

ANAIS DO XV SEMINÁRIO DE ALUNOS DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM COMUNICAÇÃO – PÓSCOM 2018

Vol. 7

GT 4 – COMUNICAÇÃO, NARRATIVIDADE E DISCURSOS
MIDIÁTICOS

Sessão 2

ISBN 78-85-93747-00-7
PUC-RIO
2018

COMISSÃO ORGANIZADORA PÓSCOM 2018

Coordenação-geral: Caroline Pecoraro e Thaís Cabral

Andrei Maurey
Ana Paula Gonçalves
Bruna Lacerda
Cristina Matos
Diana Vaisman
Flávia Moreira
Joana Beleza
Julia Lery
Isabel Feix
Lívia Boeschestein
Luisa Salles
Lucas Coimbra
Lucas Gamonal
Luciane da Costa Moreira
Luiz Baez
Marcell Carrasco
Marcela Azevedo
Maria Carolina Medeiros
Miguel Mendes
Melba Porter
Mônica Chaves
Natalia Machado
Sheila Ferreira
Tainá Amorim

GT 6 – Comunicação, narratividade e discursos midiáticos

Coordenação: Tatiana Siciliano e Vera Figueiredo

Co-Coordenação: Lilian Saback

Assistência: Miguel Mendes e Natalia Machado

Ementa: Busca refletir sobre os diferentes gêneros narrativos midiáticos (audiovisuais ou impressos) e seus espaços discursivos, abordando as tensões entre aspectos ficcionais e não ficcionais (como o jornalístico) na produção do efeito comunicacional, na construção do imaginário e nas (re)apropriações subjetivas.

SUMÁRIO

O entretenimento como narrativa no capitalismo cognitivo	
Ana Goulart de Andrade e Daniele de Castro Alves.....	04
O narrador na era do streaming	
Cristina Matos.....	18
A mulher em The Real Football Factories: uma crítica feminista das representações	
Daniela Torres de Araújo.....	28
Era o Hotel Cambridge e os narradores de um Brasil cosmopolita	
Iverson Spezani.....	40
Civilidade e modernidade: narrativas e mediações no Rio de Janeiro dos séculos XX e XXI	
Maria Carolina Medeiros e Melba Porter.....	52
Choro, raiva e controle das emoções em historietas ilustradas de O Tico-Tico	
Miguel Mendes.....	66
A imagem fotográfica: paradigmas, linguagem e discurso	
Rogério Andrade de Jesus.....	81
O poder da convergência midiática e das múltiplas telas no Netflix: uma análise sobre a repercussão da série documental Making a Murderer	
Tatiana Helich Lopes.....	93
Profissão de protagonista x profissão de vilão: uma análise sobre representações em telenovelas da TV Globo	
Valmir Moratelli.....	109

O entretenimento como narrativa no capitalismo cognitivo:* **do telejornalismo ao *Branded Content***

Ana Paula Goulart de Andrade**

Daniele de Castro Alves**

Resumo

Esse artigo reflete sobre o telejornalismo no que se refere à produção de conhecimento, baseada na construção social da realidade. A proposta do artigo é identificar a transição do telejornalismo e novas formas de produção que têm como o foco o entretenimento. Considerando as transformações do capitalismo fordista para o capitalismo cognitivo, nota-se como crescente a atividade de *branded content*, utilizando as narrativas como forma de produção de conteúdo por profissionais de jornalismo. Para isso, o artigo está apoiado em estudos teóricos que problematizam a crença nas notícias, bem como os critérios de noticiabilidade no campo televisivo, na cultura das redes e em conceituações sobre *branded content*.

Palavras-chave: teoria construcionista; telejornalismo; capitalismo cognitivo; entretenimento; *branded content*.

1. O telejornalismo em transição

Pensar na produção jornalística enquanto forma de produção de conhecimento é admitir a influência de novos processos na construção social da realidade. A partir de uma perspectiva construcionista, o jornalismo pode ser compreendido como um lugar de produção de conhecimento, dentro de um campo discursivo de disputas ao acesso à esfera pública em uma sociedade democrática, conforme apontam Traquina (2005), Alsina (2009) e Schudson (2010). Ao propor a ideia de Jornalismo Construtivista, Pereira Júnior e Rocha (2011) destacam:

O conjunto dos acontecimentos construídos pela mídia como tendo transcendência social compõem um lugar de referência, para orientar a compreensão da realidade das pessoas e a sua ação no mundo. Por isso, precisam ser acreditados como verdadeiros. Mas o discurso jornalístico precisa ser assumido como falível para pretender a sua excelência, ou seja, a sua constante legitimação como válido, verdadeiro e correto junto ao seu auditório, visto que as pessoas que compõem o seu público são seres em processo que estão, mais ou menos, sempre ampliando seu conhecimento sobre o mundo (PEREIRA JÚNIOR; ROCHA, 2011: 762).

*Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos, durante o XV Poscom PUC-Rio, de 6 a 9 novembro de 2018. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

**Doutoranda em Comunicação (PUC-Rio), Mestre em Comunicação (PUC-Rio). Professora dos Cursos de Jornalismo (Ibmec, Facha e FPG), Coordenadora de Pós-Graduação (Facha). E-mail: goulartdeandrade@gmail.com.

**Doutoranda em Comunicação (UERJ), Mestre em Comunicação (UERJ). E-mail: danieldecastroalves@gmail.com.

A institucionalização do jornalismo enquanto fiscalizador do poder como esfera pública ocorreu em um terreno fértil onde se tinha o elemento notícia como valor, amparado no modelo da teoria democracia representado pela imprensa. Assim, os jornais foram transformados em produtos fabricados por empresas em que jornalistas atuavam executando as suas rotinas de forma profissional, construindo as notícias a partir de uma série variável e flexível de critérios de noticiabilidade e previsibilidade de acontecimentos, dentro de um esquema de ordenação de tempo e espaço (Silva, 2014; Traquina, 2005).

A legitimidade do jornalismo está intimamente ligada às pretensões de conhecimento e verdade. Isso é graças a sua alegação de ser capaz de oferecer cidadania ao conhecimento relevante e confiável que o jornalismo justifica sua posição como uma instituição constitutiva em uma sociedade democrática. As pretensões de conhecimento são justificadas e legitimadas dentro da estrutura de epistemologias (EKSTRÖM, 2002:260).¹

Uma questão central para essa discussão e compreensão é a crença jornalística, que aponta imbricações como a ética e a legitimação discursiva. Lisboa e Benetti (2015) falam sobre credibilidade jornalística do ponto de vista epistemológico. De acordo com as autoras se o jornalismo é uma fonte de conhecimento da realidade, ele precisa nutrir três elementos fundamentais: a crença, a verdade e a justificação em seu próprio discurso. A credibilidade está ligada à confiança e pode ser *constituída* (de quem anuncia) ou *percebida* (atribuída pelo interlocutor):

Essa distinção é importante porque os valores que sustentam a credibilidade percebida – atribuída pelo leitor – nem sempre correspondem aos valores “canônicos” que desenham o *ethos* do jornalismo e que são geralmente associados à credibilidade constituída “do jornalismo” ou “do veículo”. A credibilidade tem uma natureza intersubjetiva: para ser um predicado, não pode ser uma qualidade auto atribuída, mas se forma no contexto de uma relação e é dependente da perspectiva de outro sujeito (LISBOA; BENETTI, 2015:12).

O excesso de informação que circula na forma de notícia nas redes coloca o jornalismo em um grau de importância cada vez mais elevado, considerando a influência exercida na vida das pessoas ao construir socialmente a realidade do mundo, o que tem causado impacto significativo no papel das audiências das mídias. Esse comportamento ocorre tanto no âmbito da produção, quanto da circulação e distribuição de conteúdos jornalísticos, e o telejornalismo não está fora disso: “o crescimento vertiginoso do acesso às novas mídias tem modificado profundamente as velhas estruturas de produção e difusão de bens culturais” (CANELA; SIQUEIRA, 2011:90). De fato o que está mudando na televisão com a chegada das redes é a forma de consumo e os modos de produção. Mas, como pontuado por Musse e Pernisa (2011), a internet

com formatos como a instantaneidade e interatividade não está necessariamente concorrendo com a televisão, e sim criando diálogos possíveis.

Ocorre que talvez, muito em breve, o que Traquina (2008) chamou de “tribo jornalística”, profissionais comprometidos com o coletivo pela maneira semelhante de ler o mundo, tenha que ultrapassar fronteiras e admitir novos conhecimentos mais específicos do ponto de vista técnico, para pensar em novas formas de fazer melhor o que o telejornalismo já faz por natureza, aproveitando os desafios impostos pelos novos modelos comunicacionais impostos pela cultura de rede. Nesse sentido, Temer (2015) destaca:

A segunda década do século XXI consolidou um cenário que já vinha se desenvolvendo anteriormente: a popularização da internet e das Redes Sociais (...). As emissoras de televisão brasileiras têm procurado se adaptar, buscando novas formas de produzir e apresentar o telejornalismo, investindo em interatividade e buscando uma maior uma maior participação ativa da audiência. No entanto, o as consequências éticas e técnicas destes processos, assustam os produtores do telejornalismo que relutam na sua utilização. O telejornalismo brasileiro já começa a reconhecer que a seu *status* de principal meio de informação para o grande público é precário. A situação aponta para um cenário no qual as mudanças serão aceleradas, mas no qual o domínio das técnicas e tecnologias terá igualmente um papel fundamental (TEMER, 2015:15).

Para a compreensão do que até agora parece uma desordem no campo do trabalho jornalístico, a sugestão é pensar na passagem do capitalismo fordista para o capitalismo cognitivo (LAZZARATO, 2006), que tem reordenando todo o processo noticioso, tendo em vista a produção de subjetividade coletiva que influencia a questão da opinião pública. Se no modelo fordista o telejornalismo era resultado do trabalho a partir de funções específicas; hoje, as inovações da tecnologia permitem uma pluralidade na distribuição de conteúdo, compreendendo a relação com outros meios que retira a televisão do modo tradicional e abre espaço para novos usos. Essa ação conjunta ministrada por diferentes agentes sociais nesse terreno fluido tem alterado sobremaneira a produção de subjetividade: “agir significa modificar a maneira de sentir junto (...), criar e efetuar mundos significa agir sobre as crenças e sobre os desejos, sobre as vontades e inteligências, ou seja, agir sobre os afetos” (LAZZARATO, 2006:32). Schlaucher e Coutinho (2013) chamam a atenção para essa mudança e afirmam que os indivíduos passam a perceber as diferentes formas de construção e (re)apresentação da realidade social pelo texto telejornalístico. De fato, desde a *Web 2.0* com a liberação do polo emissor, a cibercultura inaugurou uma nova configuração comunicacional.

As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo como o excesso de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos *mass media*. A liberação do pólo da emissão está presente nas novas formas de relacionamento social, de disponibilização da informação e na opinião e movimentação social da rede (LEMONS, 2013:7).

Com isso também surgiram novas práticas interpessoais, comunicacionais, bem como outras percepções de tempo e espaço. Assim, a experiência do instantâneo, da vida *online*, do tempo real e imediato, vem produzindo uma ideia de “vida ao vivo” em um presente contínuo, em que não existe (ou não importa tanto) nem o passado, nem o futuro. As atividades são simultâneas, o tempo se concentra todo no “agora”, dentro de um mundo de “hiperaceleramento” e “hiperestímulo”, incitando a sociedade como um todo a fazer tudo ao mesmo tempo, a reagir imediatamente a esses estímulos.

Desse modo, cabe a seguinte indagação: qual a interseção possível dos modos de produção de conhecimento de *commons*ⁱⁱ entre o telejornalismo e as redes? Dentro dos aspectos econômicos e sociais, das estéticas contemporâneas de visualidade e da experiência de tempo e espaço, é interessante observar como os regimes de produção de verdade se instauram nas redes e se apropriam dos *modus operandi* do fazer telejornalístico, a partir do entretenimento e construção de *storytelling*. Utilizaras redes para produzir narrativas de engajamento, tornou-se uma prática corriqueira e bastante solicitada pelos usuários da internet e cotidianamente percebida na vida comum.

De acordo com Teixeira (2014) existe uma contaminação recíproca e contínua com o cruzamento de narrativas em várias mídias que muda a forma de produção e consumo.

O audiovisual se reorganiza, por um lado, porque sites passam a oferecer tanto produtos televisivos quanto ofertas produzidas exclusivamente para o consumo via internet; por outro lado, surgem sites de compartilhamento (como o *Youtube*) e de audiovisual *on demand*, que possibilitam um consumo híbrido, seja na própria internet, na televisão ou em qualquer plataforma capaz de receber conexão wireless ou cabeamento por *high-definition multimedia interface* (TEIXEIRA, 2014:241).

Desse modo, vale a investigação das rupturas e continuidades desse processo, que vem se revelando como um novo modo de estruturação do saber entre as fronteiras do telejornalismo e da cultura de rede. Isso porque o capitalismo cognitivo alterou ainda as mudanças na experiência de tempo e espaço, remodelando também as formas de interação e percepção do mundo como forma de conhecimento. Talvez a passagem do capitalismo fordista para o capitalismo cognitivo aponte para a necessidade de uma (re)construção social da realidade. As respostas de tantas mudanças parecem estar direcionadas para uma nova realidade, já que a ideia base do capitalismo cognitivo é que existe uma força direta de produção, e não mais apenas um elemento decisivo na cadeia produtiva como antes. Assim, o capitalismo cognitivo cria novos mundos possíveis de trabalho, logo, novas formas de viver e de relação com o mundo: “a

organização do trabalho nas empresas, poderíamos dizer que este passou da operação à ação, do trabalho em equipe à atividade em rede” (LAZZARATO, 2006:110). A produção de subjetividade, a construção coletiva de conhecimentos que a todo instante são reapropriados parecem elementos vitais nesse novo jeito de ação com o mundo e demonstram um novo modo de estruturação dentro dessa produção do comum.

2. O entretenimento como linguagem

Profundas mudanças socioculturais e novos hábitos de consumo são instaurados com o desenvolvimento das NTIC's e da Web 2.0, que contribuem para a participação mais ativa do usuário e para rearticular o consumo dos diferentes meios: “a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos” (JENKINS, 2009:43). Neste contexto, o público apresenta um comportamento migratório ao buscar experiências de entretenimento em meio ao conteúdo disperso em múltiplos suportes na narrativa transmidiática (JENKINS, 2009).

Diante deste novo cenário, a difusão das mídias digitais e dos *gadgets*, com várias funções, problematizam a noção de meio, já que diferentes formas de fruição e experiências estéticas de produtos midiáticos são possíveis a partir da articulação de diferentes dispositivos.

Como arranjos midiáticos entendemos todo um conjunto de novos modos de diferentes mídias se associarem a outras mídias para efetivar práticas de comunicação. Por exemplo, quando alguém se conecta à Internet com um laptop, via celular; ou quando um blog é acessado e atualizado via celular; ou ainda, quando um outdoor transmite informações ao celular de um transeunte, via *bluetooth*. Em todos esses casos, as análises de um meio específico, tomado isoladamente – o celular, o laptop, o outdoor – parecem não mais dar conta da complexidade das dinâmicas comunicacionais em questão (PEREIRA, 2008:7).

Associadas a estas mudanças, o entretenimento passa a desempenhar um papel fundamental na contemporaneidade e a ganhar espaço narrativo, a partir da produção de histórias audiovisuais, criando uma interferência no telejornalismo que historicamente trabalha com a lógica das sensações. Com o intuito de ajudar a compreender as mudanças desta prática social ao longo do tempo, é possível destacar três fases distintas do entretenimento (PEREIRA; PEREIRA; POLIVANOV, 2012). A primeira pode ser identificada entre a antiguidade e meados do século XIX envolvendo atividades de lazer nos intervalos entre as tarefas consideradas “sérias”, com práticas de caráter privado, restritas a grupos domésticos. A segunda etapa ocorre na virada dos séculos XIX e XX, período em que o entretenimento ganha destaque como fenômeno social correlacionado à diversão comercial, popular e sensacionalista. Nesta fase, há o surgimento de uma

indústria voltada ao entretenimento, como cinema, música, televisão e jogos eletrônicos, com uma grande variedade de expressões culturais, na qual o entretenimento se transforma em *commodities*, impulsionado pela difusão nos meios de comunicação de massa.

Após um longo período de consumo destes produtos midiáticos por diversas gerações, especialmente nas últimas décadas do século XX e nas iniciais do século atual, um terceiro estágio do entretenimento começa a se desenvolver no chamado capitalismo cognitivo. O entretenimento se difunde como uma verdadeira linguagem nas diversas expressões midiáticas contemporâneas, tornando-se híbrido a produtos e serviços, um elemento usado para facilitar o consumo e o envolvimento com a mensagem nas várias esferas da sociedade.

Trabalhando em favor de um abrandamento das fronteiras entre mundo do trabalho e diversão, o entretenimento passou a ser um componente importante para atrair consumo e oportunidades de negócios. As empresas e marcas se deram conta de que agora, quando a maioria de consumidores nutridos pela cultura de massa demanda o entretenimento como uma expressão permanente nas práticas comunicacionais e sociais, não basta oferecer produtos ou serviços de qualidade, é preciso informar e divertir, gerar experiências que ativem diferentes sentidos, de forma lúdica e alegre (PEREIRA; POLIVANOV, 2012:81).

Acostumado com esta abordagem, já amplamente difundida, o público parece buscar sempre mais diversão e prazer, um recurso utilizado para atrair a atenção e gerar envolvimento com a mensagem. É importante ressaltar que esta linguagem não se restringe somente a marcas e empresas, o entretenimento se difunde para as diversas esferas da sociedade, incluindo áreas que anteriormente pregavam a imparcialidade em seus discursos, como política, religião e jornalismo.

Algumas características fundamentais podem ser identificadas na composição do entretenimento como linguagem: envolvimento emocional, elementos lúdicos, expressões simples e intuitivas e multissensorialidade (PEREIRA, 2013; PEREIRA; POLIVANOV, 2012). É essa interseção que o artigo visa apontar e problematizar como uma nova forma de narrativa no capitalismo cognitivo.

3. Hibridização entre publicidade e entretenimento

Em sintonia com estas transformações, Donaton sugere a união entre publicidade e entretenimento com a noção de “*Madison & Vine*”, expressão formada com as avenidas de Nova York e Hollywood que concentram as principais empresas destes dois segmentos, como forma de conquistar a atenção do público:

O nome Madison & Vine é uma rica descrição dessa interseção de conteúdo (programas de TV, filme, música, videogames, entre outros) e de comércio (representado pela propaganda). Isso não se resume a inserir um produto numa cena de filme, ou a ficar conjecturando sobre o futuro do comercial de 30 segundos; o que está em jogo não é nada menos que a reinvenção do negócio da comunicação e o marketing, e para isso é necessária uma mudança total de mentalidade, de um modelo baseado na intrusão a um modelo estruturado no convite e na sedução do consumidor (DONATON, 2007:21).

A partir desta perspectiva, o autor enfatiza que “o modelo de empurrar conteúdos – o da “carregação” – está morto” (*idem*, p.26), o que demanda um esforço do mercado para entender os novos hábitos de consumo do público e quais os tipos e formatos de conteúdo os consumidores estão predispostos a aceitar. Donaton ressalta como exemplo emblemático de entretenimento a série *The Hire* da marca BMW, que contou com 8 filmes dirigidos e estrelados por nomes famosos de Hollywood e teve como protagonista Clive Owen, no papel de motorista contratado para realizar diversos trabalhos. Lançados entre 2001 e 2002, os filmes atingiram um número recorde de downloads: 13 milhões em 2001 e 50 milhões em 2002. Outra inovação foi a inversão da distribuição da verba, já que a BMW utilizou 90% na produção dos filmes e apenas 10% na promoção do material, subvertendo o padrão convencional adotado até então no mercado.

Como uma espécie de convocação geral para a união entre as indústrias do entretenimento e da publicidade, Donaton aponta o discurso de Steven J. Heyer, presidente da *The Coca-Cola Company*, na primeira conferência “*Madison & Vine*”, que propõe a migração para uma economia baseada na experiência para criar conexões emocionais com os consumidores:

Vamos começar a usar ideias que induzam às emoções e criem conexões com o público. Isso vai aumentar a velocidade da convergência da *Madison* com a *Vine*, pois as ideias que sempre estiveram no coração das histórias que vocês contam, ou no conteúdo que vocês vendem, tanto filmes, quanto música ou televisão, deixou de ser apenas propriedade intelectual. Isso virou capital emocional (HEYER *apud* DONATON, 2007:45).

A hibridização entre publicidade e entretenimento é de importância fundamental para a propagação do *brandedcontent*, que, ao fundir a narrativa midiáticas de entretenimento, como séries, vídeos e músicas, consegue captar a atenção do público. Uma abordagem que pode representar uma forma estratégica de alcançar o engajamento com o conteúdo no cenário midiático contemporâneo, permeado pelo excesso de mensagens e o crescimento da lógica *on demand*, na qual o consumidor pode escolher o que deseja assistir.

4. A emergência do *Branded Content*

De um modo bastante abrangente, o *branded content* torna tênue as fronteiras entre informação, publicidade e entretenimento com o objetivo de proporcionar experiências positivas e criar vínculos emocionais entre as marcas e seus consumidores. O *branded content* não apresenta comando de venda e procura não interromper a experiência da audiência. Considerada como uma abordagem ainda recente, o *branded content* contempla diferentes formatos e abarca uma ampla gama de características e definições, uma diversidade que contribui para aprimorar a discussão sobre o assunto tanto na academia quanto no mercado.

Com a ênfase no entretenimento geralmente existente nas práticas de *branded content*, a audiência pode ter uma melhor receptividade ao conteúdo apresentado, diminuindo a atual resistência do público diante do modelo informacional ou de publicidade convencional.

É um modo inovador de criar, produzir e patrocinar entretenimento, já que envolve um novo tipo de parceria criativa e empreendedora entre os criadores de conteúdo, agências, produtoras, veículos e marcas. É uma cocriação convergente em prol de um tripé essencial ao marketing: conteúdo, mídia, marcas (COVALESKI, 2013:40).

O autor ressalta que as atividades de *branded content* estão presentes nos diversos meios, como televisão, cinema e internet, porém, ele esclarece que esta abordagem não deve ser confundida com a tradicional prática de inserir a marca em conteúdos editoriais, como o patrocínio de programas. “É um esforço de colaboração, a fim de propiciar aos consumidores de entretenimento o que eles desejam e no formato mais apropriado” (COVALESKI, 2013:42). Covaleski destaca que uma das principais características do *branded content* é trabalhar a comunicação para construir uma personalidade distintiva para a marca, que pode ser inserida na narrativa do entretenimento, de modo pertinente e que reforce o diferencial almejado diante do seu público consumidor:

Visam à ressignificação do processo de comunicação e recepção das audiências. Intenciona entregar conteúdo midiático para ser apreciado sem o direcionamento evidenciado ao consumo do produto que patrocina e que, eventualmente, insere-se na narrativa (COVALESKI, 2015:111).

Devido ao grande destaque que o *branded entertainment* conquista como estratégia para as marcas, ampliando cada vez mais a variedade de formatos e de produtos midiáticos, alguns pesquisadores ressaltam a necessidade de realizar mais estudos teóricos que contribuam para refletir sobre estas práticas na contemporaneidade:

Apesar do interesse crescente da academia sobre o *branded entertainment* pouca pesquisa teórica tem sido feita para compreender melhor o que *branded entertainment* é; de que modos o *branded entertainment* se difere de ferramentas de marketing correlacionadas como *product placement*; ou quais são os principais benefícios e problemas que o *branded entertainment* pode implicar para as marcas e suas comunicações mercadológicas (MARTÍ-PARREÑO; RUIZ-MAFÉ; SCRIBNER, 2015:2)ⁱⁱⁱ.

Com as iniciativas transmidiáticas empreendidas para ampliar o universo da narrativa da marca, é possível diversificar os múltiplos pontos de contato com o público, aumentando as probabilidades de engajamento com as mensagens no consumo dos diferentes meios. Devido aos vários motivos elencados pelos autores, o *branded entertainment* proporciona uma nova abordagem e contribui para promover uma série de mudanças no relacionamento entre os diferentes segmentos e profissionais do mercado, além de transformar a própria relação entre a marca e consumidor:

Novas relações entre mídias, produtores, publicitários e as agências de publicidade também são moldadas no contexto do *branded entertainment*. No que diz respeito ao consumidor, o *branded entertainment* muda a maneira pela qual os consumidores tradicionalmente consumiam tanto as mídias como o conteúdo publicitário. Além disso, os comportamentos dos consumidores com relação à formação de atitudes e a persuasão em relação à marca podem ser impactados de tal forma que a marca pode ser percebida como sendo mais divertida, agradável e até excitante quando o consumidor a experimenta por meio de alguma forma de *branded entertainment* (MARTÍ-PARREÑO; RUIZ-MAFÉ; SCRIBNER, 2015:XVII)^{iv}.

Como parte dos esforços para compreender o assunto, outra conceituação foi obtida a partir da pesquisa liderada pela *Branded Content Marketing Association* (BCMA), realizada em parceria com a *Oxford Brookes University* e o instituto *Ipsos MORI*^v: “Definindo o *branded content* na era digital. A visão de especialistas da indústria sobre *branded content* como um novo conceito da comunicação mercadológica”^{vi}. O estudo foi dividido em dois momentos: no primeiro, foi efetuada a revisão bibliográfica de artigos acadêmicos e de textos de profissionais da área entre 2013 e 2014; no segundo foram conduzidas entrevistas em profundidade, por telefone, com 30 especialistas para averiguar como o termo *branded content* era percebido pelos participantes, em 2015 e 2016.

Com base em uma visão gerencial da marca, na qual a marca está no controle do conteúdo, produzido por profissionais sob uma relação contratual com a empresa, foi desenvolvida a seguinte definição:

Do ponto de vista gerencial, o *branded content* é qualquer produto totalmente/ parcialmente financiado ou, pelo menos, endossado pelo proprietário legal da empresa que promove os valores de marca e permite que o público escolha se envolver com o conteúdo baseado em uma lógica atrativa por oferecer entretenimento, informação e/ou valor educativo (ASMUSSEN; WIDER; WILLIAMS; STEVENSON; WHITEHEAD; CANTER, 2016:34)^{vii}.

Também a partir da visão gerencial, o estudo indicou a incidência de cinco temas principais que foram destacados entre os especialistas: (a) engajamento da audiência com conteúdo; (b) escolha do público em interagir com conteúdo; (c) modo não interruptivo em oposição à publicidade/informação tradicional que é disruptiva; (d) *branded content* como produto final *versus* a disciplina marketing de conteúdo; (e) valor agregado ao conteúdo.

A partir das conceituações e características apresentadas, pode ser observada a relevância que o *branded content* adquire na atualidade, conquistando cada vez mais investimentos das marcas e originando uma série de práticas no âmbito internacional e nacional, reconfigurando a participação de profissionais de jornalismo na produção de conteúdo editorial para marcas.

5. *Branded Content* e jornalismo

Entre as diversas tendências na produção de *branded content* está o surgimento de unidades exclusivas para estas práticas em veículos de comunicação, como revistas, jornais e canais de televisão, mencionados muitas vezes como “publishers” nas entrevistas e eventos sobre o tema no Brasil.

No cenário internacional, os *content studios* (estúdios de conteúdo) nos veículos já se consolidaram como uma importante fonte de renda, contribuindo para redefinir o modelo de negócios das empresas, diante das dificuldades enfrentadas pelas publicações impressas com o advento das mídias digitais e os novos hábitos de consumo do público. Um fato emblemático da relevância destes estúdios pode ser destacado com a conquista do Grand Prix do *Entertainment Lions* de 2016, evento dedicado às atividades de *branded content* dentro de uma das maiores premiações de publicidade no mundo, da ação *The displaced*¹, desenvolvida pelo *T Brand Studio*², unidade de *branded content* do jornal *The New York Times*, que produziu um curta-metragem contando a trajetória de crianças refugiadas da crise na Síria e na Ucrânia, por meio de uma experiência de realidade virtual, viabilizada com a distribuição de 1,3 milhões dos óculos *Google cardboard*³ aos seus assinantes. Outro bom exemplo que pode ser citado é o

¹ Disponível em: https://www.nytimes.com/2015/11/08/magazine/the-displaced-introduction.html?_r=1

² Site da empresa: <http://www.tbrandstudio.com/>

³ Disponível em: <https://www.google.com.br/get/cardboard/>

*GuardianLabs*⁴, do jornal *The Guardian*, que, entre os diversos trabalhos produzidos, vale destacar a série documental *The Power of Privacy*⁵ para a marca *Silent Circle*.

No Brasil, diversos veículos adotaram esta prática, como o Estúdio ABC – Abril *Branded Content*⁶, que foi lançado em junho de 2015, acompanhando uma grande reformulação do Grupo Abril. Segundo Edward Pimenta, diretor da empresa até 2017, em entrevista ao Adnews⁷, a equipe já contava com 15 pessoas trabalhando para 145 clientes, totalizando a criação de mais de dois mil conteúdos até outubro de 2016, com cerca de dois fechamentos por dia. Outros jornais brasileiros acompanharam esta tendência, como a criação do Estúdio Folha⁸, do jornal Folha de São Paulo, a Gazeta do Povo *Branded Content* (GPBC)⁹ e o *Media Lab* Estadão¹⁰.

Além dos jornais, a Vice Media¹¹ e a Trip Editora¹² também utilizam a *expertise* de sua equipe de jornalistas para oferecer conteúdo customizado para as marcas em diversas plataformas midiáticas. Conforme afirmação de Fernando Luna, sócio e diretor da Trip Editora, os trabalhos de *branded content* já correspondem a cerca de 90% do faturamento¹³ da empresa.

Também no Brasil, a Sony Pictures Television, que abrange o canal Sony e o AXN, também apresentou iniciativas para viabilizar projetos de *branded content*, como as séries “*The Posto Code*” para marca Havaianas e “*Marias – Elas não vão com as outras*”, da marca de absorventes Intimus, que foram veiculadas no canal Sony.

6. Considerações finais

Além das transformações tecnológicas, muitos outros modos de comportamentos estão alterados no modelo de capitalismo cognitivo. Não se tratando de ser certo ou errado, apenas de ser um novo modelo de vida. A TV e a internet passam por profundas mudanças e é preciso um tempo para que essas novas formas de apreensão do saber

⁴ Site da empresa: <https://guardianlabs.theguardian.com/about>

⁵ Disponível em: <https://www.theguardian.com/media-network/2016/jan/28/the-power-of-privacy-documentary-film>

⁶ Site da empresa: <http://estudio.abril.com.br/>

⁷ Disponível em: <http://adnews.com.br/adcontent/brandedcontent/abrilentrevista.html>

⁸ Site da empresa: <http://estudio.folha.uol.com.br/institucional/>

⁹ Site da empresa: <https://gpbc.com.br/>

¹⁰ Site da empresa: <https://medium.com/medialabestadao/sobre-o-media-lab-estad%C3%A3o-2b8d72c03938#.40ifcvrj6>

¹¹ Site da empresa: http://www.vice.com/pt_br/page/about-58477f133bbbf901f85613df

¹² Site da empresa: <http://www.tripeditora.com.br/>

¹³ Disponível em: <http://goadmedia.com.br/negocios/por-que-branded-content-e-poderoso-para-marcas-publishers-e-consumidores/>

decanem, como no caso do *branded content*, que utiliza o entretenimento pela narrativa audiovisual, buscando informar por meio de histórias, ao mesmo tempo que introduz a marca nessa nova forma de produção.

Se novos jogos se estabelecem entre sujeitos da enunciação, criando novos arranjos nos regimes de interação, o caso exige que mais esforços sejam organizados para a compreensão dos efeitos que essas novas possibilidades de confronto entre as áreas de conhecimento e público consumidor podem ensejar.

Evidentemente é compreensível que exista uma resistência ao pensar nessa aproximação e formação de um profissional híbrido, conjugando o saber telejornalístico com a *expertise* de processos da cultura de redes. Isso se dá justamente pela preocupação com os códigos deontológicos da profissão e os limites éticos que essa nova realidade de mercado requisita.

No entanto é impossível não admitir a transição do telejornalismo e tentar buscar novos saberes com a cultura de redes. Tanto a televisão quanto a internet possuem talentos próprios distintos, ao mesmo tempo que somam forças na produção do comum, buscando reforçar o lugar de produção de conhecimento e disputa à esfera pública.

O uso de imagens em narrativas como no *branded content*, em busca de alcançar novos públicos e potencializar a multidão, pode ser a interseção que tenta traduzir a união de saberes antigos do telejornalismo a novos regimes de visibilidades das redes. Dessa forma, o telejornalismo no capitalismo cognitivo merece um olhar especial nas pesquisas, porque na mesma medida da sua aceleração, existe ainda um processo de acomodação difícil de ser digerido com facilidade pela comunidade jornalística, que ainda está em processo de aprendizado e absorção das potencialidades advindas da cultura de rede.

Referências

ALSINA, M. R. *A construção da notícia*. Petrópolis : Vozes, 2009.

