ações Sociais, permitindo visualizar e analisar cada temática trabalhada, a quantidade de ações feitas e programas envolvidos, bem como os desdobramentos em projetos fora da televisão, uma estratégia que nos revela a importância atribuída às ações de cunho social na programação da Rede Globo:

Fortalecer o papel social da televisão desde sempre fez parte das nossas prioridades. Esse princípio está refletido em nossa gestão e em toda a nossa grade de programação. Pode ser acompanhado diariamente na trama das novelas, no conteúdo dos programas, na cobertura do jornalismo e mesmo nos intervalos comerciais, quando cedemos gratuitamente o nosso vídeo para que milhões de brasileiros conheçam e se mobilizem em torno de temas sociais relevantes. (Rede Globo, 2011, p.3)

Complementarmente, entende-se a necessidade da responsabilidade social como fator humanizador das condições de produção e construção de tramas e personagens novelescos, pois essa atitude promove debates na sociedade, imputando as ações, aspirações ideológicas de grupos e questões sociais como assuntos de interesse coletivo, assim, concorda-se fortemente com Reis (2016) ao afirmar que as ações de merchandising social nas telenovelas contribuem para a informação e conscientização da população, bem como para a promoção da “dignidade humana” no que tange ao respeito à diversidade e à promoção da inclusão de minorias sociais em nossa sociedade.

Em síntese, pensando nas condições de produção da indústria cultural e dos produtos televisivos, o merchandising social consegue, com o suporte do apelo ficcional das narrativas das telenovelas, estreitar relacionamento e se aproximar do cotidiano social



para sensibilizar o público quanto a questões sociais, e, assim, funcionalizar audiência e repercussão espontânea. Finalmente, acredita-se que, por sua relevância, a telenovela brasileira sempre terá um espaço cativo na nossa sociedade, pois se constitui em um dos maiores fenômenos da cultura de massas na contemporaneidade e de maior audiência, mesmo com toda inovação dos aparatos midiáticos e ascensão de novas tecnologias.

Com isso, considera-se que o merchandising social apresenta uma enorme importância para a teledramaturgia brasileira, haja vista que essa ferramenta fomenta a visibilidade de questões, relações e demandas da sociedade, servindo como um gigante porta-retratos do estrato social e suas configurações de organização e sustentabilidade da vida social. Além disso, o merchandising social motiva as produções novelescas a exercerem uma função sociocultural e gerar conteúdo e compartilhamento de informações, promovendo, geralmente, uma reflexão humanitária do contexto social do qual estão inseridas.

### **BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE A PERSONAGEM IVAN/IVANA À LUZ DO MERCHANDISING SOCIAL**

Escosteguy (2010, apud Coiro-Moraes, 2014, p. 228), a respeito do pressuposto epistemológico dos Estudos Culturais como metodologia de pesquisa em comunicação, afirma que esta área se constitui em “um campo de estudos em que diversas disciplinas se interseccionam no estudo de aspectos culturais da sociedade Estudos Culturais aplicados a pesquisas em comunicação contemporânea, constituindo um trabalho historicamente determinado”.

Dessa forma, acredita-se que o emprego de conceitos operados pelos Estudos Culturais para as mídias audiovisuais torna-se estratégico para a discussão empreendida neste ensaio, uma vez que se torna uma ferramenta metodológica em potencial para análise das condições de produção de telenovelas, no que tange, principalmente, à construção de identidade de personagens e suas representações nas tramas novelescas.

A telenovela “A Força do Querer”<sup>4</sup>, de Glória Perez, foi tomada, aqui, como exemplo emblemático de merchandising social em uma produção da teledramaturgia nacional. Além disso, a representação da pessoa *trans* na mídia, notadamente na telenovela, mostra-se uma questão relevante no contexto brasileiro, dado que essa população vem historicamente sofrendo discriminação e violência no país. Assim, a identidade *trans* de Ivan/Ivana se constitui em tema extremamente importante, pois a simples presença da personagem se configura como agente ativo para análise dos possíveis impactos à sociedade com a sua veiculação.