ASMUSSEN, B.; WIDER, S.; WILLIAMS, R.; STEVENSON, N.; WHITEHEAD, E.; CANTER, A. *Defining branded content for the digital age. The industry experts' views on branded content as a new marketing communications concept: A collaborative research project commissioned by the BCMA and conducted by Oxford Brookes University and Ipsos MORI*. 2016. Disponível em: <http://www.thebcma.info/wp-content/uploads/2016/07/BCMA-ResearchReport_FINAL.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2017.

CANELA, G.; SIQUEIRA, A. B. Regulação para a pluralidade e a diversidade na mídia. In: BARROS, J. M.; KAUARK, G. (Orgs.). *Diversidade cultural e desigualdade*

- de trocas. Participação, comércio e comunicação. São Paulo/Belo Horizonte: Itaú Cultural/Ed. PUC Minas, 2011.
- COVALESKI, R. *Publicidade híbrida*. Curitiba: Maxi Editora, 2010.
- DONATON, S. *Publicidade + entretenimento*: Por que estas duas indústrias precisam se unir para garantir a sobrevivência mútua. São Paulo: Cultrix, 2007.
- EKSTRÖM, M. *Epistemologies of TV Journalism: a Theoretical Framework*. London: Sage Publications, vol.3 (3): 259-282, 2002.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- LAZZARATO, M. *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2006.
- LE MOS, André. *Cibercultura*: alguns pontos para compreender nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Orgs.). *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- LISBOA, S.; BENETTI, M. O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*, v. 11, n. 2, p. 10-29, 2015.
- MARTÍ-PARREÑO, J.; RUIZ-MAFÉ, C.; SCRIBNER, L. (Eds.) *Engaging Consumers through Branded Entertainment and Convergent Media*, Hersey (PA): IGI Global, 2015.
- MUSSE, C.F. ; PERNISA, M. B. *Telejornalismo*: novos formatos no cenário de crise da TV aberta. Alterjor, USP, São Paulo, v.3 , n 1, p. 1-12, 2011.
- NEGRI, A.; HARDT, M. *Bem Estar Comum* (Commonwealth). Editora Record. 2016.
- PEREIRA JÚNIOR, A. E. V.; ROCHA, H. C. L. *Jornalismo construtivista*: algumas considerações epistemológicas. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v. 18, n. 3, p. 746-764, 2011.
- PEREIRA, V. A.G.A.M.E.S. 2.0: Gêneros e Gramáticas de Arranjos e Ambientes Midiáticos Moduladores de Experiências de Entretenimento, Sociabilidades e Sensorialidades. In: XVII COMPOS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2008, São Paulo.
- PEREIRA, V. A.; POLIVANOV, B. Entretenimento como linguagem e materialidades dos meios nas relações de jovens e tecnologias contemporâneas. In: BARBOSA, L. (Org.). *Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- SCHLAUCHER, B.G.P.; COUTINHO, I. O “drama cotidiano” na era da convergência midiática: uma análise do quadro “Jovens do Brasil” a partir do conceito metodológico de dramaturgia do telejornalismo. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Manaus, 2013.
- SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. (Orgs.). *Crítérios de noticiabilidade - problemas e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.
- SCHUDSON, M. *Descobrimos a notícia*: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2010.

TEIXEIRA, A.K. *Televisão na América Latina: da indústria cultural à cultura da convergência*. Tese de doutorado – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, RS, 2014.

TEMER, A.C.R.P. *Da rua para as telinhas: dimensão técnica/tecnológica do desenvolvimento histórico do telejornalismo brasileiro*. In: 13º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, Campo Grande, 2015.

TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo – Volume I: porque as notícias são como são*. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. *Teorias do jornalismo – Volume II: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2008.

ⁱTradução livre.

ⁱⁱ*Commons* aqui deve ser interpretado como o conceito de bem estar comum, no que diz respeito a construção coletiva de conhecimento (NEGRI; HARDT, 2016).

ⁱⁱⁱTradução livre.

^{iv}(*idem*).

^vhttp://www.thebcma.info/wp-content/uploads/2016/07/BCMA-Research-Report_FINAL.pdf.

^{vi}Tradução livre.

^{vii}(*idem*).

O narrador na era do *streaming**

Cristina Matos**

Resumo

O presente trabalho busca refletir sobre a importância da figura do narrador em uma produção, seja escrita ou adaptada para o audiovisual, suas características principais e suas diferenças em relação a como o narrador se comporta e participa da história na modernidade. Para esta reflexão, irei me concentrar especialmente no narrador e em alguns aspectos da série *Desventuras em Série*, produzida pela plataforma de *streaming* Netflix, baseada na série de treze livros *Series of Unfortunate Events*, escrita por Lemony Snicket, pseudônimo do autor americano Daniel Handler. Como referenciais teóricos, tomarei como base os trabalhos de Benjamin (2014), Aristóteles (2015), Gagnebin (2013), Rosenfeld (2012) e Ladeira (2016), entre outros.

Palavras-chave: Narrador; séries; *streaming*; Netflix.

1. Introdução

O objetivo deste trabalho é refletir sobre a importância da figura do narrador, suas características principais e suas diferenças em relação ao narrador moderno. Para esta reflexão, usarei como exemplo passagens de alguns episódios da primeira temporada da série *Desventuras em Série*, na qual o narrador é um elemento chave em toda a trama, funcionando também como personagem.

A presença do narrador tem funcionado de forma recorrente nas produções audiovisuais atuais, adaptadas de produções literárias ou não, como por exemplo, *House of Cards* (Netflix), *Narcos* (Netflix), *La Casa de Papel* (Netflix), *Sex and the City* (HBO), *Desperate Housewives* (ABC), *Revenge* (ABC) e *Gossip Girl* (CWTV), entre várias outras. O narrador pode existir de forma mutável nas diversas narrativas, ora sendo aquele que explica os acontecimentos mais misteriosos de forma onipresente, ora contando sua própria experiência junto a certos personagens. Ele também pode apenas observar e saber só o que vê nas cenas de acordo com o desenrolar da história.

No primeiro episódio da primeira temporada da série *Desventuras em Série*, o narrador Lemony Snicket aparece em um ambiente escuro, mal iluminado. Ele está olhando para baixo, executando calmamente alguma ação. Ele então acende um fósforo,

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos durante o XV PóscomPUC-Rio, de 6 a 9 de novembro de 2018.

** Mestranda no Programa de Pós-Graduação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio. Bacharel em Desenho Industrial (Projeto de Produto) – UFRJ (2001). E-mail: cristinamatos@puc-rio.br.

levanta os olhos para observar diretamente a câmera e diz: “Se você estiver interessado em histórias com finais felizes, vá procurá-las em outro lugar. Nesta história, não existe final feliz, nem começo feliz e poucas coisas felizes entre uma coisa e outra. Meu nome é LemonySnicket. É meu dever solene trazer à luz esta história triste das crianças Baudelaire, ocorrida a tantos anos atrás. Mas você, na plateia, não tem tal obrigação, e aconselho aos telespectadores a se afastarem imediatamente, procurarem algo mais agradável para ver”. Nesse ponto, o fósforo se apaga, o narrador baixa o olhar e é envolvido novamente pela penumbra. Depois de alguns segundos, ele acende novo fósforo para iluminar a cena e remota: “Esta história será apavorante, melancólica e calamitosa, palavra que significa “apavorante e melancólica”. Isso porque poucas coisas felizes aconteceram nas vidas dos Baudelaire”.¹Só depois desses dois minutos e trinta e cinco segundos iniciais é que a história dos irmãos Baudelaire começa a ser efetivamente contada.

A melancolia e tristeza são sentimentos que permeiam a trama de forma constante, representadas pelo ambiente geralmente em tom cinzento, às vezes também árido e degradado. Os irmãos Baudelaire são normalmente os únicos pontos de cor nas cenas, a não ser nos poucos momentos em que eles ficam alegres ou algo bom acontece. Nesse caso, a causa da alegria é representada com tons muito mais coloridos e fortes.

Outro aspecto interessante que podemos identificar quando o narrador diz a frase “É meu dever solene trazer à luz esta história triste das crianças Baudelaire, ocorrida a tantos anos atrás”, é a necessidade de preservar a história, a partir de sua experiência em relação aos fatos (*Erfahrung*), passando esse conhecimento através da oralidade para as próximas gerações. Benjamin reforça a importância dessa transmissão de conhecimento quando afirma que “não se percebeu devidamente até agora que a relação ingênua entre o ouvinte e o narrador é dominada pelo interesse em conservar o que foi narrado. [...] A memória é a mais épica de todas as faculdades” (2012:210).

Benjamin (2012:200,201) menciona também que “a arte de narrar está definindo porque a sabedoria – o lado épico da verdade – está em extinção”. Podemos entender nesse trecho a sua preocupação com o empobrecimento cultural, a partir do momento em que há essa perda em relação a oralidade e ao discurso vivo. Entretanto, podemos perceber que o narrador de *Desventuras em Séries* resgata a sabedoria e o aconselhamento tradicional, aspectos mencionados também por Gagnebin (2013), na medida em que dá conselhos ao longo de quase todos os episódios e parece guardar um conhecimento sobre todos os acontecimentos e personagens. Percebemos isso em várias passagens em que a função de ensinar fica muito aparente, como, por exemplo, no

trecho do primeiro episódio da primeira temporada, quando o narrador está explicando a cena em que vemos os três irmãos, a caminho de uma praia, em um bonde oscilante. Klaus e Violet, os mais velhos, estão conversando sobre o motivo que teria feito com que os pais os tivessem mandado até lá sozinhos. Ao que Klaus responde: “Vai ver não gostam desse bonde oscilante”.ⁱⁱE o narrador emenda em seguida: “Oscilante significa instável ou prestes a desabar”. A explicação de termos e palavras pouco usuais acontece de forma frequente no decorrer da história, tanto por parte do narrador quanto por parte do diálogo dos irmãos ou de outros personagens.

2. A plataforma Netflix

A Netflix (*Netflix Inc.*) é uma empresa norte-americana fundada em 1997 que disponibiliza um serviço de *streaming* de filmes, séries e programas de TV e séries originais pela internet. Inicialmente funcionava com aluguel, através de site, de filmes entregues para o assinante em mídia física. Em seguida o serviço se transformou e melhorou graças ao desenvolvimento da internet e às novas possibilidades técnicas, até apresentar o formato atual.

Para usar o serviço, é necessário contratar uma assinatura mensal, cujo valor se mantém equivalente em todos os 190 países em que a Netflix atua, e acessar o conteúdo disponível através de qualquer dispositivo, computador, *tablet*, *smartphone* ou *smart TVs*, que possua conexão com a internet.

O acervo de títulos e tipos de programas varia de acordo com o país de exibição, atendendo a uma demanda direcionada em função de pesquisas feitas pela empresa. A exibição dos episódios de cada programa acontece de forma contínua, sem a interferência de intervalos ou comerciais.

A empresa foi pioneira neste tipo de serviço de entrega de conteúdo online e ainda é a mais forte no mercado, com 110 milhões de assinantes em todo o mundo, segundo dados de janeiro de 2018 (NETFLIX, 2018). O serviço está disponível no Brasil desde setembro de 2011, que aparece como um de seus cinco maiores mercados, mas a empresa não revela a quantidade de assinantes no país.

Recentemente, a plataforma passou a disputar também prêmios em festivais internacionais de cinema criando alguma polêmica no processo. No último Festival Internacional de Cannes, a Netflix exibiu dois filmes de produção original: *Okja*, que concorreu ao prêmio Palma do Ouro e *The Meyerowitz Stories*. A polêmica está no fato de parte dos diretores e críticos de cinema acreditar que filmes produzidos por plataformas online não devem ser considerados ou categorizados para concorrer a

prêmios de cinema, já que não serão exibidos nessa janela. Por outro lado, o *chiefcontentofficer* da plataforma, Ted Sarandos afirma que “Vivemos em meio a uma geração que tem visto os melhores filmes já feitos diretamente no celular, então acho que todos nós temos que nos acertar com o lugar onde a tecnologia está nos levando” (O QUE, 2018).

Dessa forma, conseguimos entender que o crescimento desta plataforma também impacta na reconfiguração dos lares, já que abre um mundo infinitamente maior em opção de conteúdos e informações que até relativamente pouco tempo atrás não se imaginava.

Essa nova forma de consumo de vídeos e imagens impacta especialmente os jovens, de forma análoga ao que Martín-Barbero escreve sobre a televisão:

A televisão introduz uma profunda *des-ordem cultural* na família e na escola. [...] Por não depender de um complexo código de acesso, como o livro, a televisão oferece às crianças, simplesmente através do olhar, o mundo anteriormente velado dos adultos. Porém, ao dar mais importância aos conteúdos do que à estrutura das relações, continuamos sem compreender o verdadeiro papel que a televisão está desempenhando na reconfiguração do lar. (MARTÍN-BARBERO, 2008:9-32)

A partir de 2007, quando passa a funcionar disponibilizando seu acervo via *streaming*, a plataforma Netflix ajuda a moldar uma nova geração, mais bem informada e mais questionadora, uma “geração Netflix” (SACCOMORI, 2015).

Uma característica muito marcante e significativa deste serviço é a disponibilização das temporadas de suas séries originais de forma completa, ou seja, com todos os episódios ao mesmo tempo. O grande ganho com este recurso é cativar o cliente por dar a ele a liberdade de escolher com que frequência ele verá aquela temporada, incluindo horário, dia da semana e quantos episódios em sequência. Como o padrão dos canais tradicionais de TV e TV por assinatura ainda é a exibição de um episódio por semana, podendo haver algum tipo de maratona aos fins de semana (recurso onde o canal exibe alguns episódios de determinada série e temporada em sequência), essa nova forma de entrega de conteúdo se torna mais adaptada às novas rotinas e disponibilidade de tempo dos clientes.

Dados divulgados pela Netflix em outubro de 2017, coletados da base mundial de assinantes, indicam que “mais 8,4 milhões de usuários do serviço já assistiram uma temporada completa de uma série em até 24 horas após seu lançamento”(BRASILEIROS, 2018). Estes números são 20 vezes maiores do que em 2013, quando a plataforma começou a produzir conteúdo original (os dados se referem apenas à produção original). O Brasil está em 10º lugar no ranking de maratonistas. Em

todo o mundo há um termo específico para designar essa prática, *binge-watching*, e esses usuários “supermaratonistas”, os *BingeRacers*.

Esse tipo de espectador, que assiste compulsivamente conteúdo audiovisual nestas plataformas, é mencionado por Ladeira (2016:81) na explicação sobre o que é *binge-watching*, que consiste em experimentar, de uma só vez, um conteúdo extenso. Ele afirma ainda como foi importante para a ficção seriada administrar o tempo durante longos intervalos, cativando o público por um longo período, consumindo todo o material de uma vez em chances que somem desaparecem no ar.

A reposição sistemática de imagens concede continuidade ao serviço. Como ocorre também com canais Premium (canais por assinatura), um fluxo constante de material inédito garante a manutenção do público. Porém, uma vez que o desdobramento temporal agora escapa ao controle dos difusores, a impossibilidade de aplicar a racionalização pregressa do tempo introduz outra forma de explorar sucessos: a elaboração constante de mais e mais imagens.

Essa elaboração pode ser entendida como a produção cada vez mais expressiva de conteúdos exclusivos da plataforma (NETFLIX, 2018), que ficam livres da demora e da burocracia necessários para obter os licenciamentos de produtos de outras empresas, permitindo ainda que haja uma margem de investimento maior nessas novas produções, como ainda afirma Ladeira (2016:82) “para este público, o conteúdo exclusivo da Netflix se torna o único material repetidamente presente, pois prescinde de acordos com distribuidores, necessários de travar em cada região.” Podemos entender ainda que esta prática de sucesso influencia outras plataformas e serviços, como FreeFormⁱⁱⁱ(Disney) e a BBC (Londres)^{iv}, a seguirem esse padrão de distribuição dando maior flexibilidade de consumo para seus usuários (NETFLIX, 2018).

3. Desventuras em Série de LemonySnicket

Desventuras em Série (Series of Unfortunate Events) é uma série dramática e de humor negro produzida com exclusividade pela plataforma Netflix, baseada na série de treze livros escrita por LemonySnicket, pseudônimo do autor americano Daniel Handler.

Esta série tem duas temporadas disponibilizadas e está em processo de produção da terceira temporada que deverá estreiar em março de 2019. A primeira temporada foi lançada em 13 de janeiro de 2017^v, com 8 episódios, e a segunda temporada, com 10 episódios, foi lançada em 30 de março de 2018^{vi}.

Cada episódio lançado até agora corresponde a um livro escrito da série original.

A história gira em torno dos infortúnios, tristezas e desafios pelos quais os irmãos Baudelaire, Violet, Klaus e a bebê Sunny, precisam passar depois de ficarem órfãos em função de um misterioso incêndio ocorrido em sua casa. O maior inimigo das crianças, o Conde Olaf, um ator sem talento, decadente e maldoso, quer se tornar o tutor das crianças para poder roubar a fortuna delas, antes que Violet, a mais velha, atinja a maioridade. Junto com seus capangas, o Conde Olaf irá caçar os irmãos Baudelaire e eliminar todos os bons tutores que eles poderiam ter, enganando sempre que possível o banqueiro Sr. Poe, responsável por determinar o tutor das crianças e gerenciar temporariamente sua fortuna. São diversas situações esdrúxulas, surreais e, algumas vezes, fantasiosas, apresentadas em cada um dos episódios.

Ao longo de todos os episódios podemos reconhecer alguns conceitos como a mimesis e a catarse. A mimesis é entendida na Poética de Aristóteles (2015) como a descrição e a reinterpretação do real, uma espécie de imitação das ações que estão ligadas a novas descobertas como formas de alargar o mundo. Já a catarse, está presente na tragédia que é o fio condutor em toda a trama e que enobrece as ações dos personagens em sua busca incessante por um lar.

A exemplo de alguns textos póstumos de Kafka, o uso da figura retórica da alegoria, encontrada em alguns personagens da série, que estão carregados de sentidos diferentes e disfarçados, onde a figura principal se mescla com o fundo e o real, como, por exemplo, no personagem do Sr. Poe, que é banqueiro e pensa apenas em dinheiro, ou na juíza Strauss, que está sempre usando a peruca do magistrado e recitando leis como se estivesse permanentemente no tribunal, entre outros.

Para Benjamin (2012), a moral da história também é um elemento muito importante e, nessa série, sua estrutura narrativa permite que ela fique bem clara e explicitada, não ficando subentendida para o leitor ou espectador.

4. Formação do indivíduo e o narrador

Gagnebin (2013:2) levanta a questão da “importância da narração para a constituição do sujeito”, trazida por Ricoeur, já que a partir da passagem da história e das lembranças as novas gerações perpetuam tradições valiosas dentro de uma sociedade. Essa importância é reforçada pela afirmação de Platão:

“Sem falar em Platão, para quem todo processo de formação do sujeito que conhece remete à atividade da reminiscência. Hoje ainda, literatura e história enraízam-se no cuidado como o lembrar, seja para tentar reconstruir um passado que nos escapa, seja para “resguardar alguma coisa da morte (Gide) dentro da nossa frágil existência humana””. (GAGNEBIN, 2013:3)

Para a atividade narradora existir, é necessário que o narrador desenvolva um certo grau de recolhimento e dispersão, um distanciamento reflexivo, elementos importantes também para a produção textual, na qual, ainda de acordo com Gagnebin, a atividade do lembrar e do esquecer precisam se mesclar de forma complementar (2013). A narração pode acontecer a partir do zero, quando o narrador vivencia ao mesmo tempo em que narra, ou a partir de suas próprias experiências anteriores. Entretanto, Benjamin corrobora essa afirmação ao dizer que afirma também que “o narrador retira da experiência o que ele conta: sua própria experiência ou a relatada pelos outros” (2012:201).

Outro ponto importante do contador de histórias é sua ligação com elementos e objetos que fazem parte da história que está sendo contada. No caso de *Desventuras em Série*, encontramos essa característica, já que o narrador tem ligação direta com dois personagens mencionados na trama: Beatrice, a mãe (aparentemente) falecida dos Baudelaire, que era sua amada antes de se casar com Bertrand Baudelaire, e a quem ele dedica todos os episódios; e Jacques Snicket, seu (aparentemente) falecido irmão.

Desventuras em Série se desenvolve com características do narrador na historiografia tradicional, já que é onisciente, objetivo e se identifica com o personagem, mas usa sempre a terceira pessoa e sempre deixa explícito seu ponto de vista.

Podemos fazer uma comparação do narrador tradicional, que se baseia na oralidade, com o narrador moderno, que se baseia no que é impresso. Essa base de perpetuação impressa cria a memória perpetuadora do romancista. É o início da substituição da narrativa pelo romance, como afirma Benjamin:

“O primeiro indício da evolução que vai culminar na morte da narrativa é o surgimento do romance moderno. [...] A difusão do romance só se torna possível com a invenção da imprensa. A tradição oral, patrimônio da poesia épica, tem uma natureza fundamentalmente distinta da que caracteriza o romance”. (BENJAMIM, 1993:201)

O romance pode ser entendido como um gênero da modernidade, quando o indivíduo se afasta do que é geral e compartilhado. A informação, por sua vez, cria uma crise também no romance e se torna mais relevante e, de acordo com Benjamin, “em outras palavras: quase nada do que acontece está a serviço da narrativa, e quase tudo o que acontece está a serviço da informação” (1993:203). Mas ainda assim “quem escuta uma história está em companhia do narrador. Mesmo quem lê partilha dessa companhia” (1993:213).

Outro recurso muito usado em quase todos os episódios desta série, é a fala direcionada do narrador para o público espectador. Dessa forma, podemos pensar em Bertolt Brecht (ROSENFELD, 2012) e a quebra da quarta parede, com a narrativa distanciada quando o narrador interage com o público, envolvendo-o de forma racional com toda a representação. Esse recurso pode funcionar, em especial, para emancipar o espectador, tornando-o efetivamente mais envolvido e conectado com a história e os personagens, levando-o a pensar e refletir sobre os diversos acontecimentos infelizes, deixando de lado o aspecto da passividade. Nesse sentido, Hanna Arendt (2014) acredita que para ver e pensar sobre um fato é preciso afastar-se dele, é preciso um distanciamento, não sendo possível pensar logicamente sobre alguma questão se estamos envolvidos de alguma forma com ele.

A passividade do espectador é uma questão mencionada por Jacques Rancière (2012), em contradição com o teatro e, podemos entender também, com as produções audiovisuais, onde ao mesmo tempo em que se estimula o espectador a olhar, em dado momento esse espectador deve ser eliminado em função de sua passividade. Entretanto, para Rancière, olhar é também uma forma de agir que altera ou interfere na partilha do sensível e em sua reconfiguração (2010), no poder de ver e de ser invisível.

5. Considerações finais

Neste trabalho foi possível perceber que a figura do narrador continua presente em muitas produções audiovisuais, adaptadas da literatura ou não, sendo muito importante para o desenvolvimento das histórias. O narrador atual mescla características modernas com as do narrador tradicional, adaptando-se de acordo com o que é necessário para a história.

O narrador tradicional preserva a história através de sua experiência e passa adiante através da oralidade. Para Benjamin “a memória é a mais épica de todas as faculdades” (2012:210), entretanto, essa atividade está definhando com o passar do tempo. Em *Desventuras em Série* o narrador resgata a sabedoria e o aconselhamento tradicional, ao tentar ensinar de alguma forma o espectador.

Foi possível perceber também que a narração é importante na formação do sujeito, ao trabalhar com as lembranças e as tradições sociais, e que é necessário um certo distanciamento reflexivo para que os acontecimentos sejam percebidos de forma mais ampla. No caso de *Desventuras em Série*, temos a quebra da quarta parede e a fala direta para o espectador.

Por fim, o espectador é uma peça importante em toda essa engrenagem, a partir do momento em que levará seu olhar, não passivo, mas sim ativo, mas absorver todas as informações e mensagens passadas dentro da história.

Referências bibliográficas

ARENDT, H. *Entre o passado e o futuro*. Trad. Mauro Barbosa. São Paulo: Perspectiva, 2014.

ARISTÓTELES. *Poética*. Tradução, introdução e notas de Paulo Pinheiro. Edição bilíngue. 1º edição. São Paulo: Editora 34, 2015.

BENJAMIN, W. O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: _____. *Magia e técnica, arte e política*. Obras escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1993.

_____. Sobre o conceito de história. In: _____. *Magia e técnica, arte e política*. Obras escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1993.

NETFLIX'S Binge-Watching Model Is Set to Take Over TV. *FORTUNE*. Disponível em <http://fortune.com/2017/01/20/netflix-binge-watch-full-season-tv/> - Acessado em 20 de junho de 2018.

GAGNEBIN, J. M. *História e Narração em Walter Benjamin*. Coleção Estudos. São Paulo: Perspectiva, 2013.

BRASILEIROS estão entre os que mais fazem maratonas no Netflix. *IDG Now*. Disponível em: <http://idgnow.com.br/internet/2017/10/23/brasileiros-estao-entre-os-que-mais-fazem-maratonas-no-netflix/> - Acessado em 18 de junho de 2018.

NETFLIX planeja investir US\$ 8 bilhões em conteúdo original em 2018. *IDG Now*. Disponível em: <http://idgnow.com.br/internet/2017/10/17/netflix-planeja-investir-us-8-bilhoes-em-conteudo-original-em-2018/> foi acessado em 18 de junho de 2018.

LADEIRA, J. M. *Imitação do excesso: Televisão, streaming e o Brasil*. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

MARTÍN-BARBERO, J. A mudança da percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, S; FREIRE FILHO, J (orgs.). *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: Educ, 2008, p.9-32.

O QUE representa a entrada da Netflix em Cannes. *Portal Meio e Mensagem*. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/05/26/o-que-representa-a-entrada-da-netflix-em-cannes.html> - Acessado em 20 de junho de 2018.

RANCIÈRE, J. *O espectador emancipado*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

_____. *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: Editora 34, 2009.

ROSENFELD, A. *Brecht e o teatro épico*. São Paulo: Perspectiva, 2012.

SACCOMORI, C. *Qualquer coisa a qualquer hora em qualquer lugar: as novas experiências de consumo de seriados via Netflix*. Revista Temática (NAMID/UFPB),

Ano XI, n. 04 - Abril/2015 - Disponível em:

<http://www.periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/23903> - Acessado em 2 de julho de 2018.

NETFLIX tem crescimento recorde de assinantes e vale US\$ 100 bilhões. *Tecnoblog*. Disponível em <https://tecnoblog.net/232838/netflix-resultado-q4-2017/> - Acessado em 20 de março de 2018.

ⁱDecupagem dos primeiros 2'35" do primeiro episódio da primeira temporada da série *Desventuras em Série* da plataforma Netflix.

ⁱⁱDecupagem do intervalo de 3'30" a 3'40" do primeiro episódio da primeira temporada da série *Desventuras em Série* da plataforma Netflix.

ⁱⁱⁱ<http://freeform.go.com/>

^{iv}<https://www.bbcworldwide.com/>

^vTeaser da primeira temporada de *Desventuras em série*:

<https://www.youtube.com/watch?v=BNhIxSkvspg>. Acessado em 24 de junho de 2018.

^{vi}Teaser da segunda temporada de *Desventuras em série*:

<https://www.youtube.com/watch?v=mPQ3LxzGaSs>. Acessado em 24 de junho de 2018.

A mulher em *The Real Football Factories*:*

Uma crítica feminista das representações

Daniela Araújo **

Resumo

A figura feminina dentro dos esportes é, sem dúvidas, permeada de polêmicas, principalmente quando tratamos de futebol em sociedades como a brasileira ou a britânica. Tanto dentro de campo, quanto nas arquibancadas, onde o ambiente é masculinizado e, por vezes, machista. O presente artigo visa investigar como a mulher é representada em *The Real Football Factories*, série disponível na Netflix que traz a torcida de futebol como temática. É importante levar em consideração que a representatividade em obras midiáticas tem influência na formação de uma torcedora segura de sua identidade. Para tal análise, será utilizado o conceito da crítica feminista das representações do ser mulher.

Palavras-chave: Representação feminista; Torcida; Futebol; Netflix; Hooliganismo

1. Introdução

Ninguém nasce mulher. Torna-se Mulher

A famosa frase de Simone de Beauvoir em *O Segundo Sexo* (1949) nos mostra como a representação feminina implica na sua formação identitária de mulher. A categoria mulher proclama um papel social estável, feminino e compulsoriamente heterossexual (ARRUDA, 2013). Isto é, “mulher” passa então a ser uma identidade fixa única, retratada através da feminilidade, do ser mãe, forte emocionalmente emocional e delicada. Ou seja, a figura delicada que dá suporte emocional a comunidade (PEREA, 2015). Segundo Katia Perea (2015), pesquisadora estadunidense de desenhos animados femininos, podemos observar essas características mais evidentemente a partir da década de 1980.

Apesar do seu enfoque nos desenhos animados, a afirmativa de Katia Perea pode ser identificada em outras produções midiáticas. A problematização da caracterização do personagem feminino é uma das vertentes da Teoria Crítica Feminista. Outra

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos durante o XV PoscomPUC-Rio, de 6 a 9 novembro de 2018.

**Mestranda em Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em jornalismo pela FACHA (2014). E-mail: daniarauj2@yahoo.com.br

vertente desta teoria é referente a representação, no sentido de presença e ausência da figura feminina (ARRUDA, 2013).

A presença da mulher no mundo futebolístico não é recente na história do esporte. No Brasil, desde a inserção do futebol na cultura nacional, a figura feminina esteve presente na arquibancada. A mulher é uma personagem importante na construção da identidade esportiva, tanto que a sua presença nos estádios deu origem ao termo “torcedor” utilizado na crônica especializada (ROSA, 2015: 52).

No entanto, como afirma Jones (2008), apenas recentemente a mulher torcedora foi descoberta pelo discurso midiático. Ainda assim, é possível afirmar que sua representação é permeada de estereótipos típicos do ambiente masculinizado dos esportes. Importante ressaltar que o ambiente majoritariamente masculino dos esportes é um traço cultural de uma determinada sociedade. Como exemplificado pelo futebol, fortemente relacionado com a virilidade masculina, nos Estados Unidos é identificado como um esporte tipicamente feminino (DA COSTA, 2007).

Produções que retratam esportes pelo mundo não são incomuns na mídia. É relativamente fácil encontrar obras que mostram o ambiente esportivo, a história de equipes e agremiações, bem como a biografia de ídolos. Existe uma gama de produções sobre os mais diversos esportes praticados pelo mundo e o futebol não foge a essa regra. Sendo assim, o ambiente masculino do futebol em algumas sociedades também é representado pelas produções.

A Netflix disponibiliza a categorização específica de “séries sobre esporte”. A qual traz dezenove produções entre séries ficcionais e biográficas. Dentre estas obras, apenas duas trazem o futebol como fio condutor: *Clube de Cuervos* e *The Real Football Factories*, série documental britânica que originalmente foi transmitida pela Bravo TV. No entanto, apenas *The Real Football Factories* retrata o olhar das torcidas de futebol do Reino Unido.

O presente trabalho visa analisar a temporada de *The Real Football Factories* disponível na plataforma Netflix através do conceito da Crítica Feminista de Representações. Dividindo o trabalho em dois aspectos, o primeiro relativo a ausência da figura feminina na produção e na narrativa da série. O segundo momento referente a interpretação do papel social desempenhado pela mulher na produção, independente da autoria.

2. Crítica Feminista de Representações

O movimento feminista é dividido por grandes períodos ou ondas, marcados pelo desenvolvimento das questões em torno da mulher na sociedade. A primeira onda ocorre entre fim do século XIX, com a luta pela igualdade de direitos entre homens e mulheres, e o início do século XX, com o movimento das sufragistas em busca do direito de voto feminino. A segunda onda é marcada pela publicação de *O Segundo Sexo*, de Simone de Beauvoir, em 1949. O livro, que traz a famosa frase que abre este artigo, abarca importantes questões sobre o mito feminino, apontando aspectos sociais da subordinação da mulher. Já a terceira onda, surge a partir da década de 1990 e aponta para uma agenda de questionamento mais ampla que a onda anterior. Contemplando indagações da teoria queer e do movimento negro feminino, por exemplo (ZINANI, 2009).

Este breve panorama do movimento feminista é importante para compreender a teoria crítica feminista. Segundo Zinani (2009), esta teoria sempre esteve presente no movimento feminista e acompanhou a evolução de seus questionamentos. Isto porque a teoria crítica feminista tem como questão fundamental a representação da mulher na sociedade. Condutor de toda luta feminina, quer seja por direitos civis iguais (primeira onda), pela não distinção, e consequente subordinação, através do gênero (segunda onda) ou pela garantia de direitos de todo indivíduo que se identifique como feminino a partir de suas experiências pessoais, tais como *dragqueens*, mulheres transexuais e mulheres negras (terceira onda).

Porém, tanto a própria Zinani quanto NattieGolubov (2012) afirmam que a teoria crítica surge de fato durante a segunda onda, a partir da agenda de discussões sobre ser mulher. Esta inicialmente é uma prática de interpretação e análise textual que abarca dois aspectos da literatura. O primeiro diz respeito a mulher autora, revisando os cânones da literatura e resgatando a produção feminina até então desvalorizada e esquecida. “Esse aspecto possibilitou o desenvolvimento de um trabalho de pesquisa muito significativo no sentido de resgatar e analisar produções literárias femininas publicadas no século XIX e início do século XX” (ZINANI, 2009: 413).

Já o segundo aspecto crítico diz respeito à leitura de obras publicadas independente do gênero de seu autor. Neste aspecto, “procura detectar através do estilo, da temática e das diferentes vozes do texto, a relevância da voz feminina e os traços do patriarcalismo que perpassam a obra” (ZINANI, 2009: 407). A personagem feminina passa a ser interpretada através do contexto social ao qual a obra se insere, utilizando

diferentes categorias analíticas, tais como classe social, raça e sexualidade (GOLUBOV, 2012: 13).

A Teoria Crítica leva em consideração a experiência feminina inserida no conceito de “pessoal e político”, onde a experiência vivida pela mulher no ambiente pessoal pode e deve ser compartilhada para obter uma solução política. Qualquer atividade socialmente estruturada, como o casamento, torna-se uma atividade política (BAIROS, 1995: 460).

As Teorias Literárias Feministas, em primeiro lugar, estão atentas às formas em que a própria linguagem pode ser androcêntrica, e as consequências que representa para os processos de significação, mas sobretudo analisam as condições histórico-sociais da produção e as condições histórico-sociais dos discursos, entendidos como sistema de representação, e sua relação com práticas sociais não discursivas, com o entendimento que textos literários participam ativamente nos processos de interação social (GOLUBOV, 2012: 21. Tradução da autora).

A afirmativa de NattieGolubov acima pode facilmente extrapolar os limites da literatura. De fato, a teoria crítica feminista surge a partir do avanço dos estudos culturais e de gênero na análise de obras literárias (ZINANI, 2009). Porém, a crítica da representação das mulheres pode ser feita em outras práticas artísticas. Sendo assim, dando origem às mais diversas formas de crítica a representação da mulher, tal como a teoria fílmica feminista¹. Visto que o texto verbal e não verbal das produções audiovisuais, o texto noticioso e o texto não verbal de fotografias e pinturas também fazem parte do processo de interação social.

Teresa de Lauretis, expoente autora da teoria fílmica feminista, em *A Tecnologia do Gênero* (1987) afirma que “o sistema sexo-gênero, enfim, é tanto uma construção sociocultural quanto um aparato semiótico, um sistema de representação que atribui significado (identidade, valor, prestígio, posição de parentesco, status dentro da hierarquia social etc.) a indivíduos dentro da sociedade”. Entendendo “sistema sexo-gênero” como a conjunção de sexo biológico e gênero construído socialmente, De Lauretis desenvolve a ideia de que gênero é tanto o processo de representação como o seu produto na sociedade.

Considerando a ideia de Teresa de Lauretis, podemos entender como a análise e interpretação da representação da mulher em séries sobre futebol se faz importante para compreender o espaço que a mulher ocupa no meio esportivo e a construção das diferenciações dos papéis sociais no ambiente futebolístico, de acordo com a sociedade ao qual está inserida. Assim como o apagamento da presença feminina, como sugerido nos conceitos da teoria crítica feminista.

Portanto, a base conceitual da teoria crítica feminista orienta a análise deste trabalho. Dividindo a pesquisa em dois momentos de observação, o primeiro com relação a presença da mulher e o seu possível apagamento da história em primeiro plano. O segundo diz respeito a interpretação do papel da mulher independente da autoria. Investigando, a partir da narrativa, a o papel da mulher na hierarquia social, a sua relevância na narrativa e as características da personagem.

3. A Plataforma Netflix

Para investigarmos melhor a crítica da representação feminista, é necessário compreender brevemente alguns aspectos da plataforma a qual a série está inserida. Já que, apesar de seu discurso, a Netflix é diferente do objeto de análise das teóricas aqui exploradas, o cinema, e plataforma streaming pode impactar na forma com a experiência audiovisual é vivenciada.

A Netflix tenta, através do seu discurso de distinção, se aproximar do prestígio das obras cinematográficas e da literatura. A empresa, portanto, promete um conteúdo personalizado, prestigiado, participativo e de qualidade superior ao oferecido pela televisão. Importante frisar que a discussão de qualidade é um campo efervescente (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016). É temerário afirmar que um conteúdo possui qualidade superior a outro, principalmente se esta classificação estiver levando em consideração apenas o discurso de diferenciação da empresa.

Ou seja, a Netflix estrutura sua diferenciação afirmando superioridade com relação à televisão. Porém, Mayka Castellano e Melina Maimaridis (2016) argumentam que “o discurso de distinção promovido pela Netflix também é conflituoso, uma vez que o serviço ressalta a qualidade de suas produções ao mesmo tempo em que comercializa produções da televisão aberta e fechada dos Estados Unidos e de vários países do mundo”.

Este argumento pode ser comprovado pelo objeto de análise deste artigo na qual encontramos uma série originalmente transmitida por uma emissora de TV britânica. Evidenciando assim o conflito no discurso de diferenciação da empresa, ao disponibilizar conteúdo televisivo como única obra, até o momento, que retrate torcidas de futebol. Sendo assim, podemos observar que, apesar de discursivamente se afastar da televisão, a empresa mantém características deste modelo.

Outro aspecto da plataforma que vale uma breve análise, visto que impacta na experiência do espectador, diz respeito ao modelo de distribuição adotado. A Netflix, assim como outras plataformas streaming, disponibiliza todos os episódios da

temporada simultaneamente. Estimulando a prática de *binge-watching*ⁱⁱ, ou seja, uma imersão intensa na história. A qual podemos traduzir livremente por maratonar um conteúdo.

O estímulo ao *binge-watching* está conectada à falta de grade, não é necessário reservar um tempo específico dentro de uma programação, e reverbera na narrativa da série. Isto porque o texto “mais puro”, livre de cortes para inserção de intervalos comerciais, atende ao desejo do espectador. Além disso, tem a função de prender a atenção, fazer com que o público decida imergir na trama (JENNER, 2016).

Tais características discutidas acima influem sobre a forma como o conteúdo é percebido pelo público. Em *The Real Football Factories* é evidente a distinção do texto quando não produzido para estimular o *binge-watching*, apesar de ter todo conteúdo liberado simultaneamente. Cada episódio é independente, ou seja, são seis narrativas desconectadas, apenas com o hooliganismo do Reino Unido como fio condutor. Além disso, por não se tratar de uma série original Netflix, todos os episódios apresentam a abertura e os créditos, sem opção de pulá-los. Marcando assim o início e o fim de cada capítulo, não dando continuidade a história.

4. *The Real Football Factories*

A série documental britânica foi originalmente veiculada pelo canal Bravo TV em 2006 e chegou a Netflix em janeiro de 2018. Danny Dyer, apresentador da produção, percorre o Reino Unido mostrando a rivalidade dos times locais e a tradição hooliganista das torcidas. *The Real Football Factories* não é uma série original Netflix, mas é a única que retrata o ambiente da torcida de futebol. Apesar da série ter continuado em 2007, apresentando torcidas organizadas fora do Reino Unido, na plataforma apenas a primeira temporada está disponível.

Esta primeira temporada é dividida em seis episódios, cada um nomeado com a localidade do Reino Unido a qual terá suas rivalidades apresentadas. São eles: *London*, *North West*, *Yorkshire*, *The Midlands*, *Scotland* e *England Way*. Em cada um, membros de torcidas organizadas são entrevistados em ambientes que demonstram os hábitos dos *hooligans*. Dentre as locações estão pontos de encontros para brigas entre *hooligans*, lojas de roupas masculinas, bares e estádios de futebol.

Estas localidades ambientam a intenção da série de marcar a cultura dos torcedores. A produção funciona como um guia do *ethos hooligan*, nostálgica e violenta. Entretanto, a série é marcada pela exaltação a característica violenta do hooliganismo inglês. Emma Poulton (2006) argumenta que este tipo de produto

mediático explora o voyeurismo do expectador. Ou seja, a necessidade de experimentar a performance violenta de forma distante e segura, ao mesmo tempo que é possível criticar a atitude dos envolvidos. Esta espetacularização da violência da torcida é caracterizada pela autora como “*hooliporn*”.

The Real Football Factories é um produto de nicho e uma “fonte rica de discurso sobre o hooliganismo” (POULTON, 2006:154). Sendo assim, o seu discurso abarca a masculinidade dos torcedores de futebol e a defesa da honra em ser um *hooligan*, comparando a torcida com um exército. Como ocorre aos 41 minutos e 11 segundos do episódio 4, na qual um dos personagens compara: *Tem famílias de classe alta que tem oficiais do exército, em que o pai quer que o filho seja um oficial do exército. Para esses homens [hooligans] não é diferente.*

Em alguns países, esse esporte [futebol] incorporou e disseminou, durante um longo período, uma série de ‘valores andriarcais’ (Dunning 1997: 323) e a torcida com seus gestuais, seu vocabulário e seus rituais, ao longo dos anos, se configurou como espaço simbólico e concreto de exaltação dos ‘atributos masculinos de potência, virilidade’ (Toledo 1996: 65). (DA COSTA, 2007:2)

A série, portanto, é uma exaltação da masculinidade e virilidade masculina. Mais do que mera exaltação, é uma subjetificação da violência, reproduzindo e analisando em detalhes os casos de desordem através do olhar do indivíduo participante (POULTON, 2006). É importante enfatizar que o ambiente masculinizado do futebol é uma realidade na sociedade inglesa, bem como na brasileira. Entretanto, o mesmo não se aplica para o futebol estadunidense e chinês que é caracterizado pelo ambiente feminino (DA COSTA, 2007).

5 . Apagamento Feminino

Um dos primeiros aspectos de discussão da crítica da teoria feminista das representações diz respeito ao apagamento da mulher como autora de obras literárias. Através da revisão dos cânones, a crítica feminista consegue tirar do esquecimento a produção feminina. Trazendo à tona base teóricas para o questionamento da representação da mulher, este resgate colabora para o avanço dos estudos culturais.

Como exposto anteriormente, os aspectos de discussão da teoria literária norteiam outras ramificações da crítica das representações feministas. O ostracismo, ao qual a mulher foi relegada na literatura, também pode ser observado em produções audiovisuais e plásticas. Relevando como a linguagem da sociedade, verbal ou não, é androgênica, ou seja, centrada na no olhar da figura masculina sobre as interações sociais (GOLUBOV, 2012).

The Real Football Factories é marcada pela ausência de mulheres como personagens, apenas em um episódio de toda temporada é possível identificar a voz feminina. Somente no quarto episódio um grupo de mulheres é convidado a mostrar a sua interpretação da cultura *hooligan*. Esta falta de representação feminina não ocorre somente em frente às câmeras, também é raro encontrar mulheres na equipe executiva da série.

A série é apresentada por Danny Dyer, o ator também estrelou filme homônimo a série; dirigida e criada por Peter Day; editada por Tom Deverell. Na ficha técnica disponível, as mulheres aparecem como assistente de produção, Miranda Heck, produtora associada, Natalie O'Hara e assistente de pós-produção, Sarah Clack.

É notório, portanto, a falta de profissionais mulheres no alto nível hierárquico da produção da série. Esta realidade pode ser irrelevante para a maioria do público da série, porém isto se reflete na linguagem da série. A obra, portanto, incorpora conceitos masculinos e os transmite ao conteúdo. Visto que é dominada pelo olhar masculino dos seus produtores. É o que Nattie Golubov (2012) afirma ser o manifesto do poder dos homens que contribui para a discriminação e subordinação das mulheres.

De fato, este poder masculino pode ser refletido pelo sexismo oculto da série ao ausentar da narrativa personagens femininos. Transformando-as apenas no contraponto da masculinidade e virilidade dos torcedores. Para muitos, esta ausência de mulheres pode ser justificada pela série ter como foco narrativo as torcidas de futebol inglês. Entretanto, como Teresa de Lauretis (1987) afirma a interpretação do gênero tanto é o processo de representação quanto o produto da sociedade. Ou seja, a falta de mulheres, quer seja na equipe executiva, quer seja na narrativa, pode ser um produto da sociedade retratada. Porém, também faz parte do processo de representação, desestimulando nestes nichos sociais. Sendo assim, corroborando para o reforço do ambiente masculinizado e machista do futebol na sociedade.

5. Interpretando o Feminino

The Real Football Factories traz somente uma vez a voz feminina para a discussão do *ethos* torcedor. Antes da entrevista com o grupo de namoradas dos torcedores, é possível encontrar mulheres nas narrativas. Porém, sua presença não tem relevância para a caracterização da rivalidade exposta. Isto é, até então, a mulher aparece apenas como testemunha do ato de desordem provocado pela torcida. A mulher é retratada como mera expectadora do protagonismo do homem *hooligan*, sem qualquer influência dentro do texto.

Entretanto no quarto capítulo ocorre a primeira e única inserção de mulheres como personagens de destaque na narrativa. Elas são as namoradas dos torcedores e falam sobre a experiência de se relacionar com um *hooligan*, como seu namoro é afetado pela paixão do namorado por futebol. Dentro da hierarquia social relatada na série, a mulher exerce o papel da família do torcedor. Aquela que deve ser o suporte emocional do homem (PEREA, 2015). Elas não pertencem a torcidas, não demonstram interesse pelo futebol e até certo ponto rejeitam o esporte.

Além disso, chama atenção a locação escolhida para a entrevista, ao contrário dos bares, estabelecimentos comerciais e estádios. As mulheres são entrevistadas dentro de uma casa, variando entre a mesa de jantar e o quarto, onde durante a entrevista fazem seu rito de beleza. Mesmo insignificante para os olhares menos atentos, tal locação é sabidamente um espaço privado e familiar. Revelando “uma forma de sexismo sutil e contextual” (GOLUBOV, 2012:25).

Katia Perea (2015), ao classificar as personagens femininas de *cartoons*, afirma que a primeira onda de desenhos para meninas é marcada pelo binarismo de gênero e o reforço de estereótipos como voz estridente, roupas e cabelos femininos. Podemos usar a mesma padronização para caracterizar as personagens femininas entrevistadas por Danny Dyer. As namoradas dos torcedores, Rachel Hanna, ChantelTyres e Stephanie Whetstone, aparecem cuidando dos cabelos, maquiadas e com roupas femininas e justas.

Porém, estas personagens não podem caracterizar um empoderamento feminino dentro da série, visto que representam exatamente o oposto ao que Katia Perea (2015) designa como ponto positivo da representação de personagens femininos na primeira onda de *cartoons*. “Meninas são líderes do grupo, não são heróis-coadjuvantes ou personagens secundários. Nenhum menino irá resgatá-la, ela faz o resgate” (PEREA, 2015:191).

Na fala das entrevistadas, essa afirmativa é contradita. As namoradas de torcedores não são líderes, elas são subordinadas ao grupo de torcedores do *Leicester City, Baby Squad*. Tal qual evidencia Rachel Hanna ao dizer que apesar de querer um sábado a sós com seu namorado, ela vai ao futebol. A mesma ainda afirma que a torcida é mais importante para os namorados.

Outro ponto que contrapõe a afirmativa de Katia Perea é quando ChantelTyres afirma que se relacionar com torcedores traz a sensação de segurança. A personagem ainda relata que foi a jogos junto com o grupo de *hooligans* e foi defendida, durante uma briga, por um dos membros da torcida *Baby Squad*. Ou seja, sua representação se aproxima da mocinha indefesa que precisa de um homem para resgatá-la do perigo.

As namoradas são inseridas na série como parte da família que a torcida representa e donas de um aspecto peculiar com relação ao hooliganismo. Stephanie Whetstone, a terceira namorada apresentada, traz em seu discurso uma concepção de que hooliganismo é sinônimo de fama. Sendo assim, ao se relacionar com o torcedor, a mulher também passa a ser reconhecida na sociedade. Tal ponto de vista se assemelha ao das “marias-chuteiras”, caracterizadas pelo senso comum como mulheres que procuram um relacionamento com jogadores em busca de status e estabilidade financeira.

As três namoradas identificadas trazem evocam características intrínsecas ao patriarcalismo. Tais como subordinação, aparente fragilidade e a busca de um relacionamento para obter status. A representação feminina, portanto, não obedece a uma neutralidade de representação com relação a figura masculina. Além disso, a série não traz menção sobre a mulher como torcedora de futebol.

6. Conclusão

The Real Football Factories é uma série disponível na Netflix que diverge do discurso da empresa. Afinal, apesar da sua intenção de distinguir-se da televisão, classificando o seu conteúdo como superior ao televisivo. A única série que retrata o ambiente da torcida de futebol é uma produção originalmente veiculada pelo canal britânico Bravo TV, o que implica na espetatorialidade do conteúdo.

Apesar da temporada ser disponibilizada inteira simultaneamente, o texto não estimula ao binge-watching. As narrativas não se conectam entre si, além de cada episódio ser marcado pela abertura da série, sem a opção de pular a introdução. Visto que o conteúdo é comercializado no mesmo formato que foi transmitido pelo canal de televisão. O texto, portanto, não é caracterizado pela pureza e convite a imersão.

No que diz respeito a representação feminina, a série pode ser criticada a partir dos dois aspectos da teoria crítica. Ou seja, podemos observar tanto a ausência de mulheres em no mais alto nível hierárquico da produção executiva da série. As mulheres presentes por trás das câmeras ocupam espaços de subordinação ao poder masculino. E isto reflete no discurso apresentado pela série, a partir do momento que a narrativa reflete o olhar do homem sobre o fenômeno social.

O segundo aspecto de crítica ao qual a série é submetido diz respeito à interpretação da figura feminina presente na narrativa, independente da sua autoria. Esta vertente evidencia a presença sutil dos traços de patriarcalismo da sociedade em questão. A rara apresentação de personagens femininos é sob a ótica de subordinação ao

homem protagonista da trama. As personagens, portanto, apresentam características tais como fragilidade, aquela que necessita ser protegida pelo homem, a busca por status através do relacionamento e a submissão aos desejos masculinos.

Concluimos, portanto, que a série *The Real Football Factories*, traz uma representação insatisfatória da mulher no ambiente futebolístico. Não levando em conta que a paixão pelo futebol independe do gênero. Esta representação insatisfatória, ou a ausência dela, reverbera nos processos de identificação das torcedoras. Como discutido no texto, este processo de representação é produto e produtor do contexto social ao qual está inserida. Ou seja, a falta de visibilidade da mulher como torcedora legítima de futebol impacta na construção da identidade da mulher fã de futebol, cuja estruturação parte de símbolos masculinos.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Lina Alves. *Estratégias desconstrutivas: a crítica feminista da representação*. 2013. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

BAIROS, Luiza. Nossos feminismos revisitados. *Estudos feministas*, v. 3, n. 2, p. 458, 1995.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva//Netflix, discourse of distinction and new modes of television production. *Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura*, v. 14, n. 2, p. 193-209, 2016.

DA COSTA, Leda Maria. O que é uma torcedora? Notas sobre a representação e auto-representação do público feminino de futebol. *Esporte e Sociedade*, Ano, v. 2, 2007.

DE BEAUVOIR, Simone; MILLIET, Sérgio. *O segundo sexo: factos e mitos*. 1949.

DE LAURETIS, Teresa. *Technologies of gender: Essays on theory, film, and fiction*. Indiana University Press, 1987.

GOLUBOV, Nattie. *La crítica literaria feminista: una introducción práctica*. Universidad Nacional Autónoma de México, 2012.

JENNER, Mareike. Isthis TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New media & society*, v. 18, n. 2, p. 257-273, 2016.

PEREA, Katia. Girl Cartoons Second Wave: Transforming the Genre. *Animation*, v. 10, n. 3, p. 189-204, 2015.

POULTON, Emma. 'Fantasy football hooliganism' in popular media. *Media, Culture & Society*, v. 29, n. 1, p. 151-164, 2007.

ROSA, Mateus Vieira da. *Identidade, Significado e Imagem do Desvio: uma (re) leitura do fenômeno das Torcidas Organizadas a partir da Criminologia Cultural*. Empório do direito, 2015.

ZINANI, Cecil Jeanine Albert. Crítica feminista. BONNICI, Thomas. ZOLIN, Lúcia Osana (orgs.). *Teoria literária: abordagens históricas e tendências contemporâneas*, v. 3, p. 217-242, 2009.

ⁱ Lina Alves Arruda, em sua tese de doutorado (2013), nos mostra que a teoria fílmica feminista surge a partir da década de 1980 tem por base o mesmo conceito da teoria literária. Entretanto, nesta teoria o foco de análise está nas produções cinematográficas e nos “processos de identificação relacionados ao prazer”. A autora também afirma que a teoria fílmica foi a responsável pela maior parte das publicações que analisam imagens e representações.

ⁱⁱ *Binge-watching* não é uma novidade no Mercado, seu potencial existe mesmo antes da popularização da internet e dos serviços de streaming. Esta prática espectralidade existe desde as maratonas televisivas e os boxes de DVD (CASTELLANO; MEIMARIDIS, 2016).

***Era o Hotel Cambridge* e os narradores de um Brasil cosmopolita ***

Iverson Spezani**

Resumo

"Pensar para além da nação", conforme sugeriu o antropólogo indiano ArjunAppadurai, traz à cena a questão da crise do Estado-Nação Moderno e questiona sua eficácia narrativa em um mundo marcado pelas diásporas. Assim, este artigo pretende analisar o filme *Era o Hotel Cambridge*, de Eliane Caffé, que narra o drama de refugiados estrangeiros no Brasil que dividem com grupo de sem-tetos um velho edifício abandonado no centro de São Paulo. Para este estudo buscou-se decompor o filme identificando seus fragmentos, suas imagens heterogêneas de ficção e realidade. Em seguida estabeleceu-se relações com uma bibliografia de autores dedicados à tentativa de abarcar a implosão da antiga unidade ideal de nação e criar um contra-discurso ressignificando o conceito de cosmopolitismo.

Palavras-chave: cosmopolitismo; nação; cinema; narrativa

1. A desinvenção da nação

"Precisamos pensar para além da nação". Esta frase emblemática do antropólogo indiano ArjunAppadurai vem colocar em cheque a questão da nação, tema recorrente em um momento cujas discussões nacionalistas parecem dominar as pautas.

Neste sentido, considera-se o conceito de nação como aquele que caminha junto ao de "imaginação", conforme defendido por Benedict Anderson em seu livro *Comunidades Imaginadas*. Este historiador e cientista político propõe que uma nação pode ser definida como "uma comunidade política imaginada – e imaginada como sendo intrinsecamente limitada, e ao mesmo tempo, soberana" e acrescenta:

Ela é imaginada porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão ou nem sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles.[...] Imagina-se a nação limitada porque mesmo a maior delas, que agregue, digamos, um bilhão de habitantes, possui fronteiras finitas, ainda que elásticas. Nenhuma delas imagina ter a mesma extensão da humanidade. (ANDERSON, 2008:32-33).

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos durante o XV PoscomPUC-Rio, de 6 a 9 novembro de 2018.

** Mestrando em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. E-mail: iversonspezani@gmail.com

*** O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

O mesmo autor afirma ainda que a nação é imaginada como soberana pois o nascimento de seu próprio conceito se deu em uma época cujo Iluminismo e a Revolução Industrial estavam destruindo a legitimidade do reino dinástico hierárquico de ordem divina.

Amadurecendo numa fase da história humana em que mesmo os adeptos mais fervorosos de qualquer religião universal se defrontavam inevitavelmente com o pluralismo vivo dessas religiões e com o amorfismo entre as pretensões ontológicas e a extensão territorial de cada credo, as nações sonham em ser livres – e, quando sob dominação divina, estão diretamente sob sua égide. A garantia e o emblema dessa liberdade é o Estado Soberano. (ANDERSON, 2008:34).

Assim, no prefácio do citado livro de Anderson, Lilia Moritz Schwarcz ressalta que “mais que inventadas, nações são ‘imaginadas’, no sentido de que fazem sentido para a ‘alma’ e constituem objetos de desejos e projeções”. (2008:10). Neste raciocínio, Vera Follain de Figueiredo (1999:73-74) acrescenta que “a nação é uma invenção, não porque seja mentira, mas porque depende para sua existência de atos coletivos de imaginação, expressos através dos meios de comunicação: livros, jornais, panfletos, etc.” A autora crê ainda que os rumos tomados pela economia capitalista no final do século XX, tendem a tornar a nação, tal como concebida pela modernidade, uma “ficção desnecessária”.

Chega-se portanto, à crise do “Estação-nação moderno como uma organização compacta e isomórfica de território, etnia e aparato governamental” (APPADURAI, 1997:34). Isso também é corroborado pelas novas formas de circulação de pessoas, características do mundo contemporâneo, do turismo à imigração e às diásporas por causas diversas.

Assim, a questão do território acabou tornando-se um problema crucial na crise contemporânea do Estado-Nação ou melhor, como reforça Appadurai, crise da relação entre Estado e Nação. Neste sentido, o autor ressalta que:

Na medida em que os Estados-nações existentes apoiam-se em alguma ideia implícita de coerência étnica como base da soberania estatal, tendem certamente a transformar em minoria, degradar, penalizar, assassinar ou expulsar aqueles que são vistos como minoria étnica. Na medida em que estas minorias (como trabalhadores imigrantes, refugiados ou estrangeiros ilegais) participam de uma nova forma de organização política, exigem reterritorialização dentro de uma nova ordem cívica, abalando as referências ideológicas de coerência étnica e direitos de cidadania, dado que toda ideologia moderna de direitos depende em última instância de um grupo fechado (enumerado, estável e imóvel) de merecedores da proteção e do amparo do estado. (APPADURAI, 1997:44).

E é, por este tema atual, que o filme *Era o Hotel Cambridge*ⁱ torna-se relevante para uma análise representativa ao demonstrar o drama dos refugiados estrangeiros recém-chegados ao Brasil que dividem com um grupo de sem-tetos um velho edifício abandonado no centro de São Paulo. Além da tensão permanente que a ameaça de

despejo causa, os moradores do prédio têm que lidar com seus dramas pessoais e aprender a conviver com pessoas que, apesar de diferentes, enfrentam juntos a vida nas ruas, sem moradia fixa.

Vê-se aqui o cinema colocando em evidência o desconhecido, nas palavras de Jacques Rancière, o anonimato torna-se tema de arte, em uma “nova racionalidade do banal e do obscuro que se contrapõe às grandes ordenações aristotélicas e se tornará a nova racionalidade da história da vida material oposta às histórias dos grandes feitos e dos grandes personagens.” (RANCIÈRE, 2005:56)

O filme cria uma narrativa em forma de mosaico, cujas sequências são peças de formas irregulares dotadas de certa autonomia, mas que de certa maneira se intercambiam. Construído por fragmentos, imagens heterogêneas, de procedências variadas, ficção e realidade se fundem. Um filme de ficção, que ficcionaliza o real e tenta acessar o real por intermédio da ficção. Assim, busca formas de representar a realidade inspirando-se “nas ideias de história plural, tempo heterogêneo, hibridismo, performance, simultaneidade e representação das minorias.” Elegendo, desta forma, a fragmentação como linguagem para a representação do real, “tentando dar conta de que a implosão daquela visão das coisas rompeu, despedaçou, a antiga unidade ideal de nação.” (LOBO, 2014:29). Assim, apresenta a história como objeto de uma construção cujo lugar não é o tempo homogêneo e vazio, mas um tempo saturado de “agoras” (BENJAMIN, 1994:224-229).

As múltiplas e interpoladas histórias e situações vêm humanizar as personagens legitimando a causa que o filme se propõem discutir. Pode-se considerar a narrativa como um contra-discurso, uma resistência à imagem construída pela grande mídia convencional. A estrutura narrativa também destaca-se para além do argumentativo. Apesar de fragmentada, é possível perceber que narrativa pretende-se a uma linearidade que culminará em um ápice: uma calmaria que antecede a tempestade ou a guerra, como nas imagens da antiguidade grega.

O fato deste filme ser uma representação não o impede de ter efeitos reais sobre o mundo. Mesmo reconhecendo-se a inevitabilidade da representação, não se pode considerar que “não há nada em jogo”, como afirmou Stuart Hall. Assim, por si só uma imagem não comprova, por exemplo, um genocídio, mas nos faz pensar, refletir e construir a história. Ao reconstruir uma história, o filme constitui um bem em si mesmo, ampliando a “consciência de que o sofrimento causado pela crueldade humana existe no mundo que partilhamos com os outros”. Mesmo que sejam apenas símbolos e não possam, de forma alguma abarcar a maior parte da realidade a que se referem, elas ainda

exercem uma função essencial. “As imagens dizem: isto é o que seres humanos são capazes de fazer – e ainda por cima voluntariamente, com entusiasmo, fazendo-se passar por virtuosos. Não esqueçam.” (SONTAG, 2003:95-96). Logo, as imagens são um convite à reflexão, mesmo quando representam apenas uma fração.

Assim, *Era o Hotel Cambridge* vem apresentar uma narrativa contemporânea que evidencia o surgimento de sujeitos “sem identidade fixa” e que cada vez menos estabelecem vínculos de pertencimentos exclusivos com a nação de origem (DEALTRY, 2007:175). Ou seja, pode-se ler aqui, um desvencilhamento da nação como lugar central da narrativa e o prevalecimento do imaginário cosmopolita, o que Vera Figueiredo chama de a “desinvenção da nação” (FIGUEIREDO, 1999:73).

2. Uma outra narração cosmopolita

No contexto apresentado anteriormente evidencia-se uma ressignificação da concepção de cosmopolitismo, que diferente daquele outrora eurocêntrico, hegemônico, que se queria universal, o atual, “pluralidade e falibilidade encaminham e balizam a “conversação cosmopolita”, que passa por entre barreiras culturais, políticas, sociais, econômicas e religiosas”, como sustenta Silviano Santiago (2011:2). Assim, o escritor busca possíveis ressemantizações do termo no contexto contemporâneo, marcado pela globalização, multiculturalismo e pelo fluxo de redes digitais.

Neste viés, o filósofo inglês-ganense Kwame Anthony Appiah também tece algumas considerações sobre como definir este cosmopolitismo, ao defender o diálogo entre culturas:

Um diálogo intercultural cosmopolita é aquele em que nos tratamos como cidadãos de um mundo compartilhado, e, portanto, dignos de respeito mútuo. Isso não significa que não podemos discordar. Por um lado, não podemos ser apenas relativistas generalizadores e achar que tudo que acontece na Humanidade é correto e bom. Por outro, não podemos achar que nós temos todas as respostas, seja lá quem seja esse “nós”. Temos de nos colocar em um diálogo no qual imaginemos que podemos aprender com o outro. (APPIAH, 2013:3).

Este diálogo fica visível no filme através das narrativas sobre os costumes e a culinária de cada país, bem como na contribuição de cada um, de acordo com suas experiências individuais, para o melhor funcionamento possível da comunidade. Assim, Appiah destaca ainda que o cosmopolitismo nesta acepção não é homogeneização dos valores e ações, conforme a ideia anterior do termo, mas, ao contrário, é extremamente relevante considerar as diferenças. (APPIAH, 2007:19). E avalia que é através deste processo que dialogam dois aspectos:

Um deles é a ideia de que temos obrigações que se estendem para mais além daqueles a quem nos vinculam laços de parentesco, inclusive os laços mais formais da cidadania compartilhada. O outro consiste em levar em conta seriamente o valor, não só da vida humana, mas também das

vidas humanas particulares, o que implica interessar-nos pelas práticas e crenças que lhes outorgam significado. (APPIAH, 2007:18).

Assim, conforme mostra Santiago (1995:69), “esses grupos sociais minoritários se apresentam na cena política como tais, para dizer como foram e estão sendo destituídos de voz (vale dizer, de representação nos três poderes), discriminados e perseguidos e, finalmente, estigmatizados”. Esses grupos, que revelam a margem ambivalente do espaço-nação, apresentam o marginal ou a “minoría” não como um espaço de uma automarginalização exaltadora ou utópica, mas pelo contrário, conforme afirma Homi Bhabha:

É o espaço duma intervenção muito mais substancial em relação às justificativas da modernidade – progresso, homogeneidade, organicidade cultural, a nação em sua essência, o passado remoto – que racionalizam o autoritarismo, “normalizando” tendências dentro das culturas em nome do interesse nacional ou da prerrogativa étnica. (BHABHA, 1997:56).

Portanto, ao ocupar um prédio, os operários se apropriam de um espaço que, em geral, teria outra funcionalidade ou até mesmo nenhuma, situando ali uma outra cena e redistribuindo os papéis. Há, por conseguinte, a conversão em um “espaço de manifestação de um personagem esquecido nas contas do governo, o povo, os trabalhadores ou qualquer personagem coletivo” (RANCIÈRE, 2010:54).