---

<sup>4</sup> “A Força do Querer” foi uma telenovela brasileira produzida e exibida pela Rede Globo de Televisão. A produção apresentou-se em 172 capítulos e foi exibida no período entre 03/04/2017 – 20/10/2017, criada e escrita pela autora Glória Perez. Estruturalmente, em “A Força do Querer”, a trama da dramaturgia explorava, fortemente, questões sociais abordadas de maneira muito escassa e/ou superficial, como transexualidade, identidade de gênero, sereísmo, jogo patológico, cultura POP, cosplays e tráfico de drogas.

Há indícios de que a novela estudada e escolhida corresponde a uma produção da teledramaturgia que superou muitas expectativas mercadológicas e bateu recordes de audiência. Esse fato se deu, possivelmente, pelo conteúdo abordado em sua trama, incluindo-se, nesse caso, a questão *trans*.

No que tange à representação midiática da pessoa *trans*, a transformação sociocultural de Ivana em Ivan na novela “A Força do Querer” está circunscrita ao drama de Ivana/Ivan. Filho temporão de Joyce e Eugênio, foi criado como uma verdadeira princesa por seus pais, tendo sido, na infância e juventude, de aparência feminina. Ao longo da trama da novela, Ivan se revela um transexual homem, ao passo que enfrenta duras experiências, como preconceito, discriminação, crise identitária, depressão, entre outros. Os principais momentos da vida da personagem constroem a história de sua transformação, como os episódios de rejeição social, agressão física derivada da intolerância com transexuais, dificuldades com a aceitação familiar, e a cirurgia de mudança de sexo, entre outras passagens, capazes de rememorar, em um curto tempo, a vida de luta, resistências e algumas glórias da personagem.

A história de Ivan pode ser considerada um exemplo de merchandising social em que a representação da pessoa *trans* ganhou contornos de ativismo social, refletindo questões de identidade dessa população no contexto brasileiro. Nesse sentido, pode-se observar a importância do merchandising social como estratégia de formação da opinião pública.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que a discussão do merchandising social não nos permite uma conclusão definitiva, porém considera-se que esse tipo de merchandising vem quebrando barreiras e expandindo a discussão sobre questões socialmente relevantes. Contudo, o debate deve ser ampliado para a garantia das funcionalidades do merchandising social.

Concorda-se com o pressuposto de que se o público criar empatia com a história, a missão do merchandising foi cumprida, mas somente quando alguém consegue se identificar e associar a trama e a própria personagem à sua própria história. Por isso, acredita-se que a crítica ao termo merchandising social surge por uma grande divergência sobre sua conceituação como ferramenta aliada às condições de produção novelescas. Ou seja, essa falta de clareza técnica sobre a funcionalidade da performance desse tipo de ferramenta dificulta a compreensão pública sobre a sua utilização, uma vez que se torna um enorme desafio delimitar que características fazem uma personagem ou um núcleo novelesco serem, de fato, imputados como merchandising social.

Ademais, atenta-se para o fato de que o uso, corrompido mercadologicamente, do merchandising social pode gerar um conteúdo disfuncional no que tange à representação de personagens, uma vez que a abordagem de questões sociais, se não estruturada prévia e estrategicamente, pode acarretar em representações inadequadas de grupos so-

ciais e suas respectivas vozes, que resistem e lutam na sociedade contra a falta de espaço para sua expressão na sociedade.

Com isso, acredita-se que o merchandising social é uma ferramenta útil para dar visibilidade a lutas, questões e grupos sociais, e isso vem contribuindo, cada vez mais, para maior compreensão e inclusão social, haja vista que muitas barreiras estão sendo ultrapassadas no momento em que a televisão retrata essas questões sociais em suas peças midiáticas. Todavia, destaca-se que, mesmo que nem toda representação novelesca constituiu-se em merchandising social, respeito e humanização para utilizar essa ferramenta têm que ser os pilares das condições de produção das emissoras, para que nenhuma ativação de merchandising social opere para obscurecer a verdadeira essência das realidades dos atores e das questões sociais a serem representadas nas telenovelas.

## REFERÊNCIAS

ABREU, A. P. de et al. Uma abordagem dos temas sociais e cotidianos em telenovelas e a influência destes na sociedade. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Campina Grande, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1520-2.pdf>>.

AZEREDO, B. A mobilização por meio da ficção. **11º Seminário Internacional do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva – OBITEL**. São Paulo, ECA-USP, 2016.