A questão das ocupações tornou-se o centro das atenções com o episódio ocorrido na madrugada do dia 01 de maio de 2018, em São Paulo. A ocupação de moradia, localizada no Largo Paissandu, pegou fogo e o prédio veio abaixo. De acordo com a prefeitura, cerca de 150 famílias, totalizando 400 pessoas, eram cadastradas como moradores da ocupação. O prédio, que foi sede da Polícia Federal, estava ocioso desde 2003 quando o órgão passou a funcionar em outro bairro da cidade.

Segundo o último estudo sobre déficit habitacional no Brasil, realizado pela Fundação João Pinheiro, em 2013, quase sete milhões de famílias não possuem moradia adequada. Neste sentido, ganha destaque e visibilidade o conceito de Direito à Cidade, implicando não só um direito aos serviços da cidade propriamente ditos, como a moradia, mas, conforme abordou Henri Lefebvre (2011), filósofo francês e autor deste termo, um direito de transformar a cidade, inventar uma nova cidade a partir do que está posto. Estas concepções ressaltam a importância de entender que há no urbano uma multiplicidade de práticas prestes a transbordar de possibilidades alternativas, assim como possibilidades múltiplas de narrativas e que, como mostrou David Harvey:

Os que constroem e mantêm a vida urbana têm uma exigência fundamental sobre o que eles produziram, e que uma delas é o direito inalienável de criar uma cidade mais em conformidade com seus verdadeiros desejos, chegaremos a uma política do urbano que venha fazer sentido. “A cidade pode estar morta”, Lefebvre parece dizer, mas “Longa vida à cidade”. (HARVEY, 2014:21).

Em uma das cenas do filme em análise, há uma discussão sobre a presença de refugiados na ocupação do hotel, e consequentemente no país, que pode ser sintetizada na seguinte frase de uma das personagens: "a gente já não está podendo cuidar de nós, os brasileiros, ainda têm que cuidar de refugiado do Congo, refugiado da Colômbia, dos libaneses, palestinos, assim fica difícil". Nesta transcrição, notam-se indícios de como o nacionalismo apresenta-se de certa maneira como uma anomalia, conforme destaca Tom Nairn, que mesmo sendo simpatizante ao nacionalismo, escreve:

O 'nacionalismo' é a patologia da história do desenvolvimento moderno, tão inevitável quanto a 'neurose' no indivíduo, e que guarda muito da mesma ambiguidade de essência, da tendência interna de cair na loucura, enraizada nos dilemas do desamparo imposto à maior parte do mundo (o equivalente do infantilismo para sociedades), sendo em larga medida incurável. (NAIRN, 2000:259).

Em resposta a essa questão, um dos refugiados apresenta a sentença que insere todos ali como pertencentes a uma mesma comunidade, ou seja, a de refugiados, "eu sou refugiado palestino no Brasil e vocês são refugiados brasileiros no Brasil", portanto, brasileiros e estrangeiros, são todos refugiados da falta de direitos fundamentais. Assim, "somos todos estrangeiros / nesta cidade / neste corpo que acorda", diria Guilherme Zarvos em seu poema Estrangeiroⁱⁱ.

Neste sentido, pode-se perceber que "as concepções de nação são cada vez mais atraídas por outros discursos de lealdade e afiliação – às vezes linguístico, às vezes racial, às vezes religioso, mas muito raramente territorial" (APPADURAI, 1997:39). Ainda neste âmbito da discussão, o filme levanta a questão da incapacidade de um país em lidar com inserção de pessoas originárias das diásporas. Ou seja, segundo a fala de uma personagem "o Brasil faz bonito lá na ONU, na política internacional, aí concede o refúgio para nós, quando entramos aqui, cada um se vira, nós estamos cobrando do Brasil sim, porque o Brasil concedeu para a gente o refúgio. "

Especificamente, no Brasil, com o objetivo de estabelecer direitos para pessoas que buscam o país como destino de refúgio, o Estado brasileiro publicou, em 1997, a Lei de refúgio no 9.474 que reconhece como refugiada toda pessoa que "devido a fundados temores de perseguição por motivos de raça, religião, nacionalidade, grupo social ou opiniões políticas encontre-se fora de seu país de nacionalidade e não possa ou não queira acolher-se à proteção de tal país;" ou "devido a grave e generalizada violação de direitos humanos, é obrigado a deixar seu país de nacionalidade para buscar refúgio em outro país.

Entretanto, uma pesquisa intitulada "Migrantes, Apátridas e Refugiados: subsídios para o aperfeiçoamento de acesso a serviços, direitos e políticas públicas no Brasil" realizada pelo Projeto "Pensando o Direito" e pelo Instituto de Pesquisa

Econômica Aplicada (IPEA), evidencia problemas críticos enfrentados por refugiados, deslocados ambientais, migrantes e apátridas no Brasil. Segundo o estudo, considerando as 128 pessoas entrevistadas em 23 Estados e no Distrito Federal do Brasil, problemas como moradias, documentação, discriminação e principalmente o acesso ao trabalho é a maior dificuldade enfrentada no Brasil pelos indivíduos com status de refugiados reconhecidos pelo Comitê Nacional para os Refugiados (CONARE), solicitantes de refúgio, deslocados ambientais, imigrantes econômicos, imigrantes humanitários, apátridas, imigrantes em fluxos mistos e imigrantes sem documentação.

Pode-se questionar aqui um problema “nas concepções modernas de cidadania que, ligadas à várias formas de universalismo democrático, tendem a demandar um povo homogêneo com conjuntos padronizados de direitos” (APPADURAI, 1997:36), necessitando, portanto, discriminações entre diferentes categorias de cidadãos, ainda que todos ocupem o mesmo território.

Somado a este fator, o fluxo de pessoas, ao mesmo tempo que se apresentou facilitado pelos novos meios de comunicação e transporte, também não se apresentou de igual disponibilidade para todos. Muitos refugiados, por exemplo, não conseguem atravessar as fronteiras bloqueadas, conforme lamenta uma personagem em uma conversa via internet com um morador do Cambridge:

Em Gaza quem quer entrar ou sair tem que passar pela passagem de Rafah, que é do lado dos egípcios ou pela passagem de Erez, do lado do bloqueio israelense. Há mais de 7 mil pessoas, a maioria delas está doente. Todos têm que esperar que abram a passagem, mas não vai abrir por causa do embargo. Na passagem de Erez, os vistos são controlados e as pessoas estão morrendo. A mídia não transmite o que se passa aqui, não temos apoio, não há solidariedade.

Esta questão também vem indagar o conceito de que em uma pátria todos sentem-se como pertencente ao mesmo corpo nacional, fato este evidenciado também em uma das cenas cujo personagem palestino lamenta o desconhecimento do que venha a ser a vivência de uma nação.

Desconhecemos o que é uma pátria desde o dia em que nascemos, nós, os palestinos, vivemos fora de suas fronteiras. Crescemos indo de um exílio a outro. E de uma paz ilusória a outra paz ilusória. Mas tenho esperança que esse início, na nova terra, no Brasil, seja o fim dessa jornada de Sísifo.

Vê-se neste sentido, ainda, a busca por pertencimento, o deixar de viver em um país ocupado para vir a ocupar alguma coisa, mesmo que seja um prédio abandonado, conforme afirmou um dos personagens, complementado por outro que estabelece uma nova identidade para si próprio "eu não vou mais voltar para o Congo, não sou mais o Ngandu de Kinshasa. Agora sou Ngandu de São Paulo."

Faz-se necessário neste momento levantar a questão pertinente de como a imprensa, assim como o romance, proporcionaram meios técnicos para “representar” o

tipo de comunidade imaginada correspondente à nação, um mecanismo para apresentar a simultaneidade em um “tempo vazio e homogêneo”, conforme argumenta Benedict Anderson (2008:55). Entretanto, neste exemplo acima, podemos constatar, conforme nos apresenta Chatterjee (2009:62) que o espaço-tempo homogêneo e vazio, o tempo utópico do capitalismo, que linearmente conecta o passado, o presente e o futuro, e se converte em possibilidade para as imaginações históricas da identidade, da nacionalidade é utópico, portanto, não existindo em nenhuma parte do mundo real. Neste movimento de assimilação e agressividade, aprendizagem e reação, obediência e rebelião (SANTIAGO, 1978:16-26), HommiBhabha assinala que estamos diante de “uma nação dividida no interior dela própria, articulando a heterogeneidade de sua população”:

A nação barrada Ela/Própria [It/Self] alienada de sua eterna autogeração, torna-se um espaço liminar de significação, que é marcado internamente pelos discursos de minorias, pelas histórias heterogêneas de povos em disputas, por autoridade antagônicas e por locais tensos de diferença cultural. (BHABHA, 1998:209-210).

Pode-se pensar o Hotel Cambridge figurando-se como uma “nação”, mas enquanto estado de coisa, nos termos de Rancière, dividida no interior dela mesma, como um *entre-lugar*, para citar o conceito formulado por Silviano Santiago em um ensaio de 1971 intitulado “O entre-lugar do discurso latino-americano” (1978). Um lugar não puro, no qual, “a fronteira que assinala a individualidade da nação interrompe o tempo autogerador da produção nacional e desestabiliza o significado do povo como homogêneo” (BHABHA, 1998:209-210). Ou ainda, conforme apresenta Renato Cordeiro Gomes:

Um pé lá, outro cá, num entre-lugar, lugar diferido, pensa-se uma cultura e uma literatura do ponto de vista de uma província ultramarina ou dos subúrbios da periferia (para usar a imagem de Piglia), repensando conceitos etnocêntricos, debilitando esquemas cristalizados de unidade, pureza e autenticidade. (GOMES, 2017:139).

Este conceito, também se assemelha ao que Bhabha chama de “terceiro espaço”, em que convivem momentos históricos diferentes, ou em outros termos, “a temporalidade não-sincrônica das culturas nacional e global abre um espaço cultural – um terceiro espaço – onde a negociação das diferenças incomensuráveis cria uma tensão peculiar às existências fronteiriças” (BHABHA, 1998:300).

Há, portanto, o “irredutível predomínio do sintático sobre o semântico”, nas palavras de Derrida (1981:221), através dos quais as “significações de autoridade cultural e política são negociadas” conforme afirmou Bhabha que ainda acrescenta:

A “localidade” da cultural nacional não é unificado nem unitário em relação a si mesmo, nem deve ser visto simplesmente como “outro” em relação ao que está fora ou além dele. A fronteira tem o rosto de Jano, e a questão do que esteja fora ou dentro dela deve ser sempre um processo de hibridismo, incorporando novos “povos” em relação ao corpo político, gerando outros locais

de significação e produzindo, inevitavelmente, no processo político, arenas não nomeadas de antagonismo político e forças imprevisíveis para a representação política. (BHABHA, 1997:57).

3. Partilhando o sensível

No filme, ganha destaque como ferramenta de construção deste diálogo, e portanto, de uma narrativa, o projeto de um *vlog*ⁱⁱⁱ que registra a vida dentro da ocupação, sendo o elemento central que cria uma ponte entre eles próprios e, também, com a sociedade “oficial”. Assim, este projeto fixa aquela outra realidade como existente dentro da realidade socialmente reconhecida em que nós, enquanto espectadores, vivemos. Também é através desta ferramenta comunicacional que se dá voz à vontade dos ocupantes de ultrapassar as barreiras sociais para terem suas existências e humanidades socialmente reconhecidos.

Vê-se também no filme, o interesse dessas pessoas em muito mais do que a simples sobrevivência. Acompanhamos a montagem de uma companhia de teatro onde os moradores/personagens têm a oportunidade de representar suas próprias histórias e identidade culturais, trocar experiências. Este é um dos momentos mais emblemáticos do longa, pois mostra que a arte moderna trabalha no sentido de tornar visível o comum da vida. Sobre esta temática, encontramos nos escritos de Jacques Rancière, em *A partilha da sensível*, uma defesa de que a prática artista não é uma exceção às outras práticas e, que, a revolução artística moderna, ao propor a partilha democrática do sensível, “faz o trabalhador um ser duplo”, dando tempo ao artesão-artista de estar também no “espaço das discussões públicas” (RANCIÈRE, 2005:65). Ou seja, ao possibilitar que o trabalhador ocupe no tempo outro lugar que não o do seu espaço doméstico de trabalho, permite-o partilhar o legado comum da esfera pública.

E tomando como viés a leitura do autor citado anteriormente, pode-se considerar que esses atores sociais de certa maneira, ao reconfigurarem “os âmbitos sensíveis” rompendo com “a evidência sensível da ordem ‘natural’ que destina os indivíduos e os grupos ao comando ou a obediência (...) votando-se sobretudo a certo tipo de espaço ou tempo, a certa maneira de ser, ver e dizer” estão fazendo política. Política, portanto, como “a prática que rompe a ordem da polícia que antevê as relações de poder na própria evidência dos dados sensíveis”. Assim, a política começa quando há a partilha do sensível, ou seja:

Quando há ruptura na distribuição dos espaços e das competências – e incompetências. Começa quando seres destinados a permanecer no espaço invisível do trabalho que não deixa tempo para fazer outra coisa tomam o tempo que não têm para afirmar-se coparticipantes de um mundo comum, para mostrar o que não se via, ou fazer ouvir como palavra a discutir o comum daquilo que era ouvido apenas como ruído dos corpos. (RANCIÈRE, 2012:60).

Assim, a política inicia-se com essa a capacidade de fingir sua própria dor, “de compor uma máscara, uma fábula que faz com que essa dor possa ser compartilhada mais além do medo e da compaixão. Porque o sofrimento fundamental é o estado daquele que não pode fingir a sua dor” (RANCIÈRE, 2010:38). Esta arte política que se configura como atos de resistências do trabalhador/operário vai além das práticas que se propõem a transmitir mensagens, dar modelos de comportamento, mostrar estigmas da dominação. Esta arte política se dá através de um processo de compreensão de si mesmo, de inserção deste no mundo, apresentando-o como se relaciona com o mundo, um mundo absolutamente precário. Assim, a eficácia da arte consiste, então, em “disposições de corpos, em recortes de espaços e tempos singulares que definem maneiras de ser, juntos ou separados, na frente ou no meio, dentro ou fora, perto ou longe.” (RANCIÈRE, 2012:55).

Por isso é importante repensar as culturas nacionais a partir também dessas minorias destituídas, cujo efeito mais significativo é o fortalecimento de uma base para o estabelecimento de conexões internacionais (BHABHA, 1998:25). Através da criação de narrativas dos “excluídos”, e considerando a nação como uma experiência narrada, transforma-se a “noção do que significa viver, do que significa ser, em outros tempos e espaços diferentes” (idem, 352). Para Rancière, a visibilidade é a condição necessária para a conquista da igualdade. Portanto, é ocupando espaços para fins não previstos pelo governo, por exemplo, um começo para a conquista dos direitos de cidadania e de ser visto com igual.

Conclusão

O presente texto, ao propor uma analogia entre o Hotel Cambridge e o espaço-nação, apresenta, portanto, conforme ressaltou Bhabha, a “encruzilhada de estradas em direção a uma nova cultura transnacional”, no qual o “outro nunca está fora ou além de nós; ele força sua emergência dentro do discurso cultural, quando achamos que estamos falando “entre nós” de maneira mais íntima e mais regional”, em um movimento “que vai da unidade problemática da nação rumo à articulação da diferença cultural no processo de construção de uma perspectiva internacional” (BHABHA, 1997:58).

E desta forma, *Era o Hotel Cambridge* criou figuras novas, despertou possibilidades sensíveis, propôs, assim, ir além, quis “ser imagem-pensamento, em

tempo e fora de tempo” (LUZ, 2002:115), deixando saber que “a imagem não deixará tão cedo de ser pensativa” (RANCIÈRE, 2012:125).

Entretanto, o filme encerra-se em meio a apreensão. A chegada da polícia, o despejo, anunciando o caos. Explosões, gritos, o desespero. Cidadão subintegrado, sem direito a direitos, agonizando no "passeio público". Uma confirmação de que a temporalidade não é linear, que não superamos o passado, que os tempos retornam, que mesmo diante dos avanços tecnológicos, da diminuição dos espaços, da possibilidade de ser global, veem-se os discursos de ódio brotarem para com o diferente, para aqueles cujos critérios estéticos são apenas outros. E ainda, vê-se o recrudescimento do viés autoritário e hipócrita que ressurgem como rastros na sociedade.

Referências

ANDERSON, Benedict. Comunidades Imaginadas. São Paulo. Cia das Letras, 2008.

APPADURAI, Arjun. Soberania sem Territorialidade: notas para uma geografia pós nacional. In: Novos Estudos CEBRAP nº 49, novembro 1997, p. 33-46.

APPIAH, Kwame Anthony. Cosmopolitismo. La ética enun mundo de extraños. Buenos Aires: Madrid: Katz, 2007.

_____. Descolonizando os livros de História. Entrevista a Guilherme Freitas. Prosa & Verso, O Globo, 05/01/2013, p.3

BENJAMIN, W. Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política. São Paulo, Brasiliense, 1994.

BHABHA, Homi K. “Narrando a nação”. In: ROUANET, Maria Helena (org.). Nacionalidade em questão. Rio de Janeiro, UERJ/I.L., 1997, p. 48-60.

_____. O local da cultura. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 1998

BRASIL. Lei nº 9.474, de 22 de julho de 1997. Diário Oficial, Brasília, DF, 23 de jul. 1997.

CHATERJEE, Partha. Nacionentimepo heterogêneo. Madrid: Paidós, 2009.

DEALTRY, Giovanna. “O romance relâmpago de Luiz Ruffato: um projeto literário-político em tempos pós-utópicos”. In: Alguma prosa: ensaios sobre literatura brasileira contemporânea (org.): Giovanna Deatry, Masé Lemos, Stefania Chiarelli. Rio de Janeiro: 7Letras, 2007.

DERRIDA, J. Dissemination. Chicago, Chicago University Press, 1981.

FIGUEIREDO, Vera Follain. Central do Brasil – Em busca da terra prometida. Cinemais, n. 15, jan. / fev. 1999.

Fundação João Pinheiro. Centro de Estatística e Informações Déficit habitacional municipal no Brasil. / Fundação João Pinheiro. Centro de Estatística e Informações – Belo Horizonte, 2013.

GOMES, Renato Cordeiro. Cosmopolitismo(s) em Tempos Midiáticos: um Desafio Contemporâneo. *Novos Olhares*, v. 3, n. 2, p. 14-25, 2014.

_____. De uma província ultramarina à Cosmópolis: uma aventura e um ideal para Silviano Santiago. *Cadernos De Estudos Culturais*, v. 6, n. 11, 2017.

HALL, S. Cultura e Representação. ITUASSU, A. (org.) Rio de Janeiro: Ed. PUC-RIO: Apicuri, 2016.

HARVEY, David. Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana. São Paulo: Martins, 2014.

INEP. “Lista de Quadros, Tabelas e Gráficos”. Migrantes, apátridas e refugiados: subsídios para o aperfeiçoamento de acesso a serviços, direitos e políticas públicas no Brasil. Brasília, 2015. p. 44-145.

LEFEBVRE, Henri. O direito à cidade. São Paulo: Centauro, 2001.

LOBO, Rosana Corrêa. Inferno Provisório: representação do Brasil fora da ordem e do progresso. Agosto de 2014. Tese de doutorado – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

LUZ, Rogerio. Filme e subjetividade. Contra Capa Livraria, 2002.

NAIRN, Tom. The Break-Up of Britain. *Nationalism: Critical Concepts in Political Science*, v. 1, p. 288, 2000.

RANCIÈRE, Jacques. A partilha do sensível: estética e política. Tradução: Mônica Costa Netto. São Paulo: EXO Experimental / Editora 34, 2005.

_____. Momentos políticos. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2010.

_____. Paradoxo da arte política, de O Espectador Emancipado. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

SANTIAGO, Silviano. Ética e diversidade cultural [Cosmopolitismo e diversidade cultural]. *Sabático. O Estado de São Paulo*, 03/09/2011, p.2.

_____. Ficção moderna e política: leitor e cidadania. *Cadernos da Escola do Legislativo*, Belo Horizonte, v. 2, n. 4, p. 67-93, jul./dez. 1995.

_____. Uma literatura nos trópicos: ensaios sobre dependência cultural. Editora Perspectiva, 1978.

SONTAG, Susan. Diante da dor dos outros. Editora Companhia das Letras, 2003.

ⁱ Lançado em 12 de dezembro de 2016 com direção de Eliane Caffé. Drama. 1h39m. Brasil.

ⁱⁱ O poema foi publicado em 1997, no segundo livro de Guilherme Zarvos, *A Mesma Noite*, e depois republicado em 2004, em *Coisas Imediatas*. Este poema narra um dia comum em uma grande cidade, retratando a agitação do dia a dia e apresentando alguns de seus dilemas psicológicos criados pelo mundo contemporâneo.

ⁱⁱⁱ Vlog é a abreviação de videoblog (vídeo + blog), um tipo de blog em que os conteúdos predominantes são os vídeos.

Civilidade e modernidade: narrativas e mediações no Rio de Janeiro dos séculos XIX e XX¹⁴

Maria Carolina Medeiros¹⁵

Melba Porter¹⁶

Resumo

Tendo como pano de fundo a construção do indivíduo moderno, este artigo busca compreender como transformações na modernidade resultam também em novas formas de enunciação, de modos de ser e de interação entre os indivíduos, considerando o aprendizado da civilidade como sendo o observável do código comum para a sociedade no Rio de Janeiro do início do século XX. Para tanto, analisaremos as crônicas publicadas na revista ilustrada *Fon-Fon!* em 1908 como mediadoras desse processo. Também será feita contextualização do processo de civilização dos costumes, desencadeado com a vinda da corte portuguesa para o Brasil e mediado pela literatura de civilidade que circulou no país.

Palavras-chave: literatura de civilidade; Fon-Fon; indivíduo moderno; sociabilidade; revistas ilustradas.

Introdução

As sociedades precisam de códigos para regular as relações sociais. A relação entre indivíduos demanda a existência de um denominador comum, algo que se configure como uma linguagem capaz de mediar o que é dito, visto, sentido entre as partes para que haja, então, comunicação. Estes códigos funcionam como mediadores, e é necessário dominá-los para dizer-se civilizado, uma vez que tais formas de trato não são naturais ao homem. O modo de ser e de agir que cada grupo social entende como civilizado é, na realidade, parte de um condicionamento e de um adestramento (ELIAS, [1939] 2011).

¹⁴ Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos durante o XV PoscomPUC-Rio, de 6 a 9 novembro de 2018. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

¹⁵ Doutoranda em Comunicação na PUC-Rio. Mestre em Comunicação pela mesma instituição. Pesquisadora em “Narrativas da vida moderna na cultura midiática” na PUC-Rio e autora de artigos e capítulos de livros em Comunicação. Email: mariacarolinamedeiros@gmail.com

¹⁶ Doutoranda em Comunicação na PUC-Rio. Mestre em Sistemas de Gestão - ênfase em Organizações e Estratégia pela UFF. Docente da ESPM Rio e pesquisadora em “Narrativas da vida moderna na cultura midiática” da PUC Rio. Email: melbaporter@hotmail.com.

Não se pode precisar quando começou uma civilização dos costumes. É certo que nenhuma sociedade se torna civilizada da noite para o dia e, tampouco, o tornar-se civilizado é um acontecimento único e pontual. A civilização que nos acostumamos a considerar como uma posse que “(...) nos chega pronta e acabada” (ELIAS, [1939] 2011: 70) é parte de um processo em que nós mesmos estamos envolvidos. Processo esse que pode, indefinidamente, ser remontado ao passado, pois “(...) de onde quer que comecemos, observamos movimento, algo que aconteceu antes” (Ibidem: 71).

Para compreender este movimento, é relevante entender em que contextos a demanda por tornar-se civilizado fica mais latente. Considerando que a emergência das sensibilidades modernas resultou em transformações históricas, sociais e culturais que, por sua vez, transformaram também as formas de enunciação, os modos de ver, os padrões de sensibilidade e as interações entre os sujeitos (SICILIANO, 2017), busca-se neste artigo compreender em que momentos a noção de civilidade e o aprendizado de novas formas de sociabilidade passam a ser determinantes nas relações sociais, considerando essa civilização dos costumes como algo imbricado à construção do indivíduo moderno.

Para entender como isso se dá, propomos uma contextualização sobre o aprendizado das novas formas de sociabilidade que passa a ser demandado pela sociedade do Rio de Janeiro, quando da vinda da família real portuguesa em 1808. Ao longo do século XIX, a pedagogia do tornar-se civilizado é disseminada na cidade por meio de inúmeros exemplos da literatura de civilidade, que proliferam como forma de preparar as pessoas para a vida em sociedade dada a chegada da corte e a consequente europeização dos costumes. Mais adiante, no início do século XX, no Rio de Janeiro em meio às expectativas de modernização e progresso das reformas urbanas, os manuais de civilidade ganham a companhia de outro mediador na tarefa de civilizar a sociedade. A efervescência da cidade se refletia na imprensa da época, que abrigava uma infinidade de publicações e favorecia o surgimento de revistas ilustradas, periódicos impressos que, por meio de crônicas, charges e anúncios, disseminavam valores e comportamentos, contribuindo para a construção social da visão de mundo moderno.

No presente artigo, tomaremos as revistas ilustradas como fonte de assimilação dos novos hábitos e costumes anunciados pela modernidade no Rio de Janeiro do início do século XX. Serão analisadas doze edições da revista ilustrada *FonFon!*, que circulou na cidade entre 1907 e 1945, tendo como objeto de estudo a coluna social *Na Calçada* e as crônicas da seção *O Rio Elegante*, publicadas na revista entre maio de 1908 e julho do mesmo ano. Tomaremos as revistas ilustradas, bem como os manuais de civilidade,

como mediadores do aprendizado das regras de civilidade acerca do dever ser que se relacionam à questão da mobilidade social, com uma demanda por aquisição de capital simbólico por parte do indivíduo, que lhe possibilitasse transitar socialmente.

A noção de indivíduo é fundamental para a compreensão do tema proposto. Tomaremos a Renascença como marcadora do nascimento do indivíduo moderno, produtora do que chamamos individualidade, com a superação das formas medievais de viver e se relacionar (SIMMEL, [1905] 1998). Entre os séculos XVI e XVIII as sociedades ocidentais foram caracterizadas por um processo de privatização que incluía novas expectativas e práticas, produzindo espaços e objetos, criando uma consciência inédita de si e dos outros, com inovações arquitetônicas, literárias, afetivas e corporais (CHARTIER, [1986] 2009).

O processo civilizador e a noção de indivíduo

A instauração das monarquias absolutistas, com a figura central do rei, foi, segundo Elias ([1939] 2011), um dos fatores fundamentais na mudança do dever ser, dos comportamentos dito civilizados. O estreitamento das relações pessoais, implicando em um controle dos gestos e emoções, do governar a si mesmo, também afeta a noção do tornar-se civilizado. Esse modelo de civilidade, presente na sociedade de corte, teve centralidade na figura do rei Luís XIV da França, o Rei Sol, que governou de meados do século XVII até início do século XVIII, e foi responsável por instaurar um complexo cerimonial, onde a civilidade passa a ser distintiva (ELIAS, [1969] 2001).

Na sociedade de corte, o privilégio da eminência social cobrava dos nobres irrestrita submissão à autoridade do rei, envolvendo-os em um código que determinava comportamentos segundo a posição do indivíduo numa hierarquia rigorosa, na qual a etiqueta tinha o papel de regulamentar a disciplina imposta a todos (REVEL, [1986] 2009). O reconhecimento coletivo vinha por meio da vigilância de uns sobre os outros a fim de assegurar o respeito à etiqueta, à vestimenta, à palavra, à apresentação do corpo. Qualquer ameaça à posição que os cortesãos ocupavam, bem como qualquer perda de privilégio, significava para eles “(...) um esvaziamento de sentido de suas existências” (ELIAS, [1969] 2001: 95), transformando a sociedade de corte em cumpridora de um sistema carregado de tensões e disputas por prestígio.

Até por volta do século XVII não havia a noção do que hoje conhecemos como individualidade; o grupo era preponderante em relação ao indivíduo. A transição para a Renascença é aqui considerada como marco para a preponderância do indivíduo em relação ao grupo (DUMONT, [1983] 2000; SIMMEL, [1905] 1998). Foi nesse período

que a Reforma Luterana desferiu um golpe decisivo no que restava da ordem medieval, e o essencial da religião passou a funcionar de acordo com a consciência de cada cristão por si mesmo (DUMONT, [1983] 2000). Lutero tira a Igreja do lugar de mediadora entre Deus e o indivíduo, o que é consolidado com a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, suplantando a ideia de comunidade pelo conceito de liberdade do indivíduo.

A modernidade se revela pelo aparecimento de esferas e domínios autônomos na experiência, na sensibilidade e no pensamento. O que na cultura medieval se configurava como um amálgama começou a se fragmentar, separando corpos e ambientes: houve a criação de hospícios, hospitais e prisões para separar os sãos dos doentes; separaram-se crianças de adultos (RODRIGUES, 1995). Nesse sentido, o corpo é objeto de atenção por meio de “esquemas de docilidade”, de disciplina, em que suas forças são sujeitas a uma relação de docilidade-utilidade, sendo esse um corpo “(...) que se manipula, se modela, se treina, se obedece, responde, se torna hábil ou cujas forças se multiplicam” (FOUCAULT, [1975] 1997: 125).

O início da era moderna constitui um momento de incertezas. É um período de reposicionamento social e cultural e de uma complexidade mais acentuada das relações entre grupos mais diversificados. “(...) Essas sociedades em plena transformação precisavam de uma linguagem comum e de novos pontos de referência, já que as relações provisoriamente se tornam mais livres e densas” (REVEL, [1986] 2009: 177). As sociedades ocidentais foram caracterizadas por um processo de privatização que incluía novas expectativas e práticas, com inovações arquitetônicas, literárias, afetivas e corporais. Nessa relação com o outro deste mundo em transição, os modos de ser são profundamente afetados, colocando o indivíduo em uma posição de sempre ser observado em seus gestos e atitudes (CHARTIER, [1986] 2009). A demanda por uma linguagem comum que transmita unidade a grupos diversos é, então, mediada por códigos de civilidade que procuram estabelecer uma linguagem e modos de comportamento que sejam socialmente pactuados. É sobre essa pedagogia dos costumes que trata este artigo.

Na vida moderna, ora prevalece uma ética da sensibilidade, produto das condições modernas, com um “Homem de Sentimento” configurado como tipo de caráter ideal (CAMPBELL, [1987] 2001), ora a sensibilidade como virtude se perde em função de um eu representado, por meio do uso de máscaras sociais (GOFFMAN, [1956] 1975). O indivíduo exerce múltiplos papéis em uma representação de si mesmo para os outros, e as interações funcionam de forma semelhante à lógica de atores em um

palco. A dinâmica de plateia e atores no palco do teatro à época do fim do Antigo Regime também é usada como metáfora para compreender o modo de ser nos espaços públicos, uma vez que o teatro foi um espaço social de ensino da civilidade para o homem ocidental. Antes restritos à aristocracia, esses espaços se abrem para a burguesia, modificando as interações sociais. Para conviver com a diversidade, pessoas estranhas umas às outras precisavam de um denominador comum, criando códigos simbólicos que pudessem tornar as relações sociais possíveis (SENNETT, [1974] 2014).

A emergência das sensibilidades modernas acarreta em transformações que impactam nas relações humanas. A modernidade tem seu preço, requer um controle de si na relação com o outro. “(...) Todas as relações com os outros são, ao fim e ao cabo, apenas estações no caminho em busca de si mesmo. (...) Os outros existem para permitir a cada indivíduo a comparação e a visão da própria singularidade e individualidade do próprio mundo” (SIMMEL, [1905] 1998: 7). Há um intenso esforço de codificar e controlar os comportamentos. A linguagem dos corpos é destinada aos outros, projetando o indivíduo para fora de si mesmo e submetendo-o à aprovação do grupo. “(...) A civilidade é acima de tudo uma arte, sempre controlada, da representação de si mesmo para os outros, um modo estritamente regulamentado de mostrar a identidade que se deseja ver reconhecida” (CHARTIER, [1986] 2009: 165). O aprendizado dessas normas, seja qual for o suporte em que se dá, media essa transição para um momento novo, representando esse denominador comum, essa partilha do dever ser.

Civilidade no Rio de Janeiro do século XIX: os manuais

A literatura de civilidade, segundo Elias ([1939] 2011), e possibilita-nos compreender como foi se dando o processo de civilizar ao longo do tempo, as maneiras de comer, de lidar com as funções corporais, de se relacionar com o outro. As maneiras que hoje entendemos como naturais para a vida em sociedade nada têm de intrínsecas ao ser humano; são, sim, parte de um condicionamento e de um aprendizado cultural ao longo dos tempos (ELIAS, [1939] 2011). Estes tratados de civilidade funcionariam como “(...) instrumentos diretos de condicionamento ou modelação, de adaptação do indivíduo a esses modos de comportamento que a estrutura e situação da sociedade onde vive tornam necessários” (ELIAS, [1939] 2011: 91), mediando a compreensão de processos sociais, alguns sobre os quais temos poucas informações. As pessoas vão tornando-se mais sensíveis às pressões das outras, e de forma lenta, o código do comportamento torna-se mais rigoroso. O senso do que pode ou não ser feito no sentido de não incomodar o outro se torna mais sutil e “(...) o imperativo social de não ofender

os semelhantes torna-se mais estrito, em comparação com a fase precedente” (ELIAS, [1939] 2011: 87), em referência a um comparativo entre Renascença e Idade Média.

Como vimos, em períodos de transição é maior a demanda por novas formas de agir, de se relacionar, de se comportar. Dominar os modos que regulamentam a vida em sociedade ajuda a estabelecer novos papéis sociais e dá segurança a uma sociedade frente às mudanças. Foi assim na corte do Rei Luís XIV e também na cidade do Rio de Janeiro do século XIX, impactada quando da chegada da corte portuguesa a então capital do Brasil. A vinda da família real para o Brasil em 1808 tira a capital de um estado de colônia, e o indivíduo colonizado passa a ter que se adaptar aos costumes da corte europeia. Essa europeização dos costumes alterou os padrões de sociabilidade, comportamento e vestuário da sociedade, que passou a adotar principalmente valores franceses, então sinônimos de bom gosto, sofisticação e civilização (GORBERG, 2013).

A internalização de regras imperativas de comportamento, pautadas nos preceitos de polidez, elegância e cortesia, teve como mediadores os manuais de civilidade, obras repletas de “(...) conselhos indispensáveis à aquisição de êxito nas investidas ao bom comportamento no grupo social” (CUNHA E CECCHIN, 2007: 4). Tratava-se de um Rio de Janeiro que era, paradoxalmente, polo civilizador da nação e também onde o escravismo assumia um caráter extravagante, “(...) tornando emblemático o desajuste entre o chão social do país e o enxerto de práticas e comportamentos europeus” (ALENCASTRO, 1997: 10). A vinda da família real trouxe consigo um enorme aparato administrativo de Portugal, algo em torno de quinze mil pessoas, que se transferiram com a corte para ocupar os empregos por ela gerados. Esse aumento populacional, aliado às embaixadas estrangeiras, ao comércio marítimo, às escalas de viajantes que cruzavam o oceano Atlântico, além da vinda da corte em si, culminou em uma procura por moradias, bens e serviços e um “(...) mercado de hábitos de consumo relativamente europeizados” (ALENCASTRO, 1997: 36).

Um exemplo disso é o *Jornal das Famílias*: impresso em Paris e publicado no Rio de Janeiro por um editor francês, era repleto de gravuras coloridas francesas e contos de Machado de Assis, na tentativa de combinar os costumes de lá com a cultura de cá. Tais publicações, voltadas às mulheres, tinham o papel de informar, mas também “conformavam certos tipos de comportamentos, os quais, criados na corte com base em referências estrangeiras, eram propagados pelas províncias como modelos a ser seguidos ou como normas de conduta” (MAUAD, 1997: 209). O tempo imperial entra em sincronia com o tempo da modernidade europeia; consumir e saber como se

comportar faz parte disso, na tentativa de se aproximar de um “francesismo da elite do Rio de Janeiro” (ALENCASTRO, 1997: 43).

Nesse contexto de transição, a literatura de civilidade prolifera na cidade do Rio de Janeiro, com manuais cujo propósito era preparar as pessoas para a vida em sociedade. Dentre inúmeros indícios da difusão dessas obras no século XIX, destaca-se a menção que o viajante inglês Thomas Ewbank faz aos manuais de civilidade, em seu relato sobre o comércio no Rio de Janeiro. “(...) *Escola de bem vestir* para as jovens, *Manual de Polidez* para os rústicos (...). Essas e milhares de outras coisas são vendidas durante todo o dia” (EWBANK, 1976: 79). Anúncios nos jornais da época também sugerem que tais livros eram indispensáveis para se familiarizar com a vida na corte. “O *Correio das Damas*, jornal português que circulou no Rio de Janeiro entre 1836 e 1850, era um dos que estampava alguns anúncios do *Manual de etiqueta e civilidade*” (RAINHO, 1995: 141). No Brasil, inúmeros manuais de civilidade foram editados e reeditados ao longo do século XIX (RAINHO, 1995).

Civilidade no Rio de Janeiro do século XX: as revistas ilustradas

No Rio de Janeiro do começo do século XX, aconteciam mudanças em muitos sentidos, influenciadas pelo modelo europeu. O então prefeito da cidade, Francisco Pereira Passos, que governou de 1902 a 1906, implementou uma série de reformas urbanas que ficou conhecida como “bota-abaixo”, inspirada nas transformações empreendidas em Paris e cujo objetivo maior era fazer com que a capital deixasse de ser uma cidade insalubre, o que prejudicava a atividade comercial.

Havia uma necessidade emergente de romper com as visões estereotipadas do Brasil como um país arcaico, conservador, atrasado e pouco desenvolvido, o que estimulou Pereira Passos a investir em missões de “purificação” da cidade, livrando-a definitivamente daquele “mundo de imundície” (CUNHA E CECCHIN, 2007). O “bota-abaixo” consistia na demolição de cortiços e favelas para o remodelamento do Rio de Janeiro a partir da inspiração da arquitetura parisiense empreendida pelo Barão Haussmann.

Neste contexto da modernidade no Brasil, é pertinente apontar uma demanda por leituras voltadas à internalização de regras imperativas de comportamento, pautadas nos preceitos de polidez, elegância e cortesia. Visando o refinamento das aparências e modos de ser, eram obras que ditavam regras sobre como se comportar em festas, eventos da sociedade e artes de bem viver. No século XX, o ensino das regras de

civilidade permanece tendo os manuais de civilidade como mediadores, mas ganha força também por meio de outro suporte, as revistas ilustradas.

“A vida moderna é feita de relâmpagos no cérebro, e de rufos de febre no sangue. (...) O Rio de Janeiro, principalmente, vai passar, e já está passando, por uma transformação radical. A velha cidade, feia e suja, tem os seus dias contados.” A frase de Olavo Bilac na crônica da edição de inauguração da revista ilustrada *Kosmos* em janeiro de 1904 configura o estado de espírito do Rio de Janeiro no início do século XX. Uma cidade em ebulição, com as expectativas de modernização e progresso desde a Abertura dos Portos em 1808, que se seguiram ao movimento republicano, além das reformas urbanas empreendidas por Pereira Passos e as campanhas de urbanização e higienização que desafiavam os costumes na gestão do presidente Rodrigues Alves, ambos os mandatos exercidos 1902 e 1906.

A efervescência da cidade era a mesma encontrada na imprensa daquele momento e as revistas ilustradas eram o principal produto da indústria cultural que despontava. Com projeto editorial aderente aos avanços da época, elas permitiam que seus leitores percorressem a cidade e se familiarizassem com a ideia do moderno. Diante de tamanha importância no delineamento da vida urbana, passaram inclusive a servir de fonte para historiadores interessados nos artefatos, nas aspirações, valores e nas demandas sociais, políticas e estéticas das diferentes classes sociais da época (MAUAD, 1990; SEVCENKO, 1998; LUCA, 2005; SOUZA, 2010).

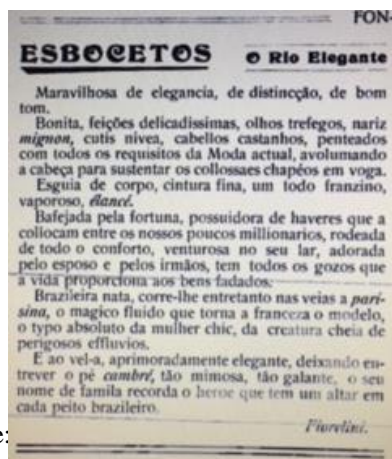
Chartier ([1986] 2009) já definia civilidade como uma arte da representação de si mesmo para os outros, um modo regulamentado de mostrar a identidade que se deseja ver aceita e reconhecida pelo maior número de pessoas possível. Um verdadeiro contraste entre a virtude autêntica e a cortesia externa, enganadora e interesseira, como um triunfo da aparência sobre a essência, mas que de certa forma cria a possibilidade de intercâmbio social. Lidar com essa civilidade era ao mesmo tempo um desafio sedutor e aterrorizador. As convenções de estilo, o controle das emoções, a estima pela cortesia, a importância da boa fala, da conversa, a eloquência da linguagem - tudo isto formado na França dentro da sociedade de corte e depois, gradualmente, passado de caráter social para nacional e transnacional - fizeram do Rio de Janeiro lócus do comportamento do brasileiro moderno (ELIAS, [1939] 2011; SEVCENKO, 2001; CHARTIER, [1986] 2009).

As revistas ilustradas circularam com frequência no Rio de Janeiro entre o fim do século XIX e a primeira metade do século XX, mediando essa busca por adequação do indivíduo à modernidade. Dentre os muitos títulos, destaca-se a *FonFon!*. Editada de

1907 a 1958, o semanário teve como seus fundadores Alexandre Gasparoni e Giovanni Flogliani, além dos intelectuais Gonzaga Duque, Mario Pederneiras e Lima Campos. *Fon-Fon!* surgiu buzinando irreverência e literatura. Seu nome, uma onomatopeia do barulho feito pela buzina dos automóveis, anunciava a chegada do século XX em uma cidade surpresa com a tecnologia, a industrialização e o ritmo cada vez mais rápido dos novos carros. Com periodicidade semanal, ela foi um dos títulos que circulou por mais tempo na então capital e documentou mudanças radicais da cidade, como a construção da Avenida Central em 1908 e a demolição do Morro do Castelo a jatos d'água em 1922. Seus exemplares, disponíveis no acervo digital da Biblioteca Nacional, faziam crítica intensa à política administrativa do período, ao mesmo tempo em que narravam os modos de ser e circular no espaço público, usando crônicas e colunas sociais como tribuna de denúncia das deficiências políticas, abusos administrativos e novos hábitos, modos de se vestir e se portar nas ruas recentemente modernizadas.

Foram selecionados doze exemplares da revista, que correspondem às edições de número quatro até a décima quinta edição, publicadas entre os meses de maio e julho de 1908, justamente por se situarem no espaço temporal após as reformas urbanas empreendidas por Pereira Passos. Todos os exemplares analisados possuem trinta e seis páginas. Como nem todas as seções da *FonFon!* eram regulares (não necessariamente estavam presentes em todas as edições), duas seções nos chamam a atenção por sua regularidade e conteúdo: a seção de crônicas intitulada *O Rio Elegante* (FIG. 1), e a coluna social *Na Calçada* (FIG. 2), nas quais se destaca uma narrativa dos hábitos, modos de ser e de se vestir nos espaços públicos da cidade do Rio de Janeiro.

Figura 1 - Seção de *O Rio Elegante*



Fonte:
10, Jun/1908: 19.

Figura 2 – Seção de *Na Calçada*



Fonte: Biblioteca Nacional, FonFon! n° 7, Mai/1908 23.

Na seção de crônica intitulada *O Rio Elegante*, o autor, sob o pseudônimo de Fiorelini, escolhe uma senhora da sociedade carioca e, sem revelar sua identidade, narra de forma poética seus modos: como circula pelo espaço público, como age, anda, olha, se veste. Ele as descreve fisicamente, além de fazer referência à sua família de origem e descendência familiar.

A coluna social *Na Calçada* é assinada sob o pseudônimo de *Flâneur*, uma das muitas palavras na língua francesa que faziam parte do vocabulário da elite carioca, e que em português designaria algo como “perambulador”, alguém que anda sem destino, apreciando a cidade. No Rio de Janeiro moderno do início do século XX, “ver e ser visto” faz parte da rotina das elites, que “flanar” pelo já remodelado espaço urbano. O *Flâneur* da coluna narra com quem encontra no dia a dia e/ou quem ele observou caminhando pelas principais avenidas do Rio, sem revelar os nomes, mas detalhando também os modos de ser, andar, vestir e se comportar no espaço público. Como no exemplo em que o autor expõe sua observação sobre a *Mademoiselle C.K.*

(...) *toilette* vaporosa bruma da manhã, própria da estação – *gris automne*. Chapéu de igual nuance. Para temperar tanto frio as brasas da avermelhada boca. Passos de gazela. A cabecinha levantada, arrogante, de quem sabe que vai deixar um rastro de...corações machucados! (...) (*FonFon!*, 1908, n. 5: 32).

Em todas as amostras, privilegiava-se o gênero feminino nas observações dos narradores. A circulação da mulher, antes restrita ao espaço privado do lar, responsável pelas tarefas domésticas e pelos cuidados com marido e filhos, passava a atrair atenção nos espaços públicos. As revistas ilustradas procuravam familiarizar os leitores com esses novos cenários da modernidade. Muitas vezes fazendo juízo de valor em relação aos comportamentos tidos como adequados, tais publicações contribuíam para introjetar nos indivíduos novos hábitos oriundos da modernidade, em uma pedagogia dos costumes. Ao mesmo tempo em que, por meio de crônicas e colunas sociais, impunham normas e criavam realidades, esses impressos periódicos eram instrumento para a naturalização das representações de uma determinada forma de ver e reproduzir o mundo sobre todas as outras possíveis (DIMAS, 1983; MAUAD, 1990; OLIVEIRA et al., 2008; SOUZA, 2010).

As revistas ilustradas veiculavam comportamentos tidos como fundamentais para se tornar um bom cidadão, ditando modelos a serem copiados e exemplos a serem seguidos. “(...) Um tanto avara de sorrisos, sem entretanto poupar aos conhecidos a mais sedutora afabilidade. Veste-se com apurado gosto, com propriedade, sem os requintes nem os exageros que a moda, na sua frivolidade, aconselha”. (*FonFon!*, 1908,

n. 7: 30). Suas crônicas privilegiavam o contexto social, a perplexidade e a insegurança da rapidez das técnicas de construção e da “mágica” da eletricidade. Nas páginas ilustradas, junto a fotos e outras imagens, as novidades tecnológicas ganhavam adjetivos contundentes. Os progressos narrados anunciavam uma sociedade melhor, ao mesmo tempo em que tornavam explícitas a fragilidade e a limitada velocidade de percepção e adaptação das pessoas.

Especificamente sobre as mulheres, cronistas homens passavam a observá-las com olhar curioso, buscando, por meio de uma análise dos seus movimentos, seus modos de se vestir, de falar, de se apresentarem em público, fazer uma leitura de sua personalidade, interesses e objetivos de vida, até então nunca explicitamente revelados. Na edição número 12, de junho de 1908, a coluna *O Rio Elegante* descreve:

(...) talvez o seu todo à norte americana, revelando absoluta independência no trajar, no gesticular, no viver e no pensar. A physionomia é rica de expressão, móvel, desvendando a sua natureza vibrátil, a sensibilidade dos seus nervos, poder-se-hia dizer a sua agitação. O olhar é incisivo, prescrutador, de uma pasmosa vivacidade (...).

Nas narrativas das edições analisadas, somente apresentam-se duas fases da vida da mulher: a juventude e a adulta, sendo a última na condição de viúva ou casada, jamais menção a demais estados civis. Na fase da juventude, os adjetivos utilizados para descrever a aparência são: vivas, interessantes, mimosas, delicadas, tetéias, fetiche. As jovens mulheres são comparadas a flores, manhãs, anjos, representando a leveza da fase da vida em que não há preocupações e grandes responsabilidades. A exceção se dá quando narram jovens distantes dos noivos, às quais atribuem adjetivos como pálida e triste, pela falta do companheiro, como na edição número 13, de julho de 1908, onde é narrado na seção *Na Calçada*, “(...) Mademoiselle N. V., pallida, excessivamente pallida. Nostalgica pela ausência do noivo(...)”. Estas narrativas sugerem que as jovens estavam sempre em busca de bons pretendentes para maridos, citando explicitamente quando algumas delas eram flagradas observando jovens nas calçadas, como na seção da mesma coluna da edição da *FonFon!* de número 12, de junho de 1908: “(...) Mademoiselle O. X., enquanto desfila a procissão segue com o olhar um guapo oficial de marinha (...)”.

Além disso, sugeria-se sempre o casamento como destino das moças, embora a submissão e a dependência não aparecessem mais como características de personalidade das jovens. Na fase adulta, as senhoras são narradas como distintas, elegantes, requintadas e comparadas às europeias, deusas, obras de arte e personagens de óperas. “(...) Madame A.R.W., um Botticelli que tivesse desertado de algum

muséuda Italia para extasiar os moradores de S. Christovão. Que meiguice! (...)”.
(*FonFon!*, 1908, n. 7: 23).

Sobre o estado civil das mulheres, quando identificadas como casadas, as expressões são de "bem cuidadas" ou "na companhia dos maridos", em sinal de que as casadas devem sempre estar acompanhadas. A religião e a caridade aparecem sem muito destaque, em três das narrativas do *Rio Elegante* e somente em uma da coluna *Na Calçada*, denotando um valor de pouco interesse pelo assunto, diante de tantas novidades da cidade moderna. Já referências a Paris e a outros países da Europa aparecem na maneira de se vestir, de se comportar e na própria linguagem da narrativa, com adjetivos frequentemente, como vimos, escritos em francês. “(...) *Madame B. A.*, elegantíssima sempre. *Toilette de ville*, de apurado gosto. Chapéu de um dos mais sedutores mostuários da rua do Ouvidor. Attenciosa e amavel, corresponde aos inumeros cumprimentos que assignalam a sua passagem e por fim para, em demorada palestra com Mme. M. M. B., uma das suas intimas amigas (...)”.
(*FonFon!*, 1908, n. 6: 10).

Em nenhuma das narrativas aparece a palavra civilidade ou o verbo civilizar, o que sugere que a expressão não precisava mais ser usada de modo tão direto, suavizando a pressão para adotar novos modos. As novas formas de sociabilidade eram sugeridas de modo mais subjetivo. As características físicas são narradas sempre em forma de elogio, positivas, nunca depreciativas ou com a intenção de denegrir a imagem da mulher. Os traços da personalidade são expressos majoritariamente de duas formas: sorridente, que retribui cumprimentos a todos; e a mulher sombria e pouco afeita a risos, sendo a primeira narrada com mais frequência e tida como modo de agir mais adequado. Nos modos de se vestir, aparecem como apropriadas as noções de bom tom, a sobriedade de cores, sem muito requinte nem exagero. Palavras como chique, elegante, apurado gosto e bom tom e cores sóbrias como o branco, bege, cinza, rosa antigo ou preto davam o tom da vestimenta.

Considerações finais

Viver nas grandes cidades modernas do início do século XX, como o Rio de Janeiro, influenciava as sensibilidades e os estados de disposição de seus habitantes. O Rio de Janeiro era eixo de irradiação e caixa ressonância das grandes transformações do mundo e ditava não só modas e novos comportamentos, mas acima de tudo o sistema de valores, o modo de vida, as sensibilidades e o estado de espírito que articulavam a modernidade (SEVCENKO, 1998). Mesmo e apesar de toda essa marcha

do Rio de Janeiro, havia perspectivas distintas de gerações e condições sociais diferentes, assistindo, lendo e percebendo as mudanças vindas dessa modernidade. Sendo assim, apesar do objetivo não ser explícito, as narrativas presentes em crônicas e colunas sociais das revistas ilustradas se destacavam como referência de como adequar-se aos novos tempos.

Referências

- ALENCASTRO, Luiz Felipe. Vida privada e ordem no Império. In: *História da vida privada no Brasil: Império*. Volume 2. Coord. Fernando A. Novais. Org. Luiz Felipe de Alencastro. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 11-94.
- CAMPBELL, Colin [1987]. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CHARTIER, Roger [1986] (org.). *História da vida privada, volume 3: da Renascença ao Século das Luzes*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- CUNHA, Maria Teresa Santos, CECCHIN, Cristiane. *Tenha modos! Educação e sociabilidades em manuais de civilidade e etiqueta (1900-1960)*. Departamento de História. Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). X Simpósio Internacional Processo Civilizador. São Paulo: Unicamp, 2007.
- CUNHA, Maria Teresa Santos. *Os dizeres das regras: um estudo sobre manuais de civilidade e etiqueta*. Universidade do Estado de Santa Catarina. Santa Catarina, 2004.
- DIMAS, Antonio. *Tempos eufóricos. Análise da Revista Kósmos: 1904-1909*. São Paulo: Editora Ática, 1983.
- DUMONT, Louis [1983]. *O individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- ELIAS, Norbert [1939]. *O processo civilizador, volume 1: Uma História dos Costumes*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- _____. [1969]. *A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- EWBANK, Thomas. *Vida no Brasil, ou Diário de uma visita à terra do cacauzeiro e das palmeiras*. Belo Horizonte: Itatiaia, São Paulo: Edusp, 1976.
- FOUCAULT, Michel [1975]. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- GOFFMAN, Erving [1956]. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.
- LUCA, Tânia Regina de. *História dos, nos e por meio dos periódicos*. In: PINSKY, Carla Basanessi (Org.). *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2005.
- MAUAD, Ana Maria. Imagem e autoimagem do Segundo Reinado. In: *História da vida privada no Brasil - Império: a corte e a modernidade nacional*. Volume 2. Coord.

Fernando A. Novais. Org. Luiz Felipe de Alencastro. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 181-232.

_____. *Sob o Signo da Imagem. A Produção da Fotografia e o Controle dos Códigos de representação Social da Classe Dominante, no Riode Janeiro, na Primeira Metade do Século XX*. Tese apresentada ao curso de Mestrado em História da Universidade Federal Fluminense. UFF-CEG-ICHF - Niterói – RJ – Novembro, 1990.

OLIVEIRA, Cláudia de, VELLOSO, Mônica Pimenta, LINS, Vera & ROUCHOU, Joëlle. *Fon-Fon! Buzinando a Modernidade*. Rio de Janeiro: Cadernos de Comunicação, 2008.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A distinção e suas normas: leituras e leitores dos manuais de etiqueta e civilidade* – Rio de Janeiro, século XIX. Acervo, Rio de Janeiro, v. 8, número 1-2, p. 139-152, jan/dez 1995.

REVEL, Jacques [1986]. Os usos da civilidade. In: *História da vida privada, volume 3: da Renascença ao Século das Luzes*. Organização de Roger Chartier. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

RODRIGUES, José Carlos. *Higiene e ilusão: o lixo como invento social*. Rio de Janeiro: NAU, 1995.

SENNETT, Richard [1974]. *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade*. Rio de Janeiro: Record, 2014.

SEVCENKO, Nicolau. A Capital Irradiante: Técnica, Ritmos e Ritos do Rio. In: *História da Vida Privada*, volume 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

_____. *A corrida para o século XXI: no loop da montanha russa*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

SICILIANO, Tatiana. Notas de aula da disciplina COM 2522, “A construção do indivíduo moderno e subjetividades contemporâneas na cultura midiática”, ministrada pela no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio no segundo semestre de 2017.

SIMMEL, Georg [1903]. *As grandes cidades e a vida do espírito*. Rio de Janeiro: Mana, vol. 11, n.2. 2005.

_____. [1905]. *O indivíduo e a liberdade*. Extraído de: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. *Simmel e a modernidade*. Brasília: UnB, 1998. p. 109-117.

SOUZA, Fernando G. *O belo e o feio na belle époque carioca: Imagem, identidade e história nos periódicos cariocas (1900-1920)*. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2010.

Choro, raiva e controle das emoções em historietas ilustradas de *O Tico-Tico**

Miguel Mendes**

Resumo

O presente artigo parte da premissa de que analisar a maneira como profissionais do campo da imprensa para crianças e jovens representam a expressão de emoções contribui para o entendimento de sua sociedade. Seu objeto são historietas ilustradas publicadas no semanário *O Tico-Tico*, durante a segunda década do século XX, período em que as transformações associadas ao termo “modernidade” se aceleram, parecem afetar as formas de percepção da realidade e se articular com o processo civilizador de grande duração, o qual faz com que os jovens leitores internalizem novos modelos de comportamento que exigem maior controle das emoções. O foco desta pesquisa exploratória são representações de choro e ataques de raiva.

Palavras-chave: processo civilizador, controle das emoções, historietas ilustradas, *O Tico-Tico*.

Introdução

Nas primeiras décadas do século XX, muitas crianças brasileiras estavam lendo narrativas seriadas semanais numa das mais bem-sucedidas publicações da nossa imprensa: *O Tico-Tico*. Essas narrativas, em sua época, eram chamadas historietas e, na atualidade, seriam indubitavelmente categorizadas como histórias em quadrinhos. Este trabalho parte da premissa de que analisar a maneira como leigos e profissionais de campos artísticos e midiáticos representam a sociedade revela perspectivas úteis às pesquisas das ciências sociais (BECKER, 2009: 19). Está estabelecido que jornais ilustrados podem servir de fontes para pesquisa de cunho histórico. De fato, o estudo das transformações do Rio de Janeiro, durante as reformas urbanas da Primeira República, por parte de historiadores, se apoiou na leitura dos cronistas e ilustradores que publicavam na época. Tais textos e desenhos têm ajudado a entender as transformações nos hábitos e percepções dos cidadãos, que começavam a conviver com

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos durante o XV PoscomPUC-Rio, de 6 a 9 novembro de 2018. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

**Doutorando em Comunicação Social pela PUC-Rio. E-mail: migmendes@terra.com.br

automóveis, aeroplanos, iluminação elétrica, bondes elétricos, cinema e muitas modas de vestuário e cuidados pessoais. De uma maneira ou de outra, essas transformações foram rápidas e impactantes (SEVCENKO, 1998; SCHWARCZ, 2013).

Tais transformações não eram simplesmente impostas aos indivíduos. A subjetividade dos indivíduos estava sendo continuamente construída na relação deles com as novidades técnicas, as contingências práticas e os novos padrões de sociabilidade, como o recolhimento ao mundo privado (SENNET, 1998). Georg Simmel escreve, em 1903, um ensaio em que descreve as características que os indivíduos habitantes de uma metrópole aparentam em contraste com moradores do campo ou pequenas vilas. Segundo ele, seriam características interiorizadas a partir das próprias condições de vida existentes nas cidades grandes do início do século XX: o controle da rotina pelo relógio, a consciência monetária, a especialização, a reserva nas relações humanas e a insensibilidade relativa ao grande volume de estímulos sensoriais (como, por exemplo, o barulho do tráfego, o cheiro de fumaça ou a leitura de letreiros e de rostos humanos em profusão) (SIMMEL, 2005). Os choques das mudanças são acusados e debatidos publicamente, mas as transformações acabam por ser naturalizadas a ponto de não serem mais percebidas pelos indivíduos.

A construção da subjetividade dos habitantes de cidades que se transformavam com a modernização, caso seja vista apenas sob essa perspectiva, parece totalmente involuntária. No entanto, a sociedade ocidental, ao longo de séculos, tem se empenhado voluntariamente, por meio de inúmeros instrumentos sociais com impacto na vida cultural, no chamado processo civilizador, conforme formulado por Norbert Elias (2011). O comportamento dos indivíduos, principalmente os jovens, tem sido objeto de ridicularização e admoestação segundo padrões que se transformam ao longo do tempo (no sentido de maior complexidade). Os indivíduos, principalmente aqueles apontados como “primitivos”, “rústicos”, “medievais” e “pueris” precisam interiorizar normas de decoro e etiqueta social para se adequar minimamente a qualquer interação social. É necessário aprender a maneira “civilizada” de fazer todas as coisas, inclusive utilizar novas técnicas, tanto em público, o que seria mais evidente, quanto no espaço privado.

Pode-se assumir que um semanário ilustrado infanto-juvenil, como *O Tico-Tico*, cumpria também um papel entre esses instrumentos civilizadores. Seus editores, de qualquer forma, se manifestavam em concordância com essa ideia. Uma vez que o controle das emoções foi um dos pontos fundamentais naquelas transformações da subjetividade moderna, além de tema de etiqueta social, este artigo propõe fazer uma

pesquisa exploratória sobre a representação das emoções nas historietas ilustradas daquele semanário.

Quase todas as edições de *O Tico-Tico* estão disponíveis para leitura na hemeroteca digital da Biblioteca Nacional. A partir da leitura preparatória de edições das duas primeiras décadas do século XX, foram selecionadas algumas historietas ilustradas, das mais populares entre os leitores da época, nas quais aparecia a representação de choro e de explosões de raiva. Apresento neste artigo os melhores exemplos encontrados da segunda década, entre páginas dos personagens *Zé Macaco e Faustina*, de Alfredo Storni, e da série *Chiquinho*, adaptação do norte-americano Buster Brown que estava sendo escrita e desenhada por Luís Gomes Loureiro.

O choro: empático ou ridículo?

Quem esperar que, nas páginas de *O Tico-Tico*, as imagens representando choro só podem retratar crianças amedrontadas, magoadas ou “vontadeiras”, deve acabar se surpreendendo. Os melhores exemplos de choro são representações com personagens adultos. Enquanto o personagem Chiquinho raramente chora, mesmo quando leva “escovadas” no traseiro (e isso acontece muitas vezes, no fim de suas histórias), a série de Zé Macaco apresenta vários momentos emotivos.

Antes de tudo, para pensar sobre o que são essas representações, importa ter em mente que as emoções se originam de pulsões interiores, mas não se apresentam para os outros “em estado bruto”; elas se apresentam conforme códigos sociais. Marcel Mauss chamou a atenção para essa noção:

Não só o choro, mas toda uma série de expressões orais de sentimentos não são fenômenos exclusivamente psicológicos ou fisiológicos, mas sim fenômenos sociais, marcados por manifestações não-espontâneas e da mais perfeita obrigação. (MAUSS, 1979: 147)

Por exemplo, segundo etnografia estudada por Mauss, as lágrimas, muitas vezes, são forma de saudação. No caso deste estudo, no entanto, o objeto não são sociedades existentes, mas apenas representações da sociedade em narrativas veiculadas pela mídia impressa do início do século XX. Outro tipo de representação que, na mesma época, explorava a emotividade era o melodrama. Ben Singer estudou essa forma de arte tendo em vista que ela dizia alguma coisa sobre essa época, em que teve seu auge. É possível que as transformações desse período histórico tenham provocado uma mudança na forma de percepção da realidade e uma reação aos choques sensoriais já relatados na vida em metrópoles. Sua tese é de que há relação (ainda que não seja de causa direta) entre o gosto pelo melodrama nessa época (décadas de 10, 20 e 30) e tais

transformações. Narrativas melodramáticas refletiam a ansiedade da população com tantas mudanças e a reconfortavam, afirmando valores constantes. Formalmente, o melodrama é um gênero complexo que articula alguns elementos identificáveis: “forte pathos, emotividade elevada, fórmula narrativa não-clássica, polarização moral e sensacionalismo” (SINGER, 2001: 290, tradução minha). Em relação à exacerbação dos estímulos sensoriais, o cinema, segundo ele, foi privilegiado em oferecer diversão sensacional: “fortes impressões fugazes, rapidez de movimento, justaposições constantes e estimulação visceral”(SINGER, 2001:292, tradução minha).

Quando se estuda uma historieta ilustrada seriada, no entanto, é preciso reconhecer o volume de diferenças entre uma coisa e outra. Se o melodrama é feito com atores e cena ao vivo, a historieta tenta conquistar corações e mentes com a caricatura, ou seja, seus heróis não passam de desenhos de “bonecos”. Se o melodrama conta com a simpatia dos espectadores pelos atores, a caricatura se aproxima de uma escrita e conta com o reconhecimento de signos de emoções por parte do leitor.

A caricatura, conforme o crítico e historiador da arte Ernst Gombrich, trouxe para todos os artistas plásticos uma série de descobertas de como representar as emoções humanas. Também evidenciou que a arte se vale de códigos, como uma linguagem. É uma técnica de buscar equivalências entre a realidade e a obra, sempre, e nunca um espelho imediato da realidade na obra. Gombrich analisa um panfleto sobre fisionomia do artista do século XIX Rudolphe Töpffer, de Genebra, um dos pioneiros da caricatura e também da história em quadrinhos (a narrativa feita de imagens em sequência, normalmente acrescida de texto). O autor diz que, segundo Töpffer, “é possível desenvolver linguagem pictórica sem qualquer referência à natureza [...]. O desenho linear é puro simbolismo convencional e, por isso mesmo, imediatamente inteligível a uma criança [...] (GOMBRICH, 1986:296).

Quem narra por imagens precisa conhecer a fisionomia e as expressões humanas; desenhar expressões “fáceis de ler”. Qualquer um, com perseverança, apenas praticando muito, consegue dominar esse idioma pictórico. Prosseguindo na “aula”, Töpffer discrimina traços permanentes, que representam o caráter do personagem, dos traços não-permanentes, que indicam emoção. O caricaturista exerce um tipo de técnica combinatória, dominada a partir da prática de rabiscar. O desenhista procura em si mesmo quais são as “chaves mínimas” de expressão, às quais todos reagem, e que todos entendem. Esses traços, aplicados a qualquer forma, dão-lhe aparência de ser viva.

A representação de emoções evidentes, portanto, é recurso corriqueiro dos artistas da caricatura como Alfredo Storni, autor da série Zé Macaco e Faustina em *O*

Tico-Tico. Assim como o melodrama usava fortes “tintas emocionais” em cena, as historietas ilustradas mostravam signos de forte emoção para provocar seu público. Entre tantas manifestações de choro encontradas nessa série, destaco uma página de 1911 (ver figura 1).