BALBINO, J. Telenovela e Sociedade: A questão do Merchandising Social na Teledramaturgia Brasileira. **XX Encontro Estadual de História: ANPUH-SP**, 2016. Disponível em: [http://www.encontro2016.sp.anpuh.org/resources/anais/48/1467499262\\_ARQUIVO\\_TelenovelaeSociedadeAQuestaoDoMerchandisingnaTeledramaturgiaBrasileira.pdf](http://www.encontro2016.sp.anpuh.org/resources/anais/48/1467499262_ARQUIVO_TelenovelaeSociedadeAQuestaoDoMerchandisingnaTeledramaturgiaBrasileira.pdf)

BATISTA, M. C.; RIZZOTTO, C. C. Identidades estereotipadas: análise da representação dos moradores de Joinville no quadro JA nos Bairros. **Intexto**. Porto Alegre, UFRGS, n. 38, p. 60-79, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/64219/40231>.

CASTRO, G. G. S.; BEZERRA, B. B. Merchandising social na telenovela brasileira: notas sobre a promoção da sustentabilidade ambiental em Velho Chico. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.**, São Paulo, v. 41, n. 3, p. 179, Set. 2018. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-58442018000300179&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442018000300179&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 12/09/ 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1809-58442018310>.

COIRO-MORAES, A. L. Estudos Culturais aplicados a pesquisas em comunicação. In: **Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino**. Rose Mara Vidal de Souza José Marques de Melo Osvaldo J. de Moraes (Organizadores). Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM, 2014. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba840f439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>

FARIAS, L. A. de. **Opiniões Voláteis:** opinião pública e construção de sentido. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2019.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: **Educação & Realidade**. jul/dez. 1997. p. 15-46.

\_\_\_\_\_. **Quem precisa de identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença:** a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

JESUS, J. G. de. **Orientações sobre a população transgênero:** conceitos e termos. Brasília, 2012. Disponível em: <[https://www.sertao.ufg.br/up/16/o/ORIENTA%C3%87%C3%95ES\\_POPULA%C3%87%C3%83O\\_TRANS.pdf?1334065989](https://www.sertao.ufg.br/up/16/o/ORIENTA%C3%87%C3%95ES_POPULA%C3%87%C3%83O_TRANS.pdf?1334065989)>. Acesso em: 28/02/2017

LIPPMANN, W. **Opinião Pública.** Trad. de Jacques A. Wainberg. 2 ed. Petrópolis, RP: Vozes, 2010.

LOPES, M. I. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, n.26, p. 17-34, 30 abr. 2003

LOPES, M. I. V.; OROZCO GÓMEZ, G. (coords). **A ficção televisiva em países ibero-americanos:** narrativas, formatos e publicidade. Anuário OBITEL. São Paulo: Globo Universidade, 2009.

MORAES, M. L. B. Stuart Hall: cultura, identidade e representação. **Revista Educar Mais**, v.3, n.2, p. 167-172, 2019. Disponível em: <http://periodicos.ifsul.edu.br/index.php/educarmais/article/view/1482/1183>

NICOLOSI, A. P. **Merchandising social na telenovela brasileira.** Um diálogo possível entre ficção e realidade em Páginas da Vida. 2009. 288p. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2009.

REDE GLOBO. **Relatório de Ações Sociais 2011.** Rio de Janeiro: Sol Gráfica, 2011.

RICKLI, A. D. Merchandising Social: Ferramenta Sócio-Educativa na Telenovela. In: **Anais da VI Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e I Conferência SulAmericana de Mídia Cidadã.** Pato Branco/PR. 2010. UNICENTRO – Universidade Estadual do Centro Oeste, 2010.

SCHIAVO, M. **Merchandising social:** uma estratégia de sócio-educação para grandes audiências. Tese de Livre-Docência. Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1995.

SCHIAVO, M. Ruiz. Merchandising social: As Telenovelas e a Construção da Cidadania. **INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA, 2002.** Disponível em: <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002\\_anais/2002\\_NP14SCHIAVO.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_NP14SCHIAVO.pdf)>.

SOUZA, M. S. de. **Temática, tema e merchandising social em telenovela:** memória, recepção, percepção. 2009. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. doi:10.11606/T.27.2009.tde-07062013-110628. Acesso em: 2019-09-12.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-88668-08-9



9 788588 668089