Figura 1 – Faustina e Zé Macaco se reconciliam



Fonte: *O Tico-Ticon*. 297. Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Acessado em 16/07/2018.

É preciso contextualizar os quadrinhos da figura 1. Trata-se da segunda parte de uma história começada na semana anterior. Faustina, esposa de Zé Macaco, revolta-se e sai à rua, de casaca, para pronunciar um discurso pró-emancipação feminina, no Largo de São Francisco, centro do Rio de Janeiro. O motivo para choro, segundo o narrador, é que, por incapacidade de comunicação, Faustina perde toda a grande audiência que tinha se aproximado. Abandonada por todos, exceto um desengonçado cão vira-latas, ela se arrepende e sofre. Ao mesmo tempo, o marido Zé Macaco sai à rua deprimido e, quando reencontra a esposa, atira-se a seus braços. No último quadro, o casal reconciliado e mais o cão choram muito. Na linguagem da caricatura, é desenhado nada menos do que um “chuveiro” de lágrimas que escorre pela rua. Gostaria de acrescentar que, na história seguinte, o cão empático é adotado pela família.

Seria possível ler essa narrativa conforme Ben Singer abordou o melodrama. Aí estão temas globais, como o movimento feminista, as multidões na praça da capital remodelada, e a exacerbação sentida pela personagem Faustina, que reage com muitas lágrimas, como uma heroína caída. Os tempos modernos realmente a estão esmagando, poderia concluir o leitor. Felizmente, segundo essa lógica narrativa, a ordem tradicional se restabelece, trazendo-a de volta à família pelo caminho do amor. Primeiro, do cão empático; depois, de seu par, Zé Macaco.

Outras leituras seriam possíveis e, até mesmo, necessárias, para entendermos o que estava sendo representado nessas historietas ilustradas do início do século XX. O autor, Alfredo Storni, quando entrevistado, muitos anos depois de publicar essa história, dizia que seus personagens eram uma crítica às pessoas que aderiam a qualquer modismo sem ter bases para tal. Não acredito que suas criações fossem apenas uma simples lição de moral, mas acredito que o caricaturista não podia deixar de contribuir para o processo civilizador vigente.

Talvez a representação do choro não seja para causar empatia, mas para ridicularizar o comportamento dos personagens. O filósofo Henri Bergson concluiu que as piadas são contadas justamente para exigir de cada membro da sociedade o comportamento mais adequado possível: muito vívido e afirmativo, mas sem inclinações e exageros para nenhum lado. Quem não está adequado é motivo de chacota, é personagem de piada, e o que nos faz rir é notar que um indivíduo não está vivendo em consonância com a sociedade, mas repetindo mecanicamente fórmulas de comportamento e expressão inadequadas (BERGSON, 1983).

A expressão de sentimentos, portanto, é alvo de admoestações civilizadoras e vítima de piadas, quando não se dá conforme a etiqueta social vigente. Se Erasmo de Rotterdam, em seu livro *De civilitatemorumpuerilium*, recomenda às crianças que observem o “caminho do meio”, equidistante de todos os excessos e aceitável para a maioria, o educador cristão La Salle, posteriormente, já recomenda uma aparência mais séria e sisuda (REVEL, 2009: 186). Norbert Elias argumenta que, no período medieval, as pessoas viviam com uma estrutura emocional diferente da “nossa”, moderna, e não havia quem não “amasse ou odiasse ao máximo nessa sociedade”; numa sociedade posterior, a da corte, estaria deslocado quem não pudesse controlar e esconder suas emoções; já no século XX as emoções de agressividade encontraram uma forma refinada, racionalizada e legítima, com lugares definidos, como, por exemplo, a guerra e os jogos esportivos (ELIAS, 2011: 190 – 191). A literatura civilizadora, composta de manuais de civilidade (as “civilidades”) e de diretórios cristãos, passou a receber o reforço de publicações da imprensa, e se dirigiam especialmente aos mais jovens com um raciocínio que dirimia as dúvidas: se a criança, o selvagem, o camponês e o medieval fazem, é errado; se você faz do jeito errado, você parece ser uma criança, um selvagem, um camponês ou um medieval.

Zé Macaco foi criado por Storni como caricatura do homem incivilizado que experimenta as modas da cidade grande na base da imitação e sempre se atrapalha. Quando os “incivilizados” Zé Macaco e Faustina choram, o fazem exageradamente, por motivos errados, e, por isso, são tachados de ridículos. Em outra historieta, a família experimenta pela primeira vez ir a uma sessão de cinema e, como o filme era de comédia, gargalham e se remexem tanto nas poltronas que acabam sendo retirados pelo “guarda”. Os personagens servem de exemplo de como não se comportar na capital remodelada e modernizada.

A evidência desse discurso civilizador está também nas histórias de Chiquinho, outro personagem muito popular em sua época. Numa sequência na virada de 1917 para 1918, a família de Chiquinho, caracterizada como burguesa abastada, recebe a visita de uma família do interior (de Pirapora), ansiosa por conhecer o menino cujas traquinagens aparecem no jornal. O casal interiorano chega com sua filha pequena e a acompanhante Gertrudes. Os meninos Chiquinho e Benjamim (acompanhante dele), já de início, querem assustar as meninas, enquanto essas já chegam tímidas e só querem ir embora. O cachorro de Chiquinho, chamado Jagunço, avança e as faz cair no chão e chorar (ver Figura 2).

Figura 2 – A visita vinda do interior



Fonte: *O Tico-Tico* n. 638. Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Acessado em 16/07/2018.

Nas semanas seguintes, os meninos continuam a inventar meios de provocá-las e de assustá-las mais ainda. Isso não se dá por maldade, segundo o autor Loureiro, mas porque eles querem “corrigi-las, tirar-lhes o medo, etc.”, numa espécie de tratamento de choque. Faz parecer que expressar medo diante de um ataque, ou qualquer tipo de choque sensorial, fosse coisa de meninas da roça e não de meninos da cidade. Essa história se baseia na compulsão de civilizar. Quem já foi civilizado – em certo nível – se incumbe da tarefa de civilizar a outros, e seus alvos são, preferencialmente, os considerados “infantis” (a menina da história fala “tatibitate”) ou “rústicos” (os visitantes são de Pirapora).

A história continua por muitas semanas de correria, tombos e coisas quebradas, até que, a certa altura, o choro é o foco da historinha. Tanto o grupo dos criados da casa, mais o cachorro Jagunço, quanto o grupo do casal de Pirapora, choram na iminência de Chiquinho ser castigado com a ida para um colégio interno (ver Figura 3). Note que são os criados (e o cachorro) que choram de antecipação de saudades, enquanto o menino não chora. Supostamente eles são ainda “incivilizados” e o menino segue a etiqueta civilizada, evitando externar com lágrimas sua tristeza e apreensão.

Figura 3 – A muito sentida despedida de Chiquinho



Fonte: *O Tico-Tico* n. 646. Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Acessado em 16/07/2018.

A visita vai embora, indignada, mas Chiquinho não é mandado para o colégio interno “desta vez”. Há ainda o último choro, no final da longa história em 12 partes, que é quando a mãe dá surra de escova no Chiquinho. Ele chora de dor, enquanto Benjamim caçoa dele. O autor, no texto, reflete sobre qual seria o motivo de as crianças leitoras gostarem tanto de quando Chiquinho apanha.

A raiva: o mal estar na civilização

Já foi abordado como, em sociedades como a medieval, expressões e atos agressivos eram vivenciados mais abertamente do que em nossa época. Segundo Elias, a história da Europa indica um processo civilizador de grande duração, no qual os senhores feudais concedem parte de seu poder ao rei em troca da segurança de não haver mais guerras entre eles. Ao mesmo tempo, começa a se desenvolver a etiqueta dos cavaleiros, uma maneira de mediar a comunicação entre todos em favor de negociações mais bem sucedidas na corte do rei. Parte dessa etiqueta deu origem às normas

ensinadas a todos nas eras que se seguiram. Porém, o século XX, que estava sendo reconhecido como o ápice da civilização e da modernidade, revelou um lado sombrio: a potencialização da violência justificada pela ética das relações entre os estados nacionais. Em 1914 estoura a Primeira Guerra Mundial. Muitos artistas e intelectuais lamentaram profundamente essa decepção, e os caricaturistas não podiam se isentar. Alfredo Storni abordou o tema numa história de Zé Macaco e também numa história avulsa publicada em 1917 (ver Figura 4).

Figura 4 – Outrora, como hoje



Fonte: *O Tico-Tico* n. 618. Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Acessado em 16/07/2018.

Em meio a notícias da guerra na Europa, que só acabaria no ano seguinte, Storni contou uma fábula sobre o período medieval que fazia refletir se estavam vivendo fundamentalmente a mesma violência. Na historieta, o Príncipe Cebola e o Duque Batata entram em guerra porque “se odiavam barbaramente” e não puderam evitar trocar insultos e se atacar “como cães danados”. Os dois homens armados entram num “rolo” desenhado literalmente como um círculo de traços indefinidos de várias cores e, no final, sobram apenas seus corpos mutuamente esquartejados. No final, ironicamente, já que não havia mais como lutar, seus braços se cumprimentam sob o signo da pomba da paz. A lição da história é bem clara: dominar as emoções agressivas é condição da civilização; manter desafetos e entrar em conflito são coisas de bárbaros. A decepção era constatar que as nações mais civilizadas do mundo, como França e Alemanha, levaram seus jovens a praticar maiores barbaridades do que essas.

A representação das emoções agressivas de “alta temperatura”, nas historietas de *O Tico-Tico*, está associada a lições civilizadoras como essa. Porém, numa inversão muito interessante, Storni apresentou anteriormente aquele mesmo problema descrito acima: o civilizador tem um bárbaro dentro de si. Foi numa historieta de Zé Macaco, em 1911 (ver Figura 5).

Essa página era parte de uma sequência em que Zé Macaco voa para a selva para civilizar uma tribo indígena. O plano não dá certo e ele passa a viver como selvagem, perdendo rapidamente os hábitos civilizados, inclusive o idioma. Faustina o resgata e leva de volta à cidade do Rio de Janeiro. É por isso que, no primeiro quadro, o vemos com cabelos compridos e com expressão de espanto. Acontece que um guarda civil, daqueles contratados para manter a ordem no centro remodelado da capital, cisma com o “aspecto exótico” de Zé Macaco e dá uma bronca: “não pode!”. Faustina intercede, segura o cassetete do guarda e isso transtorna o homem a ponto de “virar bicho”. No terceiro quadrinho o guarda é representado como o monstro (ou demônio) que se sentia “por dentro”, reagindo desproporcionalmente ao “desacato”. Na sequência, ele dá “uma formidável cacetada” na cabeça de Zé Macaco, o que resulta no reestabelecimento da identidade civilizada do marido de Faustina. O guarda, com métodos bárbaros, movido por uma explosão emocional incontida, acabou cumprindo sua missão civilizadora. Não era a primeira vez que os caricaturistas narravam como os guardas eram totalmente despreparados para sua função, tomando sempre decisões autoritárias e ignorantes.

Figura 5 – Zé Macaco e a explosão emocional do guarda civil.



Fonte: *O Tico-Tico* n. 310. Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Acessado em 16/07/2018.

Enquanto, nas histórias de Storni, os personagens caricatos explodem tanto em choro quanto em agressividade, nas histórias de Loureiro, com o personagem infantil Chiquinho, há muita agressão por parte do menino, e sentimentos de vendeta típicos daqueles períodos considerados “bárbaros”, mas, emocionalmente, o personagem age sempre com alguma fleugma, como se fosse modelo para o comportamento dos meninos leitores de *O Tico-Tico*. O autor costuma justificar as traquinagens de Chiquinho (violentas e preconceituosas aos olhos do leitor de hoje) dizendo que são infantilidades que ele vai superar com o aprendizado e muitas “escovadas”, uma vez que, no coração, é um bom menino. Uma das poucas cenas de choro exagerado de Chiquinho é quando ele aprende sobre a abolição da escravidão e abraça seu acompanhante, o menino negro Benjamim, para saudá-lo “com certa veneração”. É uma edição de 13 de maio de 1918, 30 anos após a Lei Áurea.

Considerações finais

A expressão de emoções, quando se trata de uma historieta ilustrada ou história em quadrinhos, é sempre um signo com valor narrativo. O desenho caricato de lágrimas, rugas na face, distorções de olhos e boca ou qualquer outro recurso artístico compõem a imagem em substituição de dimensões sensoriais que faltam à publicação via imprensa. Não entram na obra sem intenção consciente do autor. No recorte feito para esta análise, a representação de emoções expressas de tristeza e raiva atende a dois objetivos: saciar o apetite do público pela exacerbação emotiva, típica do consumo do melodrama, e contribuir com o processo civilizador com um discurso cujos argumentos ridicularizam o comportamento “pueril” ou “rústico”. Não fica evidente se esses dois objetivos seriam excludentes, ou se um deles suplanta o outro. Essa ambiguidade parece ser o tom das obras dessa época.

Storni, um desses artistas, produziu uma obra mais complexa do que parece. Se ele condena os modismos, também não faz discurso conservador ou saudosista. Quando seu Zé Macaco segue alguma moda ou põe seus planos em prática, é ridicularizado pela pretensão de tentar atingir rapidamente o estágio de civilização das sociedades mais desenvolvidas da Europa e Estados Unidos. Porém, essas narrativas chamam a atenção para a maneira “correta” de experimentar as novidades de seu tempo, que são reforçadas pelo restante do conteúdo do semanário. São, portanto, de um lado, propaganda das modas e, de outro, crítica às modas. O difícil caminho do meio, eis a grande lição da literatura civilizadora.

Além disso, é improvável que o autor não tenha tido alguma simpatia pelos personagens. Eles representam idealmente o brasileiro médio, do povo, na frente do qual foram atiradas as novidades modernas com muito pouco preparo. Os caricaturistas da virada do século XIX para XX todos criaram cartuns em torno desse tipo. Um indício de que Storni não desprezava Zé Macaco e Faustina é que, na história do choro, aparece um cachorro vira-latas para consolar a solitária feminista, dizendo: “por que choras, Faustina?” (cachorros falavam também em outras histórias, como a do Chiquinho). Acredito que o cão, para ele, representava um ser mais “humano” do que os autênticos humanos. No mesmo ano, o caricaturista publicou um pequeno conto ilustrado em que um cão, animado com as possibilidades da civilização, decide virar gente. O animal vai trabalhar junto a alguns homens e é tão maltratado nessa experiência que desiste, concluindo que “não vale a pena ser gente”. Se Storni pensava assim, a presença do cão naquela historieta atenua a “pena” que o autor aplicou a Faustina.

Referências

BECKER, Howard S. *Falando da Sociedade*: ensaios sobre as diferentes maneiras de representar o social. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

BERGSON, Henri. *O riso*: ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador vol. 1*: uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

GOMBRICH, Ernst. *Arte e ilusão*: um estudo da psicologia da representação pictórica. São Paulo: Martins Fontes, 1986.

MAUSS, Marcel. A expressão obrigatória de sentimentos. In: OLIVEIRA, Roberto C. (org.) *Marcel Mauss: antropologia*. São Paulo: Ática, 1979, p. 147 - 153.

REVEL, Jacques. Os usos da civilidade. In: CHARTIER, Roger (org.) *História da vida privada vol. 3*: da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, 169 – 210.

SCHWARCZ, Lília M. As marcas do período. In: _____ (org.) *História do Brasil Nação v. 3*: Abertura para o mundo: 1889 -1930. São Paulo: Objetiva, 2013.

SENNET, Richard. *O declínio do homem público*: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: _____ (org.). *História da vida privada no Brasil, v. 3*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito. *MANA* 11 (2), p. 577-591, 2005.

SINGER, Ben. *Melodrama and Modernity*. Nova York: Columbia University Press, 2001.

A Imagem Fotográfica: Paradigmas, Linguagem e Discurso*

Rogério Andrade**

Resumo

O presente artigo pretende por meio de uma perspectiva evolutiva, comunicacional e discursiva analisar as relações entre a imagem fotográfica e seus paradigmas no âmbito dos estudos de linguagem e da cultura contemporânea. O objetivo é estabelecer um quadro sistemático sobre os paradigmas e discursos visuais fotográficos para posteriormente analisar algumas de suas implicações culturais, comunicacionais e discursivas. Ontologia, fenomenologia e pragmática são os conceitos apresentados como eixos centrais da epistemologia visual na cultura contemporânea e permeiam o desenvolvimento das argumentações. A intertextualidade entre estes campos serve de fundamento para a compreensão de algumas de suas implicações culturais, comunicacionais e discursivas.

Palavras-chave: Imagem fotográfica; Pragmática; Linguagem; Discurso.

1. Introdução

O presente trabalho procura refletir sobre as relações entre a imagem fotografia e o conceito de linguagem e de cultura a partir de uma perspectiva comunicacional e discursiva. A pesquisa foi dividida em três etapas, sendo que a primeira se fundamenta a partir dos paradigmas visuais da ontologia, da fenomenologia e da pragmática, estabelecidos como espaços discursivos pertencentes ao campo dos discursos fotográficos. Nesta etapa recorreremos a autores como Bazin (1991), Barthes (2015), Flusser (2011) e Maingueneau (1997).

A segunda etapa do estudo analisa as relações entre os conceitos de linguagem e cultura, por meio de uma perspectiva evolutiva e histórica para então extrair as consequências deste panorama em meio ao embate entre os processos de circulação social das imagens ou o fenômeno de sua recepção. Autores como Greimas (1973), Lotman (2000), Eco (2014), Schaeffer (1990) e Verón (1993; 2004) são citados. Por fim,

*Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos durante o XV PoscomPUC-Rio, de 6 a 9 novembro de 2018.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

**Mestrando em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: contato@rogerioandrade.com

na terceira etapa da pesquisa são observados alguns aspectos da pragmática comunicacional referente à imagem fotográfica.

2. Os paradigmas fotográficos: ontologia, fenomenologia e pragmática

O surgimento da fotografia impactou de forma decisiva o mundo das artes, o pensamento estético e, de maneira mais ampla, a própria realidade social, perspectiva esta que, como sabemos, levou alguns pensadores a admitirem o advento de uma nova fase histórica e cultural denominada “Era da Reprodutibilidade Técnica”. Neste contexto a imagem fotográfica se destaca como precursora do que passou a ser chamado de “imagem técnica”, isto é, as imagens produzidas por aparelhos que, por sua vez, são produtos da técnica (FLUSSER, 2011: 29). Assim, a fotografia em sua qualidade de “imagem técnica” influenciou os estudos sobre arte e estética à reformulação de seus paradigmas visuais, a partir de então orientados pelas implicações do advento dos mecanismos de reprodutibilidade técnica, mecanismos dos quais a fotografia se constituiu como modelo primordial.

No presente trabalho, defendemos a ideia de que estes novos paradigmas visuais estabelecidos a partir da vigência da fotografia e dos meios de reprodutibilidade técnica, encontram-se atualmente organizados em três seguimentos, sendo: a ontologia; a fenomenologia, e; a pragmática. Além desta distinção inicial, demonstraremos que é no âmbito da pragmática que se estabelecem suas principais implicações sociais, comunicacionais e discursivas.

No que se refere aos aspectos essenciais da fotografia e que são responsáveis por sua distinção em relação aos demais meios de representação visual, o artigo “Ontologia da Imagem Fotográfica”, de André Bazin, é considerado como um dos marcos desta linha de pesquisa. O autor contextualiza a fotografia no campo geral das artes e procura demonstrar as implicações de seu surgimento para a esfera das representações visuais. Nesse sentido, Bazin destaca a objetividade da imagem fotográfica em oposição à subjetividade vigente nos suportes visuais anteriores, nos seguintes termos:

A originalidade da fotografia em relação à pintura reside, pois, na sua objetividade essencial. Tanto é que o conjunto de lentes que constitui o olho fotográfico em substituição ao olho humano denomina-se precisamente “objetiva”. Pela primeira vez, entre o objeto inicial e a sua representação nada se interpõe, a não ser um outro objeto. Pela primeira vez, uma imagem do mundo exterior se forma, automaticamente, sem a intervenção criadora do homem, segundo um rigoroso determinismo [...]. Todas as artes se fundam sobre a presença do homem; unicamente na fotografia é que fruímos da sua ausência (BAZIN, 1991: 22).

Portanto, o autor enfatiza o determinismo técnico indissociável do processo fotográfico que estabelece sua condição objetiva, visto que, pela primeira vez, uma imagem é produzida sem a intervenção da ação criadora e subjetiva do homem. Para Bazin, a imagem formada sobre o negativo não é produzida pelo fotógrafo ou pela mão do artista, é produzida pela mediação técnica do mecanismo fotográfico. Neste suporte, a imagem é formada pelo funcionamento do dispositivo fotográfico e não pela subjetividade ou ação humana, por esse motivo, denominada “imagem técnica”.

A investigação dos aspectos essenciais e ontológicos da imagem fotográfica não se encontra circunscrita aos textos de Bazin, embora este possa ser considerado um precursor deste campo. Roland Barthes, em sua celebre obra “A Câmara Clara”, também se ocupa das particularidades ontológicas da fotografia e constata como seu aspecto mais essencial uma “dupla posição conjunta: de realidade e de passado”, como podemos ver a seguinte:

[...] o Referente da Fotografia não é o mesmo que o dos outros sistemas de representação. Chamo de “referente fotográfico”, não a coisa *facultativamente* real a que remete uma imagem ou um signo, mas a coisa *necessariamente* real que foi colocada diante da objetiva, sem a qual não haveria fotografia. A pintura pode simular a realidade sem tê-la visto. O discurso combina signos que certamente têm referentes, mas esses referentes podem ser e na maior parte das vezes são “quimeras”. Ao contrário dessas imitações, na Fotografia jamais posso negar que *a coisa esteve lá*. Há dupla posição conjunta: de realidade e de passado. E já que essa coerção só existe para ela, devemos tê-la, por redução, como a própria essência, o noema da Fotografia (BARTHES, 2015: 67).

É importante chamar a atenção para o fato de que nesta perspectiva desenvolvida por Barthes, tais aspectos essenciais da fotografia, já estavam presentes, embora de forma discreta, no pensamento ontológico de Bazin (2011) que em certo trecho de seu artigo decreta que “sejam quais forem as objeções de nosso espírito crítico, somos obrigados a crer na existência do objeto representado, literalmente re-presentado, quer dizer, tornado presente no tempo e no espaço” (Idem: 22).

No entanto, talvez o aspecto mais primordial da perspectiva ontológica, que deva ser destacado perante a proposta do presente trabalho, seja a intertextualidade entre os campos discursivos da fotografia e da pintura. Por intertextualidade entende-se a influência de um texto ou conjunto de textos sobre a formação de outro texto ou conjunto de textos. Assim, esta busca pelos aspectos essenciais da fotografia, em distinção às demais formas de representação artísticas visuais, se constitui como um princípio discursivo deste campo. Por sua vez, o conceito de campo discursivo é definido por Maingueneau (1997: 116) como “um conjunto de formações discursivas que se encontram em relação de concorrência” e delimitam-se reciprocamente em uma

região determinada de um plano mais amplo denominado universo discursivo. Estas concorrências intertextuais propiciam a ampliação do campo discursivo, por meio da formação de novos espaços discursivos. No que lhe concerne, o conceito de espaço discursivo é definido como “um subconjunto do campo discursivo” (Idem: 117). De maneira geral podemos entender o paradigma fotográfico como um campo discursivo, estruturado por ao menos três espaços discursivos, a saber, os subconjuntos da perspectiva ontológica, fenomenológica e pragmática.

Feitas as principais considerações a respeito dos princípios discursivos e ontológicos fundamentais, seguimos a diante para tratar dos aspectos fenomenológicos da imagem fotográfica. Uma vez que as particularidades da imagem em si mesma não são suficientes para dar conta de sua complexidade somos forçados a ultrapassar as barreiras da imagem como “algo em si” e refletir sobre a relação entre a imagem e o sujeito. Assim, transfere-se a fotografia do âmbito da ontologia, para o da fenomenologia. Compreendemos a imagem como um fenômeno, ou seja, como “algo que vem à luz [*phanein*]”, que se apresenta pela mediação dos sentidos à consciência (SAMAIN, 2012: 157). Considerar a fotografia como um fenômeno implica conceber um ato de recepção de uma mensagem e, portanto, a imagem supera sua perspectiva objetiva para ser concebida como uma linguagem. Schaeffer (1990) propõe que a imagem fotográfica seja necessariamente concebida como uma mensagem, um fenômeno de comunicação que se estabelece plenamente no campo da recepção.

Parto da ideia de que a imagem fotográfica é essencialmente (porem não exclusivamente) um signo de recepção. Por conseguinte afirmo que é impossível compreendê-la plenamente no âmbito de uma semiologia que defina o signo pelo ponto de vista de sua emissão. Isto não significa que eu negue a pertinência da noção de intencionalidade para dar conta de alguns de seus aspectos. Mas tentarei demonstrar que estes aspectos são secundários: a imagem fotográfica, considerada em si mesma não é uma mensagem (SCHAEFFER, 1990: 7-8).

Para Schaeffer é necessário considerar a imagem fotográfica inserida em um plano comunicativo para que se possa extrair sua essência distintiva, ou seja, seu caráter de recepção e linguagem. Este ponto de vista implica assumir a recepção fotográfica como um aspecto substancial em detrimento dos aspectos de produção relativos da perspectiva ontológica da imagem. No entanto, o autor vai ainda mais longe e declara a impossibilidade da imagem fotográfica de se impor como um signo de circulação, afirmando que “se a fotografia fosse um signo de circulação deveria ser capaz conectar o universo do fotógrafo com o do receptor, como ocorre com os signos linguísticos” (SCHAEFFER, 1990: 66). O ponto de vista de Schaeffer apresenta certa coerência, mas apenas sob a predominância dos pressupostos semióticos do estruturalismo linguístico.

De forma geral esta perspectiva é considerada como uma concepção bastante ultrapassada e parece ter sido superada pelas perspectivas culturais dos estudos de comunicação, sobretudo, das pesquisas da corrente pós-estruturalista e da semiótica russa. Desta forma, a incompatibilidade entre o universo do fotógrafo e o do receptor, como observou Schaeffer, não é argumento suficiente para a inviabilidade da imagem fotográfica enquanto signo de circulação, visto que nas linguagens da cultura os processos de significação se estabelecem por meio da articulação entre a gramática de produção e as gramáticas de recepção/reconhecimento. Por este motivo, antes de seguirmos a diante no estudo da imagem fotográfica como um signo de circulação no contexto de uma pragmática da comunicação, julgamos ser necessário apresentar algumas considerações sobre o desenvolvimento histórico do conceito de linguagem e sua relação com o conceito de cultura.

3. Sobre os conceitos de linguagem e cultura

A significação é entendida, pelos adeptos do estruturalismo linguístico, como a associação entre os dois planos do signo verbal, sendo estes, a “imagem acústica” e o “conceito” (SAUSSURE, 2012: 43-44). Na medida em que a importância atribuída ao signo linguístico vai se relativizando outros termos são propostos como adequação aos novos parâmetros e a significação passa a ser entendida como a articulação entre um significante e um significado, ou ainda, entre um plano de expressão e um plano de conteúdo, entre outras terminologias. Hjelmslev (2009: 54) em “Prolegômenos a uma teoria da linguagem” observa tais fenômenos por meio de uma perspectiva estritamente linguística e defende que a relação entre os dois planos de significação é complementar, simétrica e “solidária”, como segue:

Não poderá haver função semiótica sem a presença simultânea desses dois funtivos, do mesmo modo como nem uma expressão e seu conteúdo e nem um conteúdo e sua expressão poderão existir sem a função semiótica que os une. A função semiótica é, em si mesma, uma solidariedade: expressão e conteúdo são solidários e um pressupõe necessariamente o outro. Uma expressão só é expressão porque é a expressão de um conteúdo, e um conteúdo só é conteúdo porque é conteúdo de uma expressão.

Greimas (1973: 15) adota uma perspectiva um pouco mais ampla sobre os fenômenos da linguagem, mas compreende que a estrutura da linguagem verbal é a estrutura implícita de todas as linguagens, afirmando “não poder estabelecer, no seu estatuto particular, uma classe autônoma de significações linguísticas, suspendendo a distinção entre a semântica linguística e a semiologia saussuriana”. Em sua obra

“Semântica estrutural” o autor define os domínios da semiótica como competência do plano de conteúdo, segundo seu ponto de vista, um significante existe para expressar um significado determinado, ou seja, “é no ato de comunicação, no acontecimento-comunicação, que o significado encontra o significante” (GREIMAS, 1973: 42). Portanto, para o autor, a significação é um processo assimétrico, desigual, “não solidário” e instável, de articulação entre os dois planos da linguagem.

A semiótica da cultura, sobretudo, representada pelo pensamento de Iuri Lotman, concebe todos os fenômenos culturais como fenômenos de comunicação e, conseqüentemente, como sistemas de signos. Nesta perspectiva os sistemas culturais são entendidos como sistemas simbolicamente estruturados e desta forma se constituem como linguagens da cultura. Assim, Lotman descola a preeminência das discussões semióticas do plano dos códigos e processos para o plano da interação humana e dos fenômenos sociais. Um dos principais conceitos dessa corrente é a noção de “sistema modelizante secundário” que se refere aos sistemas constituídos a partir de códigos culturais, ou seja, as linguagens da cultura. Segundo Lotman e Boris Uspenskij em “Sobre o mecanismo semiótico da cultura” publicado no terceiro volume de “A semiosfera”:

O trabalho fundamental da cultura, como iremos demonstrar, consiste em organizar estruturalmente o mundo que rodeia o homem. A cultura é um gerador de estruturalidade, e como ela cria ao redor do homem uma esfera social, que como a biosfera, torna possível a vida, que não é orgânica, mas social (LOTMAN, 2000: 171).

Como observa Irene Machado (2003: 51) “a idéia básica da modelização é, portanto, a possibilidade de considerar tanto as manifestações, os produtos ou atividades culturais quanto organizações segundo qualquer tipo de linguagem e, conseqüentemente, como texto”.

Umberto Eco assimila a noção de cultura da corrente semiótica russa para, por meio dela, expandir ainda mais a noção de linguagem e conceber uma emancipação completa das ideologias decorrentes do estruturalismo linguístico a ponto de estabelecer a autonomia dos sistemas significantes da linguagem. Em seu “Tratado Geral de Semiótica” Eco procura demonstrar uma concepção bastante conciliadora das diversas correntes de estudo da linguagem e de equilíbrio entre as próprias linguagens. O autor argumenta que os processos de comunicação se apresentam perante as pesquisas semióticas como processos culturais, “todavia, cada um desses processos parece subsistir unicamente porque sob eles se estabelece um *sistema de significação*” (2014: 5) sendo o processo de significação o resultado da associação de um sistema veiculante

a um sistema veiculado, respectivamente, denominados como plano de expressão e plano de conteúdo (2014: 39).

Na medida em que a noção de signo linguístico perde relevância e a noção de linguagem se expande, abrangendo diferentes sistemas de significação, a saber, verbal, não verbal e sincrético, e a significação assume o caráter de produção de sentido. Por sua vez, a produção de sentido é compreendida como a articulação em um espaço de enunciação entre gramáticas, mais especificamente, entre uma gramática de produção e “uma (ou várias) gramática(s) de reconhecimento” (VERÓN, 2004: 51). Assim, a significação passa a ser entendida como um fenômeno social de produção de sentido e manifesto na cultura.

Com isso, destacamos à teoria dos discursos, aqui representada pelo pensamento de Elise Verón e, sobretudo, de sua noção de “semiose social”. Para o autor a “semiose social” é “a dimensão significante dos fenômenos sociais: o estudo da semiose é o estudo dos fenômenos sociais enquanto processos de produção de sentido”. Verón concebe a predominância da cultura no âmbito das linguagens e propõe que os fenômenos socioculturais sejam compreendidos como sistemas de significação e de produção de sentido. Para ele, “toda produção de sentido é necessariamente social: não se pode descrever nem explicar satisfatoriamente um processo significante, sem explicar suas condições sociais de produção” (VERÓN, 1993: 125).

Neste ponto a teoria dos discursos nos oferece os subsídios necessários para retomarmos nossa discussão a respeito da imagem fotográfica. Ao nos depararmos com uma imagem, buscamos compreender sua mensagem, entender suas ideias e conceitos e neste momento entramos em contato com o seu conteúdo, ou seja, com aquilo a que a imagem se refere. Mas não apenas o conteúdo da imagem constitui informação visual, para além deste, existem diversos elementos formais interagindo para a construção da mensagem, isto é, cores, linhas, formas, planos, contrastes, volumes, entre outros elementos e efeitos visuais fazem parte do sentido geral da mensagem e não apenas seu tema ou conteúdo. Nesta convergência entre conteúdo e forma a imagem deixa de se referir a algo para significar algo e, desta maneira, supera o âmbito da referência e segue ao plano da significação.

Em uma imagem fotográfica o ato de leitura do texto visual corresponde a uma codificação simbólica que é simultaneamente uma ação de recepção e de atribuição de sentido. Recepção visto que o código visual após ser produzido e emitido, pelo seu polo correspondente, é recebido, pelo polo oposto, tal qual foi transmitido. Atribuição de sentido, pois, mesmo que a mensagem não tenha sido modificada, existe uma

defasagem entre a gramática de produção e a gramática de reconhecimento. Portanto, para que a mensagem seja reconhecida deverá ser decodificada, ou como preferem alguns, recodificada em um processo de tradução de uma gramática a outra, ou seja, um procedimento de acomodação às condições de reconhecimento. Em outras palavras, uma atribuição de sentido no plano de recepção caracterizando um processo de significação.

Segundo a teoria dos discursos nas linguagens no âmbito da cultura, das quais a imagem fotográfica certamente faz parte, a conexão entre o universo cultural do produtor e do receptor, não ocorre por analogia com os procedimentos de significação verbal, mas por múltiplos processos de inferências e de recodificação dos códigos emitidos em um sistema de tradução que permite a acomodação da mensagem às condições culturais do receptor. Portanto, partindo deste ponto de vista, a imagem fotográfica se estabelece como uma linguagem da cultura e que transcende a importância específica dos processos de produção ou recepção dos códigos e se efetiva na inter-relação entre os polos da enunciação, em outras palavras, a mensagem visual fotográfica se realiza no processo de articulação/acomodação entre a gramática de produção e as gramáticas de reconhecimento, instituindo-se como um signo de circulação no âmbito de uma pragmática da comunicação.

4. A imagem fotográfica: circulação midiática e pragmática da comunicação

Ao assumir as linguagens como fenômenos sociais manifestos na cultura, deduzimos que a partir deste ponto o polo de recepção supera seu estado passivo e acumula a função de produtor de práticas culturais, e assim, se introduz uma nova complexidade ao plano estético e semiótico da imagem, ou seja, a relativa inversão de comportamentos na qual o polo de recepção ocupa simultaneamente a função de receptor e de produtor, neste último caso, de gramáticas de leituras e de práticas sociais e, conseqüentemente, o polo de produção passa a ocupar simultaneamente a função de produtor e de receptor, tornando-se sensível a estímulos que o auxiliam a se adaptar a estas novas *práxis* sociais e a aperfeiçoar seus modos de produção.

Neste contexto é eminente a ampliação da noção de signo de circulação que não pode mais ser concebido pela relação de defasagem entre os polos de produção e de reconhecimento, mas deverá ser compreendido pelo interesse, mútuo, nos efeitos sociais respectivos aos atos de leitura dos textos visuais e pelo interesse nos novos contextos e condições de produção. A imagem fotográfica, em toda sua complexidade, não pode mais ser considerada apenas em sua condição de fenômeno, como algo que se apresenta a consciência humana em um processo de interpretação, terá que ser necessariamente

examinada por suas implicações sobre as práticas sociais e, portanto, no âmbito de uma pragmática da comunicação visual.

O quadro no qual se inserem as discussões teóricas da imagem fotográfica no âmbito das sociedades contemporâneas, intensamente marcadas pelo consumo efêmero e transitório, pela atualização constante dos bens de consumo e por agressivas ações de comunicação midiáticas de massa como métodos de divulgação de produtos e de seus respectivos valores agregados, não pode mais prosseguir alheio às condições de produção e aos efeitos da recepção. Neste sentido, novamente, vemos a emergência de novos paradigmas para que possamos compreender sob quais parâmetros se organizam as estruturas que regem os novos panoramas, cada vez mais complexos, nos quais as imagens fotográficas se encontram. Consideramos assim a transição do âmbito da fenomenologia para o da pragmática da imagem fotográfica.

O que consideramos como pragmática aqui está, senão em conformidade, pelo menos em contiguidade, ao que se entende por isso no domínio da linguística, ou seja, como um campo que extrapola a significação atribuída as palavras, mutuamente, pelos eixos semântico e sintático, considerando, sobretudo, seu contexto extralinguístico, ou seja, suas implicações sociais. Nesta perspectiva consideramos as decorrências da linguagem fotográfica por seus efeitos e repercussões culturais como uma pragmática da comunicação visual.

O recurso para a construção deste modelo conceitual é a admissão, no âmbito estético e semiótico, da noção de signo de circulação atrelado à dimensão comunicativa da imagem fotográfica. Concebemos este conceito em conformidade com a definição apresentada por Eliseo Verón (2004: 51) em sua prestigiada publicação “Fragmentos de um tecido” obra dedicada à teoria e análise dos discursos, em que o autor expõe os seguintes termos:

Produção/reconhecimento são dois polos do sistema produtivo de sentido. Chamamos de circulação a defasagem entre os dois, defasagem que pode tomar formas muito diversas, dependendo do tipo de produção significante visada. O analista de discursos pode interessar-se ora pelas condições de produção de um discurso, ora pelas leituras que tiveram como objeto tal discurso, ou seja, pelos seus efeitos. Dizemos que ele se interessa, no primeiro caso, pela gramática de produção e, no segundo, por uma (ou várias) gramática(s) de reconhecimento. É claro que pode interessar-se pelas duas, ou seja, interessar-se, na verdade, por um processo de circulação.

Obviamente a noção de signo de circulação como empregada em nossa argumentação se caracteriza mais em relação ao processo de circulação como um todo, do que a noção isolada de circulação, sendo nossa designação uma evidente

simplificação que na verdade se refere ao processo. Também é importante chamar a atenção para o fato de que a noção de processo de circulação mantém atrelada à concepção de signo de circulação ao conceito de símbolo, já que as produções da cultura enquanto convenções sociais são concebidas como construções simbólicas. Consequentemente, por analogia a linguagem verbal que é simbolicamente estruturada, podemos vincular às diversas produções significantes do plano sociocultural a noção de linguagem.

A circulação destes signos no âmbito social em sua capacidade de significar e produzir significados constitui uma prática social de linguagem que se efetiva na cultura e por meio da cultura se manifesta. No âmbito de uma pragmática da comunicação visual seria possível constituir um inventário dos mecanismos de efetivação simbólica da imagem, mas como isso corresponderia a um novo plano de pesquisa, julgamos mais conveniente nos abster do geral em benefício do essencial. Neste sentido concordamos com a exposição de Jean Davalon (1999: 29) que afirma que “se procurarmos o que serve de fundamento à eficácia simbólica da imagem, duas características semióticas parecem bastante consideráveis”, sendo que a primeira dessas características se refere às diferentes formas como uma imagem pode ser compreendida, enfatizando que “a imagem [fotográfica] é antes de tudo um dispositivo que pertence a uma estratégia de comunicação: dispositivo que tem a capacidade, por exemplo, de regular o tempo e as modalidades de recepção da imagem em seu conjunto ou emergência de significação” (1999: 30). Por sua vez, a segunda dessas características de eficácia simbólica se refere à natureza da imagem de agir como “um operador de simbolização” sendo que neste caso o autor se refere à capacidade da imagem fotográfica de impor ao receptor um sentido global antes mesmo da leitura das estruturas simbólicas particulares, ou seja, “compreenderíamos o sentido global antes de reconhecer a significação dos elementos; e atingiríamos primeiro o efeito dessa integração; estaríamos sob o charme desse efeito formal, estético”. Por fim, sob estas argumentações consideramos a imagem fotográfica como um signo de circulação, sobretudo, no âmbito de uma perspectiva pragmática da comunicação que concebe sua complexidade como uma manifestação social que se efetiva na cultura e por meio dela se realiza.

5. Considerações finais

As reflexões e análises propostas neste trabalho procuraram fundamentar a epistemologia da imagem fotográfica como um campo discursivo estruturado primordialmente pela ação de três paradigmas, isto é, o ontológico, o fenomenológico e

o pragmático. Estas três vertentes do pensamento epistemológico e artístico quando consideradas a partir de uma perspectiva comunicacional instituem-se como espaços discursivos pertencentes ao campo dos discursos fotográficos. É possível contatar ainda as relações intertextuais entre o campo das artes, da comunicação e da cultura como concorrências discursivas formados do campo da imagem fotográfica.

Os aspectos ontológicos da comunicação visual e fotográfica ao mesmo tempo em que se afirmam também orientam, em parte, os princípios fenomenológicos. Por sua vez a fenomenologia da imagem procura se respaldar sobre o argumento da recepção e se opõem as perspectivas que procuram fundamentar a imagem a partir do impacto cultural de sua circulação social. No entanto, a influência da fotografia sobre a realidade sociocultural é notória e bastante presente de forma que a análise de suas implicações se estabelece naturalmente o que implica em aceitar os argumentos em favor da imagem fotográfica na qualidade de signo de circulação. Assim, estão abertos os caminhos para a consolidação de um paradigma da imagem fotográfica baseado na pragmática da comunicação visual e estabelecido como um espaço discursivo predominante no campo destes discursos visuais. Pensar as implicações artísticas, estéticas e comunicacionais, da fotografia, em certa medida, é o mesmo que pensar as implicações culturais de sua circulação social.

Para que a perspectiva pragmática possa ser efetivamente assumida é necessário que os artefatos sociais sejam analisados na qualidade de sistemas modelizantes, ou seja, que sejam admitidos como linguagens da cultura. Este ponto de vista produz uma ampliação das relações entre os polos de produção e circulação compreendida por seus efeitos comunicacionais. A mensagem fotográfica torna-se um sistema simbólico e a imagem fotográfica institui-se como um “operador de simbolização”. Nesse sentido, constata-se que a fotografia impõe ao receptor um sentido global que é predominante e anterior as estruturas simbólicas particulares, sendo este mecanismo uma parte fundamental de sua estratégia de significação e produção de discursos.

Referências

- BARTHES, R. *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.
- BAZIN, A. *O cinema: ensaios*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.
- DAVALON, J. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. Campinas: Pontes Editores, 1999. p. 23-38.
- ECO, U. *Tratado geral de semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2014.

FLUSSER, V. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Annablume, 2011.

GREIMAS, A. J. *Semântica estrutural*. São Paulo. Cultrix, 1973.

HJELMSLEV, L. *Prolegômenos a uma teoria da linguagem*. São Paulo: Perspectiva, 2009.

LOTMAN, I. M. *La semiosfera III: semiotica de las artes y de las culturas*. Madrid: Cátedra, 2000.

MACHADO, I. *Escola de semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura*. Cotia: Ateliê Editorial, 2003.

SAMAIN, E. As peles da fotografia: fenômeno, memória/arquivo, desejo. *Visualidades*. Goiânia, vol.10, n.1, p. 151-164, jan., 2012.

SAUSSURE, F. de. *Curso de linguística geral*. São Paulo: Cultrix, 2012.

SCHAEFFER, J.-M. *La imagen precaria del dispositivo fotográfico*. Madrid: Cátedra, 1990.

VERÓN, E. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

_____. *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa, 1993.

O poder da convergência midiática e das múltiplas telas na Netflix:* **uma análise sobre a repercussão da série documental *Making a Murderer***

Tatiana Helich Lopes**

Resumo

Neste artigo, trabalharemos a questão do poder da convergência midiática e das múltiplas telas, analisando a série estadunidense *Making a Murderer* como um produto da Netflix. Baseado na lógica documental, a série retrata uma estética realista em torno do processo de narrar, o que intensifica a relação afetiva entre o espectador e a produção audiovisual. Com isso, é gerada uma rede de manifestações que se inicia e ganha força no ambiente online, indo além da tela na qual se visualiza a série. Entendendo a Netflix como uma nova tecnologia no contexto da convergência midiática, estudaremos o poder da mídia em seu controle social e em sua construção de emoções, através de um estudo de caso com revisão bibliográfica.

Palavras-chave: Netflix; convergência midiática; múltiplas telas; *Making a murderer*.

1. Introdução

Entrando no contexto da convergência midiática, a Netflix permite maior flexibilidade de acesso e controle sobre o conteúdo de sua plataforma de séries e filmes, além de engajar o telespectador em suas páginas nas redes sociais. Para cada série ou filme, a Netflix cria uma página específica no Facebook, que é alimentada semanalmente pela própria empresa, permitindo o diálogo entre os telespectadores e também com a própria Netflix.

Indignação. Este é o sentimento despertado em grande parte do público da série documental *Making a Murderer*, dirigida por Moira Demos e Laura Ricciardi. Com uma temporada com 10 episódios, a série conta a história verídica de Steven Avery, um norte-americano da pequena cidade de Manitowoc, no estado de Wisconsin, nos EUA, que passou 18 anos preso por um crime que não cometeu. Após esses anos, ele

*Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos durante o XV PoscomPUC-Rio, de 6 a 9 novembro de 2018.

**Mestranda em Comunicação Social na PUC-Rio. Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2013). Com sete anos de atuação na área de Comunicação, Marketing e Conteúdo Editorial, passou por empresas como Rede Globo, Editora PUC-Rio, Instituto de Engenharia e Gestão e Radix Engenharia e Desenvolvimento de Software. Cursos de extensão em Comunicação Institucional (FGV) e Marketing de Conteúdo (Endeavor). E-mail: tatihelich@gmail.com

consegue a liberdade já que um exame de DNA prova sua inocência no estupro e tentativa de homicídio de PennyBeerntsen. Quando Avery está prestes a ganhar uma indenização do Estado por ter sido preso injustamente, ele volta a ser o principal suspeito de outro crime: o assassinato da fotógrafa Teresa Halbach.

A ideia de que um homem inocente pode estar na prisão, novamente injustiçado, gerou indignação e comoção do telespectador, que assumiu o papel de detetive amador na internet para investigar o caso com o objetivo de descobrir a verdade. Abordando a questão do poder da convergência midiática e a participação dos usuários nas múltiplas telas, este artigo – fruto de uma pesquisa inicial de primeiro semestre do programa de pós-graduação em Mestrado - usará como exemplo o caso da série documental *Making a Murderer*, que atingiu cerca de 500 mil telespectadores em um abaixo-assinado enviado à Casa Branca pedindo a liberdade do protagonista, acusado pelo assassinato de uma fotógrafa americana. Desta forma, a metodologia utilizada será um estudo de caso com revisão bibliográfica, em que será investigada de que forma a Netflix repercutiu, em suas páginas nas redes sociais, o assunto central da série e como foi a reação do público, a partir da análise de 400 comentários de internautas. Desde seu lançamento na Netflix, a série se tornou um fenômeno de repercussão e inspirou debates, que foram além das telas, sobre a investigação e o julgamento que são o enredo e os pontos chave da trama.

A repercussão de *Making a Murderer*, tanto midiática, quanto em torno dos fãs, foi destaque no panorama audiovisual internacional e nacional por tratar de um assunto polêmico e verídico. No final de 2015, a primeira temporada rendeu seis indicações ao Prêmio Emmy, incluindo a de melhor documentário e de série de não ficção. A Netflix já anunciou que está filmando a segunda temporada.

2. Netflix: uma nova tecnologia no contexto da convergência midiática

All of man's artefacts – whether language, or laws, or ideas and hypotheses, or tools, or clothing, or computers – are extensions of the physical human body or the mind (MCLUHAN, 1988: 93).

O teórico canadense Marshall McLuhan ao propor a teoria sobre as Leis da Mídia, apresenta a tétrede dos efeitos midiáticos, mostrando como uma nova tecnologia afeta a sociedade. Para ele, artefatos tecnológicos são como extensões do corpo humano, atuando como órgãos que potencializam determinadas funções. Contudo, ao mesmo tempo que as tecnologias funcionam como uma extensão, elas também

amputam certas atividades do ser humano, já que medeiam o indivíduo no ambiente. Assim, uma tecnologia pode promover ou obsolescer outra.

É nesse sentido que podemos estudar a Netflix, uma plataforma de distribuição de séries, filmes, via *streaming*, que proporciona o consumo audiovisual não linear e multiplataforma – fidelizando os telespectadores diante de diversas plataformas digitais (*tablet*, celular, notebook). Presente no Brasil desde 2011 como um serviço de *streaming*, ela faz uma interação entre a mídia tradicional (televisão) e a alternativa (internet), participando assim da convergência midiática, termo de Henry Jenkins (2009) usado para explicar a adesão dos meios de comunicação à internet como suporte para distribuição de seu produto. Dessa forma, é possível trabalhar as mensagens de forma simultânea em diversas mídias e plataformas, utilizando um mesmo canal, como *smartphone*, notebook, *tablet*. O telespectador pode assistir uma série ou filme do Netflix na televisão, no *smartphone*, no notebook ou no *tablet*, e, também, interagir nas páginas das séries nas redes sociais.

Com a Netflix participando deste contexto da convergência midiática, o telespectador ganha flexibilidade de acesso ao conteúdo, pois fica a critério do público escolher qual produção irá assistir e em qual momento, tornando obsoleto o modelo tradicional da televisão com grade pronta de programação. Ao trabalhar também com algoritmos de recomendação, a plataforma fornece uma experiência maior de interação entre usuário e tecnologia.

A conexão permanente e a popularização de dispositivos móveis aproximaram as duas mídias (televisão e internet) numa experiência distinta. Cada vez mais pessoas no mundo inteiro estão vendo televisão com uma segunda tela em mãos e conectadas às redes, o que permite estender a conversa da sala de estar para qualquer outro lugar. Assim, surgem “novos espectadores cujo repertório está sendo formado por uma tela conectada, cujos hiperlinks apontam para um ambiente multitarefas perante o qual redimensionamos nossa atenção e nossas funções espectatoriais” (VIEIRA, 2013: 9).

Retornando ao pensamento de McLuhan, a obsolescência não era o fim, era apenas o início de uma nova tecnologia. Com a convergência midiática, tem-se o poder de controlar a própria programação, e, com isso, um novo hábito tem surgido entre os fãs da Netflix, o chamado *binge-watching*, em que telespectadores assistem em sequência todos os episódios de uma série, gerando como efeito dessa tecnologia uma dispersão das obrigações cotidianas e uma dependência dos produtos disponibilizados pelo serviço de *streaming*. Ao mesmo tempo que “amputa” determinadas funções, como no caso do telespectador abrir mão de certos afazeres para terminar a temporada de uma

série em menor tempo, também é possível dizer que a internet surgiu para lidar com o excesso da mídia anterior, aumentando as possibilidades que não eram suportadas por outras mídias.

É possível entender a Netflix como uma tecnologia que surgiu para lidar com o excesso da mídia anterior, no caso, a televisão, principalmente no momento em que a convergência midiática ganha destaque. Com a Netflix, percebe-se o que Jenkins (2009) chama de “cultura participativa”, pois o usuário pode montar a própria grade de programação (interagindo com a própria mídia), inclusive seguir as sugestões dadas pelo serviço de *streaming* a partir do que analisou como sendo os gostos/preferências do telespectador. Além disso, é possível assistir séries/filmes ao mesmo tempo que interage com outros usuários da tecnologia através das redes sociais. O telespectador não é mais um receptor passivo, agora, ele interage com a mídia apresentada e participa do que Pierre Levy (2003) nomeia como “inteligência coletiva”, pois ao se unir a outros nas redes sociais, pode somar recursos, aumentando a capacidade intelectual e produzindo conteúdos sobre seus pensamentos e sentimentos. Para o autor (LEVY, 2003: 28), a inteligência coletiva é “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. Sendo assim, o saber pertence a todos os indivíduos e pode ser compartilhado através de recursos mecânicos, inclusive, da internet.

Os novos sistemas de comunicação deveriam oferecer aos membros de uma comunidade os meios de coordenar suas interações no mesmo universo virtual de conhecimentos. Não seria tanto o caso de modelar o mundo físico comum, mas de permitir aos membros de coletivos mal-situados interagir em uma paisagem móvel de significações. Acontecimentos, decisões, ações e pessoas estariam situados nos mapas dinâmicos de um contexto comum e transformariam continuamente o universo virtual em que adquirem sentido. Nessa perspectiva, o ciberespaço tornar-se-ia o espaço móvel das interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados. (LEVY, 2003: 29)

Além da página oficial da empresa no Facebook, a Netflix cria e gerencia conteúdos para cada página de um produto específico, como no caso de *Making a Murderer*, em que alimentava semanalmente a página com conteúdos que levantavam a discussão sobre as provas do crime apresentadas na série.

A figura 1, abaixo, mostra uma das publicações feitas pela Netflix na página oficial da série no Facebook, contendo uma das falas do advogado de Steven, em que ele reforça o desaparecimento de uma das provas do crime que poderia inocentar o protagonista. Ao selecionar determinados tipos de mensagens para suas páginas, podemos pensar que a Netflix não é um suporte neutro, pois incide sobre o conteúdo e

está imbuída em um aspecto da sociedade. Na figura 2, é lembrada uma fala do protagonista quando ele é preso novamente. A fala dele incide sobre o sentimento do desejo de liberdade. A figura 3 mostra a notícia de uma etapa do julgamento do sobrinho do protagonista, que segundo a série, foi induzido a revelar o assassinato da fotógrafa junto com o tio. As figuras foram selecionadas também pela quantidade de comentários e curtidas que receberam, variando de 1 mil (figura 1) a 9 mil curtidas (figura 3) e de 400 (figura 2) a 1600 (figura 3) comentários.

Figura 1 – Publicação feita pela Netflix sobre provas do caso:



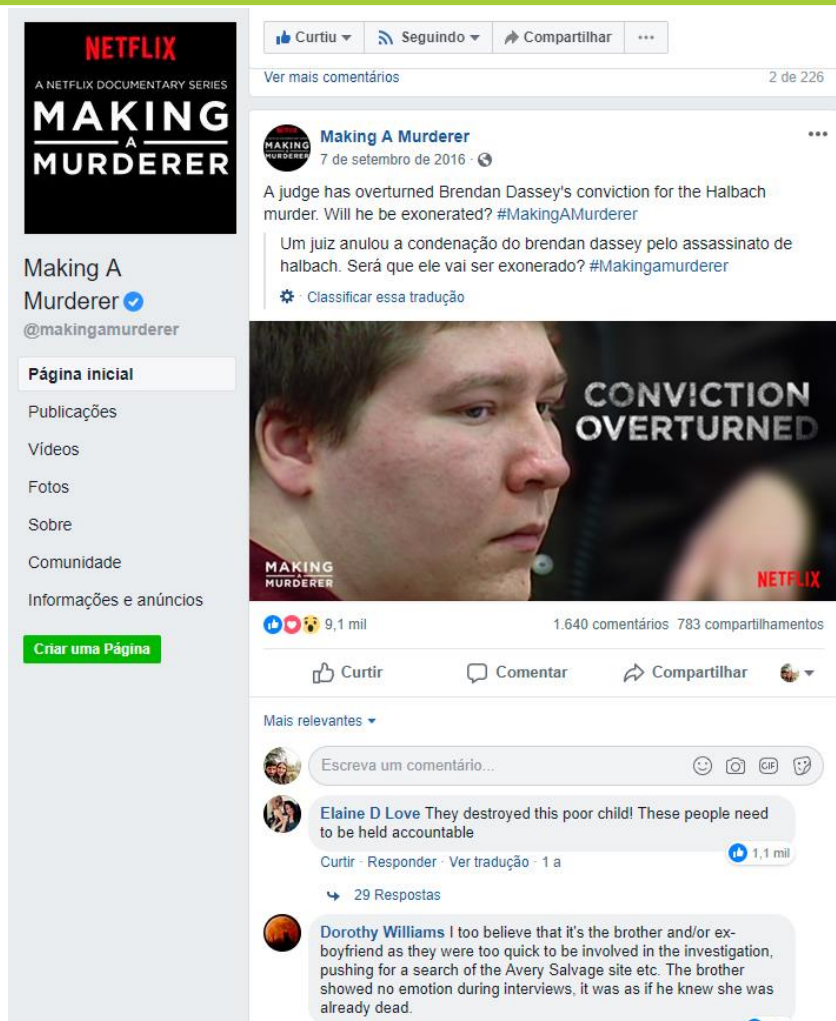
Fonte: Making A Murderer, página oficial da série no Facebook. Acessado em 20/06/2018

Figura 2 – Publicação da Netflix com frase do protagonista sobre a vontade de liberdade:



Fonte: Making A Murderer, página oficial da série no Facebook.
Acessado em 20/06/2018

Figura 3 – Publicação da Netflix com informações sobre o caso:



Fonte: Making A Murderer, página oficial da série no Facebook.
Acessado em 20/06/2018

3. Mídia e seu controle social

Ao utilizar do estilo documentário, prevalecendo a versão da família Avery sobre a história, as diretoras, Moira Demos e Laura Ricciardi, aproximam o telespectador do protagonista. Acompanhando com imagens verídicas os dramas da família, a série documental reacende no público o sentimento de revolta e, principalmente, de indignação, ao mostrar a impotência do cidadão diante do poder do sistema judiciário, mesmo sem saber se o protagonista é de fato culpado ou inocente. É neste contexto que o cineasta Shawn Rech decidiu produzir *Convicting a Murderer*, que vai dar continuidade ao apresentado em *Making a Murderer*, mas contando "um outro lado da história". O cineasta diz ter acesso exclusivo ao promotor e ao investigador do caso. "Quando *Making a Murderer* foi produzida, muito do lado judiciário da história não pôde, ou não quis participar da série, o que resultou em uma análise unilateral do

caso", formalizou Rech em declaração. "Esta série documental vai examinar o caso e as alegações de má-conduta policial de uma perspectiva ampla"¹.

A partir do momento que há “seleções, cortes, descartes, inversões, relações e desconexões” (GASTALDO e BRITTOS, 2006: 120) há a colocação de um ponto de vista da história sobre os demais, não sendo mais uma exposição neutra dos fatos narrados. A técnica midiática se difunde entre os telespectadores e passa “a integrar a sociabilidade”, afirmando lógicas que passam a ser naturalizadas e até introjetadas pela subjetividade. É neste contexto que se evidencia o enquadramento jornalístico, utilizado pela mídia. Para Erving Goffman, a mídia ao escolher determinadas palavras, ideias e expressões, teria o poder de moldar certos acontecimentos, podendo destacar alguns aspectos e ocultar outros, pois recorta um ângulo do fato e torna-o mais notado perante os demais acontecimentos. Goffman ao tratar o comportamento do homem em sua situação social, isto é, a forma pela qual o indivíduo se apresenta aos outros e como molda-se a partir da expectativa do outro, utiliza o termo “quadro”, referindo-se aos princípios de uma organização social que determinam os acontecimentos sociais.

Parto do pressuposto de que as definições de uma situação são construídas de acordo com princípios de organização que determinam os acontecimentos - pelo menos os acontecimentos sociais - e o nosso envolvimento subjetivo neles; quadro é a palavra que uso para me referir àqueles dentre estes acontecimentos básicos que sou capaz de identificar. (GOFFMAN, 1986: 10-11)

Mesmo sem ter certeza da culpa ou inocência do protagonista de *Making a Murderer*, o público se solidariza com a história narrada no documentário, abraçando a ideia de um mocinho refém das injustiças do sistema judiciário.

A construção da própria mídia é que cria a cada dia símbolos passageiros e heróis momentâneos, desta forma garantindo sua própria sobrevivência, como fornecedora de dados ao imaginário, e sustenta o meio econômico-cultural em que se insere, já que tais criaturas movimentam-se a serviço da reprodução dessa totalidade. (BRITTOS e GASTALDO, 2006: 121)

Douglas Kellner chama de leituras “dominantes” aquelas em que o público adota as intenções ideológicas da cultura dominante e de leituras “contestadoras” aquelas que valorizam a resistência a essa leitura de dominação. Quanto mais as fronteiras entre ficção e realidade se estreitam, mais naturalizada é a disseminação pelas mídias de práticas, hábitos, modos de vida e visões de mundo, permitindo que “suas imagens e celebridades substitu[am] a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação” (KELLNER, 2001: 27). O acadêmico fala sobre a cultura da mídia como “lugar onde se travam batalhas pelo

controle da sociedade” (1998: 218). Já Stuart Hall (2003) identifica três posições para a interpretação da mensagem midiática: a dominante ou preferencial, quando o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências de sua construção; a negociada, quando o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores; a de oposição, quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem, mas a interpreta segundo uma outra alternativa. Dessa forma, para Hall, mesmo existindo as mensagens hegemônicas que objetivam que o sujeito leia o conteúdo de uma certa maneira, há também outras leituras que podem ser feitas pelo indivíduo. Contudo, “uma leitura preferencial nunca é completamente bem-sucedida: é apenas exercício do poder na tentativa de hegemônizar a leitura da audiência” (HALL, 2003: 366).

Nesse sentido, Lucien Sfez defende que o espetáculo exibido e que supõe uma distância entre o espectador e a cena, o inclui na própria cena.

Contudo, sabemos bem que só a eletrônica e dispositivos complexos nos ligam ao emissor longínquo. Mas a distância geográfica e os intermediários tecnológicos, longe de dar uma sensação de artificialidade, proporcionam a impressão de uma espontaneidade natural (SFEZ, 2000: 72 e 73).

É assim que surge também o sujeito digital atomizado, sozinho, que participa de forma isolada em ações políticas nas redes sociais, crescendo cada vez mais a mobilização online para encontro *offline*, como exemplo das páginas de eventos criados para manifestações políticas. Evidenciando o poder da convergência midiática, a série despertou diversos movimentos nas redes sociais até um abaixo-assinado com mais de 500 mil assinaturas enviado ao presidente da época, Barack Obama, o que despertou um protagonismo ao transformar o papel passivo do público em ativo, participando não só da narrativa do documentário como se posicionando a favor ou contra o personagem principal. Percebe-se uma ação do telespectador que vai além da tela de visualização da série, como também gera uma mobilização para as páginas de redes sociais, sites especializados, blogs, e se materializa em um abaixo-assinado com cerca de 500 mil assinaturas.

A emergência das comunidades virtuais – gerais ou especializadas, comerciais ou militantes, ocasionais ou duráveis – constitui um dos maiores acontecimentos sociológicos dos cinco últimos anos. Essas comunidades virtuais podem duplicar comunidades já existentes, tais como empresas, cidades ou associações, mas podem também se constituir de maneira original no ciberespaço, a partir de uma vontade de comunicação em torno de “pontos comuns”, quaisquer que sejam, entre internautas. (Lévy, 2003: 372)

Nos casos a favor de Steven Avery, o espectador pode vir a ser agente transformador, caso consiga convencer a justiça da inocência do protagonista. Nos exemplos a seguir, é possível perceber como o telespectador se expressa nas redes sociais, neste caso, analisando a página oficial de *Making a Murderer* no Facebook², nota-se a presença de cidadãos-detetives que compartilham suas suspeitas sobre o caso (transcrição e tradução minha):

Jamie Johnson: Acho que o ex-namorado de Teresa e seu irmão deveriam ter sido mais investigados. Quanto a Kratz, acho que o homem é puramente mau. A partir do momento em que comecei a assistir a série, soube que havia algo de muito duvidoso naquele homem.

BrennenPogge: Os policiais nunca questionaram "o companheiro de quarto". Eles nunca têm outros suspeitos, além de Steve Avery. Isso é absolutamente absurdo.

Kevin Meadows: Especialmente com Ryan nos ajudando e adivinhando a senha de Tereza, para que pudessem imprimir os registros do celular dela, ficou fácil desconfiar dele. Ele até fez questão de não incluir algumas chamadas que não eram "importantes" para a investigação. Além disso, ele sabia exatamente onde a caixa com o celular estava localizada e quais caixas de roupa eram apenas roupas. Sem mencionar que ele se mudou para "vigiar" o lugar que ela estava.

No Facebook, há três páginas criadas para discutir o caso da série documental *Making a Murderer*, uma delas é oficial da Netflix e conta com 465 mil usuários. Já no Twitter, a página oficial da série conta com 138 milhões de seguidores e 1.042 curtidas; mas há pelo menos mais três páginas criadas por usuários, cada uma para falar de um aspecto do caso. Esses números revelam como a internet sobressai como um tribunal de experiências e de manifestações emocionais, em que conhecimentos científicos, psicologia popular e estereótipos culturais são acionados para embasar o julgamento das expressões e das condutas alheias.

No caso da série-documental, a repercussão do público ao demonstrar indignação e insatisfação com a injustiça, que pode ocorrer no sistema judiciário, fez com que jornais de fora do condado acompanhassem o caso (conforme as figuras 4, 5 e 6).

Figura 4 – Notícia do jornal americano The Guardian fala sobre o caso:



Man at centre of Netflix's Making a Murderer case fails to get new trial

Judge says Steven Avery, whose conviction for death of Teresa Halbach was focus of documentary series, failed to establish grounds to warrant new trial



Fonte: “Man at Centre of Netflix's Making a Murderer Case Fails to Get New Trial”, The Guardian. Acessado em 20/06/2018.

Figura 5 – Notícia publicada no site de notícias brasileiro Diário de Pernambuco:

TV

Justiça mandar soltar personagem de Making A Murderer, da Netflix, após dez anos

Produção do canal sobre Steven Avery e Brendan Dassey, acusados pelo assassinato de uma fotógrafa, foi comentada até pela Casa Branca

Por: Viver/Diário - Diário de Pernambuco

Fonte: “Justiça mandar soltar personagem de Making a Murderer, da Netflix, após dez anos”, Diário de Pernambuco. Acessado em 20/06/2018.

Figura 6 – Site do jornal brasileiro Folha de São Paulo também noticia o andamento do caso mostrado na série americana:

mundo

Juiz manda soltar Brendan Dassey, retratado na série 'Making a Murderer'

DAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS

Fonte: “Juiz manda soltar Brendan Dassey, retratado na série 'Making a Murderer'”, Folha de São Paulo. Acessado em 20/06/2018.

4. Mídia como construtora de sentimentos

Ao contar com o poder da convergência midiática, a Netflix consegue a mobilização popular tanto na plataforma de séries/filmes como também em suas redes sociais. Em *Making a Murderer*, ao utilizar do encadeamento da narrativa jornalística da série, com os enquadramentos estéticos dados pela direção, somado com as publicações na página oficial da série no Facebook, evidencia-se em diferentes plataformas uma única questão: a injustiça que pode ocorrer no sistema judiciário. Essa questão, levantada pela Netflix em suas diferentes plataformas e mídias, mexeu com os sentimentos do telespectador, que compartilhou suas reações e impressões do caso na página oficial da série no Facebook (transcrição e tradução minha):

Jade Shea'Rin: Me espanta como as autoridades naquela cidade têm permissão para incriminar tio e sobrinho. É tão óbvio nas entrevistas de Brandon que ele está sendo coagido. Por que ele foi interrogado sem a presença do advogado? Aquele advogado que ele tinha é um completo idiota!

Sherry Rose: Este documentário é um soco no estômago. Não posso acreditar que tais coisas aconteçam nos EUA! Eu não consegui dormir por duas noites seguidas. Estou indignado!

Joy Murray: Não acredito no que estou vendo! Existe alguma coisa que possamos fazer para que ele possa ser solto? Eu gostaria de poder fazer alguma coisa. Esse homem merece justiça.³

Ao analisar os comentários dos telespectadores na página oficial de *Making a Murderer*, como os colocados acima, é possível notar que indignação e vontade de fazer justiça são predominantes entre os internautas (foram analisados cerca de 400 comentários em posts na página oficial da série e praticamente todos seguiam o modelo dos exemplos acima), que exibem esses sentimentos mesmo sem ter provas sobre a culpa ou inocência do protagonista.

O antropólogo Jesús Martín-Barbero defende que os meios de comunicação têm nas mediações a desmobilização e a mobilização de grupos sociais. Ele entende que a hegemonia é um processo que se constrói a partir das mediações culturais (linguagem tecnológica – rádio, tv, cinema – capaz de fazer a reconciliação de classes e reabsorção de diferenças sociais).

É neste contexto que aparece a representação das emoções sancionada por instituições (escola, família, mídia) em movimentos de aproximação e afastamento social, em que determinados indivíduos, experiências e ambientes são tidos como amáveis, temíveis ou, como no caso da família Avery em relação à comunidade em que vive, como repulsivos, desprezados, já que se isolavam dos vizinhos, dedicando esforços apenas à administração de um ferro velho situado junto a residência da família.

Na série, dá-se a entender que esses sentimentos já enraizados nos conterrâneos de Manitowoc ajudaram na incriminação de Steven, principalmente por parte da polícia local - que mostrou a comodidade em acusar rapidamente o suposto culpado em detrimento de investigar outros possíveis assassinos, além da chance de vingança - já que os jovens da família Avery constantemente estavam envolvidos em pequenos delitos. No texto “A Cidade: sugestões para investigação do comportamento humano no meio urbano”, Robert Park define vizinhança como sendo:

proximidade e contato entre vizinhos [que] são as bases para a mais simples e elementar forma de associação com que lidamos na organização da vida cotidiana. Interesses e associações locais desenvolvem sentimento local e, sob um sistema que faz da residência a base da participação no Governo, a vizinhança passa a ser a base do controle político. (PARK, 1973: 31)

É assim que Park também defende que os sentimentos estão relacionados aos preconceitos e estes podem se relacionar com qualquer coisa, inclusive com os tabus, e assim tendem a manter “distâncias sociais e a organização social existente”. As primeiras cenas do primeiro episódio mostram a chegada do protagonista a sua casa e o encontro com a família após 18 anos preso. A emoção dos pais já idosos e a esperança da mãe em não desistir do filho e sua persistência em inocentá-lo, além do depoimento emocionado do pai lembrando da tristeza de ver o filho preso tendo certeza de sua inocência já que estava com ele no momento do crime, são cenas que aproximam o telespectador do lado sensível da família, que por tanto tempo foi motivo de desprezo na sociedade.

Podemos acalantar um sentimento por uma pessoa, um lugar ou um objeto qualquer. Pode ser um sentimento de aversão ou um sentimento de posse. Mas possuir ou estar possuído de um sentimento por ou em relação a qualquer coisa significa que somos incapazes de agir com relação a esse algo de uma maneira completamente racional. Significa que o objeto de nosso sentimento corresponde de algum modo especial a alguma disposição herdada ou adquirida. Tal disposição é a afeição da mãe por seu filho, que é instintiva. Ou mesmo o sentimento que ela pode ter para com o berço da criança vazio, que é adquirido. (PARK, 1973: 40)

Ainda no primeiro episódio, Steven declara: “Quando saí da prisão, minha raiva passou. Ficou lá”. Ao mesmo tempo, o protagonista também deixa claro que não conseguirá perdoar aqueles que o colocaram na prisão, evidenciando o pensamento de Park sobre os sentimentos carregarem uma história, que pode estar na experiência do indivíduo. Podemos entender a expressão dos sentimentos como uma linguagem, em que o indivíduo comunica aos outros aquilo que sente em um código comum, nesse movimento comunicando também a si mesmo suas emoções (MAUSS, 1979: 147-153).

5. Conclusão

Aprendemos o que apreciar e o que evitar. Aprendemos quando rir e quando aplaudir. Um sistema de poder e privilégio, portanto, condiciona nossos prazeres de tal modo que procuramos certos prazeres sancionados socialmente e evitamos outros. Algumas pessoas aprendem a rir de piadas racistas e outras aprendem a sentir prazer com o uso brutal da violência. (KELLNER, 1998: 59)

Assim como na citação de Kellner (1998), o público aprende “o que apreciar e o que evitar”, pois, enquanto o protagonista de *Making a Murderer* era desprezado pela comunidade do condado que vivia, após a repercussão da série, ele ganhou milhares de fãs e manifestantes que apoiam sua liberdade. Neste artigo, buscou-se entender a convergência midiática como um fluxo de conteúdos que acontece através de múltiplas telas, ferramentas midiáticas, nas quais produtores e consumidores interagem e criam conexões, onde o público é protagonista ao criar sua própria experiência de entretenimento e manifesta sentimentos e opiniões. Entretanto, foi visto também como o poder das mídias em suas múltiplas telas/plataformas e formatos pode influenciar o telespectador que antes era passivo a se tornar ativo. Entendendo que nenhuma mídia é neutra, o público tende a ser conduzido a partir de uma forma de enxergar os fatos, sendo necessária uma “leitura contestadora”. O uso de imagens de arquivos bem como imagens reais da vida e julgamentos de Steven Avery legitimam o discurso de *Making a Murderer* e avisam o espectador que a história apresentada é verídica.

As plataformas para redes sociais e os sites de compartilhamento de vídeos permitem que os participantes se considerem autorizados a arbitrar a legitimidade da reação emocional de outrem, disciplinando condutas dentro e fora do ciberespaço. No caso da série-documental, a repercussão do público demonstrando sua indignação com a injustiça, que pode ocorrer no sistema judiciário, têm provocado entre os internautas debates e reflexões, gerando o que Pierre Levy (2003) chama de “inteligência coletiva”. Para ele, uma sociedade “poderia experimentar modos de organização e de regulação coletivos” (LEVY, 2003: 60), em que todos falam, sem se sobreporem uns aos outros, e tentam chegar a um acordo. Quem sabe, esses movimentos gerados nas redes sociais em busca da veracidade do caso apresentado na série documental não ajudam no esclarecimento, comprovação dos fatos e até na conclusão: afinal, seria Steven culpado ou inocente?

A forma narrativa da serialização compõe uma estrutura favorável para a motivação emocional do telespectador, que produz uma catarse com as problemáticas levantadas. O documentário é baseado em uma história real, porém, os diretores têm o

livre arbítrio de partilhar sua versão dos fatos na forma serializada, como no caso de *Making a Murderer*, em que parece ter privilegiado mostrar a versão da família do protagonista, acompanhando o sofrimento da parte afetada na tentativa de provar a inocência de Steven.

Referências

BARBERO, Jesús M. Aventuras de um cartógrafo mestiço. In: ____ *Ofício de Cartógrafo*. São Paulo: Loyola, 2002.

BRITTOS, Valério; GASTALDO, Édison. Mídia, poder e controle social. In: *Revista Alceu*, v.7, n. 13, 2006, p. 121-133.

ESQUINAZI, J. P. *As séries televisivas*. Tradução Pedro Elói Duarte. Editora Texto & grafia, 2011.

FREIRE FILHO, J. A comunicação passional dos fãs: expressões de amor e de ódio nas redes sociais. In: BARBOSA, M.; MORAIS, O. (Eds.). *Comunicação em tempo de redes sociais: afetos, emoções, subjetividades*. São Paulo: Intercom, 2013.

_____. O circuito comunicacional das emoções: a Internet como arquivo e tribunal da cólera cotidiana. In: *Encontro Anual da ANPOCS*, 38, 2014. Caxambu: Anais... Caxambu: Anpocs, 2014.

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

HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Tradução de Adelaide La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Editora Aleph, 2ª ed., 2009.

JOST, F. *Do que as séries americanas são sintomas?* Traduzido por Elisabeth B. Duarte e Vanessa Curvello. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

KELLNER, Douglas. Os Estudos Culturais britânicos e o seu legado. In: ____ *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc, 2001, p. 47-63.

LÉVY, Pierre. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, D. (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p.367 – 384.

_____. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 2003, 4.ed.

MAUSS, Marcel. A expressão obrigatória dos sentimentos. In: OLIVEIRA, Roberto Cardoso (org.). *Mauss. Antropologia*. São Paulo: Ática, 1979, p. 147-53.

McLUHAN, M. & McLUHAN, E. Laws of Media. In: ____ *Laws of Media: The new science*. Toronto: University of Toronto Press, 1988, p. 93-128.

PARK, Robert. A Cidade: sugestões para investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, O. *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973, p. 26-67.

SFEZ, Lucien. O nascimento do tautismo. In: ____ *Crítica da Comunicação*. Rio de Janeiro: Ed. Loyola, 2000, p. 69-104.

VIEIRA, Marcel. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galaxia*. São Paulo: n. 27, jun. 2014, p. 241-252. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>.

¹ A entrevista com o cineasta e a notícia sobre uma nova série, pode ser conferida nos sites: <https://www.espinof.com/documentales/netflix-encarga-convicting-a-murderer-continuacion-que-explorara-el-otro-punto-de-vista-de-making-a-murderer>. Acesso em 08/08/2018; [ehttps://www.cosmopolitan.com/entertainment/a18671033/making-a-murderer-follow-up-docuseries/](https://www.cosmopolitan.com/entertainment/a18671033/making-a-murderer-follow-up-docuseries/). Acesso em 08/08/2018.

² Os comentários podem ser vistos na página Making a Murderer no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/makingamurderer/> Último acesso em jun./2018.

³ Essas postagens podem ser lidas em inglês no link <https://www.facebook.com/makingamurderer/>. Acessado em: abr./2018.

Profissão de protagonista x Profissão de vilão: Uma análise sobre representações em telenovelas da TV Globo*

Valmir Moratelli**

Resumo

Este trabalho propõe uma reflexão sobre as mudanças de representação dos personagens principais da telenovela brasileira ao longo de vinte anos, período compreendido entre 1998 e 2017. Identificando possíveis interlocuções midiáticas, têm-se como ponto central as representações da(o) protagonista e da(o) vilã(o) em produções ficcionais audiovisuais da TV Globo, emissora hegemônica em alcance e audiência no país ao longo de mais de cinco décadas. Com esta análise minuciosa acerca da construção de símbolos de poder e status sociais no meio ficcional, pretende-se contribuir para os estudos culturais, visando um olhar crítico das representações simbólicas e da resignificação de profissões à luz dos acontecimentos sociais, políticos e históricos.

Palavras-chave: telenovela; representação; séries; audiovisual; ficção.

1. Introdução

É o melodrama a principal característica das nossas primeiras experiências com telenovela, que remetem a modelos cubanos e americanos de produção audiovisual. Isso tem a ver com o êxito da radionovela cubana, cujo dramaturgo Félix B. Caignet, autor de *O Direito de Nascer*, entre outras, se destaca. Além das transmissões radiofônicas, eram produzidos no país, já nos anos 1950, livretos com capítulos da novela vendidos em bancas de jornal. O texto recebeu ainda duas versões para telenovela (na TV Tupi, em 1965 e 1978). As telenovelas às quais assistimos, apesar do requinte de cenários, locações e figurinos, são narradas basicamente por meio de diálogos, sendo, portanto, verbais, “mas com uma vantagem arrebatadora sobre o rádio: na TV, assiste-se a quem se ouve; o som tem forma visual e o dono da voz tem forma física” (SADEK, 2008: 34).

A telenovela brasileira, ao longo de mais de cinco décadas, se sofisticou e se tornou um produto diferenciado em qualidade e características em relação a produções de outros países. É por isso que se faz necessário contextualizar historicamente como as representações sobre a vida pública (JOVCHELOVITCH, 2000) se transformam em

* Trabalho apresentado no **GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos**, durante o XV PoscomPUC-Rio, de 6 a 9 novembro de 2018.

** Mestrando em Comunicação pelo PPG da PUC-RJ. E-mail: vmoratelli@gmail.com

espaço simbólico, visto que o Brasil ainda discute a formulação de modelos para organizar o que se entende como país em sua complexidade sociocultural. E esse debate acaba inevitavelmente passando:

pela discussão do que é nacional (e portanto autêntico para uns, mas atrasado para outros) e o que é estrangeiro (e, portanto, espúrio para uns, mas moderno para outros). Ou seja, o país continua girando em torno da questão da identidade nacional, que é reposta e reatualizada à medida que novos contextos são criados. (OLIVEN, 2001)

O objetivo desse artigo é analisar uma pesquisa exclusiva feita por este autor, como desdobramento da dissertação de mestrado que está sendo finalizada. Foi feito um levantamento de todas as novelas, séries e minisséries da TV Globo, emissora hegemônica em produção e audiência no país, no período de vinte anos (janeiro de 1998 – dezembro de 2017). A partir disso, nos aprofundamos no embate central entre protagonista x vilão e como eles são caracterizados nas tramas, para percebermos como as questões sociais interferem nas escolhas autorais.

Além do conteúdo em constantes alterações, a forma de se assistir a produções audiovisuais também viria a sofrer grande impacto nestas duas décadas. Na onda da expansão dos bens de consumo, os serviços de streaming se popularizaram, a internet se tornou bem de consumo mais abrangente aos brasileiros e os dispositivos móveis já parecem imprescindíveis à vida contemporânea.

É sabido que o romance folhetinesco surge na França, em pleno movimento romântico, estreitamente ligado a uma literatura relacionada ao mercado consumidor. Com a revolução industrial, e consequentemente as profundas mudanças ocorridas na sociedade europeia a partir da segunda metade do século XVIII (CAVALCANTE, 2005), surgia uma sociedade aberta a transformações.

Construía-se um mundo mercantilizado, onde tudo, incluindo as artes, transformavam-se em objeto de compra e venda.

Daí a necessidade que sentiam os escritores da primeira metade do século XIX em retratar essa nova forma de pensar a arte. O desafio colocado para eles era a representação do todo social e seu processo de mudança. Cabia à literatura criar uma nova imagem do mundo social que se adequasse às novas demandas da produção e circulação de mercadoria. O produto da literatura deveria, também, transformar-se em material de consumo, agradável e vendável ao público consumidor dos centros urbanos (2005: 40).

A base estrutural da telenovela, o melodrama surgido na França, também foi a mesma para o cinema e para produções teatrais e musicais. Há um preconceito contra o melodrama, talvez, por ser associado à “canastrice”, ao dramalhão, que, sem dúvida, em

muito caracterizou cenas de novelas, principalmente em sua fase inicial de produções no Brasil, quando ainda eram influenciadas por produções cubanas (CALZA, 1996: 12).

Essa nascente sensibilidade, até se codificar em gênero, como assinala Martín-Barbero (2001), percorre um longo percurso:

As paixões políticas despertadas e as terríveis cenas vividas durante a Revolução [Francesa] exaltaram a imaginação e exacerbaram a sensibilidade de certas massas populares que afinal podem se permitir encenar suas 'emoções'. E para que estas possam desenvolver-se o cenário se encherá de prisões, de conspirações e justiçamentos, de desgraças imensas sofridas por vítimas e traidores que no final pagarão caro suas traições (...). Antes de ser um meio de propaganda, o melodrama será o espelho de uma consciência coletiva (2001: 152).

Tomando como princípio que a telenovela é entendida como um meio que ativa na audiência uma competência cultural em função da construção de um repertório comum, ela passa a um repertório compartilhado de representações identitárias, seja sobre a realidade social ou sobre o próprio indivíduo (LOPES et al. 2002: 23). Ressalta-se que esse repertório entre a produção e a audiência foi construído ao longo de décadas de telenovela no Brasil e, mais precisamente, de atenção diária às telenovelas da TV Globo. Sendo assim, a telenovela se constitui representante da tardia modernidade brasileira. Como aponta Souza (2006), a atual ausência crônica de perspectivas de futuro em países periféricos, como o Brasil, tem a ver com a obsolescência dos antigos projetos políticos que se baseavam em análises tradicionais.

A tendência a se acreditar num "fetichismo da economia", como se o crescimento econômico por si mesmo pudesse resolver problemas como desigualdade excludente e marginalização, o hábito de se estabelecer clivagens regionais entre partes modernas e tradicionais dentro do país ou ainda as cruzadas populistas contra a corrupção se legitimam a partir desse mesmo caldo de ideias e servem como máscara ideológica contra a articulação teórica e política dos conflitos específicos de classe na periferia. (SOUZA, 2006: 24)

2. Profissão de mocinho x Profissão de vilão

Os desafios atuais permeiam a representatividade de grupos antes marginalizados pelas produções no campo de produção simbólica (BOURDIEU, 1996), com maior poder de consumo e voz; ascensão de classes populares após políticas governamentais; outras narrativas que perpassam por estereótipos (GOFFMAN, 1999; HALL, 2016) clássicos que não condizem com a realidade social; a amplitude da disposição de aparato tecnológico em constante transformação. Entendendo a televisão nacional como ferramenta de inovação e experimentação em sua origem, não significa que os temas agora são outros, mas são *também* outros, dentro de novas formas de complexidade social.

A afirmação usual de que as telenovelas são o retrato do país fica evidente quando se percebe a interferência da realidade nas obras de ficção. Os autores e diretores, as partes técnica e artística responsáveis por darem corpo a ideias, se colocam entre o meio ficcional e o real ao transportarem para a ficção releitura de fatos noticiados, incluindo consequências dos mesmos para a sociedade, seus anseios e inquietudes. As novelas são, portanto, espelho de uma época.

A revista americana *Variety*ⁱ assim ponderou, a respeito da supremacia da TV Globo no Brasil e sua abrangência em outros países: “A relevância social de muitas séries da Globo pode, de fato, ser uma das razões do seu sucesso no Brasil e no exterior”. Esta relevância é nitidamente construída, segundo Diretor-Geral da Rede Globo, Carlos Henrique Schroder. Em entrevista à mesma publicação, ele reforça os investimentos ao longo dos anos visando à demanda de mercado:

Esses processos (de evolução de uma rede de televisão de transmissão para criadora e produtora de qualidade de conteúdo em multiplataforma) são originários de nossa conexão e alinhamento com a sociedade e fortalecem cada vez mais nosso desempenho nos mercados brasileiro e internacional. A Globo está em constante movimento. Devemos ser capazes de acompanhar mudanças no mercado, nas empresas e no público, sempre em sintonia com os nossos telespectadores e com o mundo.

Para Schroder, estar “alinhado” com a sociedade fortalece o caráter inovador diante do consumidor final, o telespectador em diferentes plataformas. Uma empresa em constante transformação significa, aqui, empresa que acompanha novas exigências da sociedade. Talvez esteja aí o segredo de uma hegemonia que já dura meio século e não se abala pela atual concorrência na TV aberta.

A reestruturação contemporânea da questão das representações coletivas, detalhadas por Durkheim (1968), para representações sociais aprofundadas por Moscovici (1989), é complementada pela progressão da instalação de uma conexão importante entre as representações sociais enquanto espaço público e da esfera pública enquanto espaço social. Ao compreender os espaços que originam as representações sociais, Moscovici (1984) mostra que estas representações estão radicadas nos lugares em que os sujeitos sociais se encontram, para falar e dar sentido ao cotidiano, como o lugar em que as representações sociais são formadas, como por exemplo reuniões públicas, restaurantes, ruas etc.

Por isso, se faz necessário reforçar o contexto histórico dessas duas últimas décadas e, a partir daí, compreender os espelhos sociais que as produções audiovisuais passaram a refletir. Visto que telenovela é um produto midiático, de forte apelo comercial e que se caracteriza por uma ampla gama de enredos para cobertura de

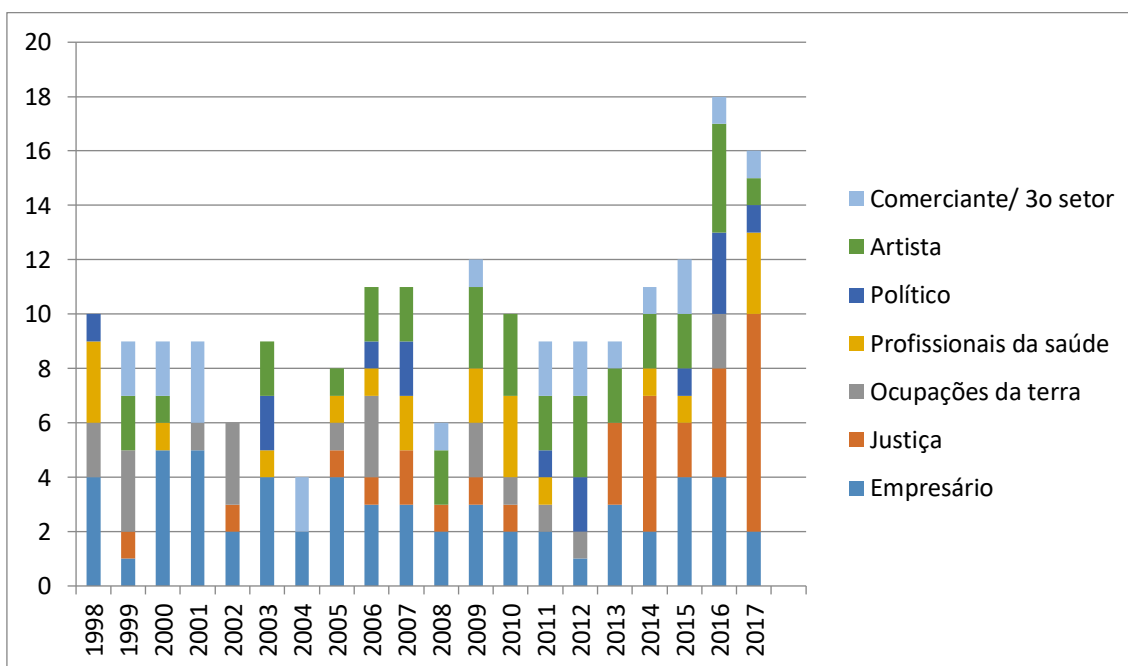
transmissão nacional, é de suma importância adequá-la no arrojio a que se está inserida no momento de exibição. Dessa forma, pode-se entender mais claramente as escolhas que subjagam temas, personagens, inserções sociais e consequentes reações do público.

A começar, tomaremos como base as profissões dos personagens principais das tramas (telenovelas, séries e minisséries), levando em consideração apenas aquelas profissões/atividades remuneradas que:

1. Sejam explícitas desde o começo, já na sinopse de apresentação;
2. Tenham função ao compor a história central da narrativa;
3. Definam o(a) protagonista e o(a) vilã(o).

A pesquisa começa com as produções exibidas em 1998, quase na virada do milênio, para compreender o período de duas décadas completas, alcançando a fase do segundo governo de FHC (1999-2002), passando pelos dois governos Lula (2003-2006 e 2007-2010), o período e meio de Dilma Rousseff (2011-2014 e 2015-2016) e chegando ao término do governo Michel Temer (2016-2018).

Gráfico: Profissões na ficção – de 1998 a 2017



Fonte: Pesquisa do Autor (Ano: 2018)

2.1. Do empresário ao empregado

Ao analisar as produções audiovisuais do primeiro período, a fase da estabilidade econômica e controle da inflação, nota-se que as profissões mais corriqueiras, que circundam o arco dramático principal nas narrativas televisivas, estão a do empresário e a do fazendeiro (ou “profissionais da terra”, incluindo aqui dono da

terra, agroempresário, grileiro, peão, coronel, capataz etc). Aliás, a profissão de empresário é muito utilizada como recurso para composição de personagens ao longo da história da telenovela. Nota-se uma habitual opção por ambientar a trama central em empresas, e partindo para o seu desenrolar (briga por herança, disputa no controle da empresa, ascensão e falência da mesma). É a única profissão que, em todo o período de análise, não deixa de aparecer nas tramas. Como exemplos na transição do milênio: *Era uma vez* (1998), *Labirinto* (1998), *Torre de Babel* (1999), *Suave Veneno* (1999), *O Clone* (2001), entre outras.

A figura do empresário só vai perder relevância de caracterização do protagonista/vilão no final da primeira década dos anos 2000, quando outras profissões ascendem e as histórias se dinamizam, como consequência das transformações sociais em curso no país. O trabalhador rural intercala na dianteira, pontuado nos anos de 1999 e 2002, quando há mais produções voltadas ao cenário do campo e, quase sempre, telenovelas de época, como *Força de um desejo* (1999), *Terra Nostra* (1999), *O cravo e a Rosa* (2000), *Coração de estudante* (2002). O comerciante surge e desaparece entre 1998 e 2002, como em *Meu Bem Querer* (1998), *Porto dos Milagres* (2001), *A Grande Família* (2001). E depois em 2010 em diante, na boa fase econômica do país, ganha relevância mais constante na teledramaturgia nacional, pontuada, entre outros, pela série *Tapas & Beijos* (2015).

A partir de 2008, com a queda da figura do empresário, quando o Brasil vive a fase do pleno emprego com baixas taxas de desocupação, assiste-se a produções que trazem ocupações até então pouco vistas na TV – paleontólogo, ilusionista, arquiteto, técnico em contabilidade, adestrador de cães, maquiadora, cabeleireira, piloto, publicitário etc. Isso traduz o dinamismo ocupacional alcançado em diferentes classes sociais. É curioso perceber o equilíbrio de ocupações entre 2008 e 2009.

De carona neste contexto, se inaugura, neste momento, uma nova fase “marcada pela ascensão da classe C ao núcleo principal das telenovelas, pela concorrência com a TV por assinatura e também pela utilização das novas plataformas para a fidelização dos públicos”. A expressão “nova classe média”, cunhada pelo economista da Fundação Getúlio Vargas (FGV) Marcelo Neri, é questionada sociologicamente, pois o aumento da renda destes brasileiros não necessariamente muda a realidade social. A contradição na existência desta nova classe está no fato de que “estar ou não em determinada classe social dependerá não só do padrão de consumo, mas da interação social propiciada pelo mesmo, e dependerá da participação nos rituais de consumo dos membros desta classe” (CASTILHOS; ROSSI, 2013: 23). Esta interação social depende da aceitação que vai

desde a presença na publicidade até a forma como o negro é retratado nas telenovelas, o que ocorre de forma tímida para o percentual negro da população.

Vimos acompanhando, paulatinamente, a chegada de um viés mais popular aos protagonistas: os caminhoneiros de *Carga Pesada* (2003), a empregada doméstica em *A Diarista* (2004), as donas de um bar em *Sob Nova Direção* (2004)... Mas nada que se compare com o feito da novela *Cheias de Charme* (2012). A produção foi ao ar em meio às transformações voltadas às classes populares, onde se pontua a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 66/2012, conhecida como PEC das Domésticas (que significou uma jornada de trabalho de 8 horas por dia, totalizando 44h semanais para domésticas). *Cheias de Charme* traz três empregadas no centro da trama. O avanço do tema, entretanto, ainda esbarra na figuração estereotipada das representações (DEUSDARÁ, ATEM, 2017) presentes na construção da personagem “empregada doméstica”. Para Goffman (1999), uma representação apresenta, comumente, a concepção idealizada da situação acomodada na literatura sobre mobilidade social e nos símbolos de status. Neste caso, destaca que o indivíduo tem de dar expressões a padrões comportamentais ideais na representação, abandonando ou escondendo ações e fatos incompatíveis. Pode ainda usar de artifícios estereotipados para que seja bem sucedido.

3. O justiceiro também pode ser vilão

O empresário já não é mais o eixo central das narrativas. Somente em 2015 ele tem, mais uma vez, retorno ao eixo central da composição de personagens. Mas é um fato agora isolado. A figura do profissional de saúde (médico, enfermeiro, dentista, terapeuta, psicanalista etc), quase sempre secundária, começa a ganhar contornos na construção de protagonistas, entre telenovelas e séries, como em *Viver a vida* (2009), *S.O.S. Emergência* (2010), *A Cura* (2010), *Afinal, o que Querem as Mulheres* (2010), *Divã* (2011) etc. E divide espaço com o artista (aqui compreendido em diferentes variações: bailarino, pintor, cantor, ator, artista plástico, músico etc) de 2009 em diante.

Dos destaques a personagens que retratam o mundo artístico, citamos *Maysa – Quando Fala o Coração* (2009), *Som & Fúria* (2009), *Cinquentinha* (2009), *Dalva e Herivelton – Uma Canção de Amor* (2010), *Clandestinos – O Sonho Começou* (2010), *Lara com Z* (2011) etc. Há, portanto, uma explosão de produções que trazem metalinguagem da construção artística para a TV. A primeira novela a adotar esta temática foi *Espelho Mágico* (1977), de Lauro César Muniz, que exibia filmagens de outra uma novela, *Coquetel de Amor*, criada especialmente para a trama, dentro dela própria. Era uma novela dentro da novela.

O político (de diferentes esferas do meio público, de vereador a presidente) aparece apenas uma vez em 1998, voltando a surgir em 2006 e 2007, 2012 e 2013. Desde 2015 tem sido uma das principais escolhas dos autores, como podemos notar com *Chapa Quente* (2015), *Velho Chico* (2016), *A Lei do Amor* (2016), *Novo Mundo* (2017), *Os Dias Eram Assim* (2017) etc.

No mesmo período em que se nota o avanço das investigações de corrupção política no país, a partir de 2007, a teledramaturgia nacional abriga uma crescente escolha por personagens da área de segurança, de ordem e Justiça (juiz, advogado, delegado, inspetor etc). Várias obras apontam para discussões que permeiam estes cenários. Em *O Caçador* (2014), por exemplo, André (Cauã Reymond) sai da penitenciária após três anos, para provar sua inocência. Fora da prisão, quem lhe estende a mão é o delegado Lopes (Ailton Graça), que lhe propõe um novo ofício: ser caçador de recompensas. A série de humor *Chapa Quente* também tem policiais como protagonistas. Em *Dupla Identidade* (2014), o protagonista é um serial killer com cargo de Secretário de Segurança. Na série *Justiça* (2016), várias histórias se cruzam entre personagens que “buscam por justiça”. A novela *A Lei do Amor* (2016) tem como pano de fundo o submundo da política em uma fictícia cidade do interior de São Paulo. Em linguagem bem semelhante a séries americanas, *Supermax* (2017) narra a trajetória de 12 participantes de um reality show em uma penitenciária de segurança máxima desativada, na Floresta Amazônica. Cada um deles cometeu um crime grave. Com humor, a série *Filhos da Pátria* (2017) mostra as origens do mau uso da máquina pública no Brasil Império. A utilização do recurso de tribunais em teledramaturgia, caracterizando o momento atual, promove este setor profissional ao topo da tabela. Um ano após o impeachment de Dilma Rousseff e o aprofundamento da Operação Lava Jato, em 2017 se chega ao recorde de oito produções exibidas com este recurso.

É interessante notar o caráter altamente especializado da maioria dessas ficções seriadas. Detetives particulares e policiais, fazendeiros e caubóis, médicos e enfermeiros compõem a esmagadora maioria dos personagens na tela. Todos eles já eram tipos fictícios populares antes da televisão. No entanto, é pouco provável que tenha existido, antes da época das series e dos seriados televisivos, algo como a atual proporção de atenção dramática ao crime e à doença (WILLIAMS, 2016: 71)

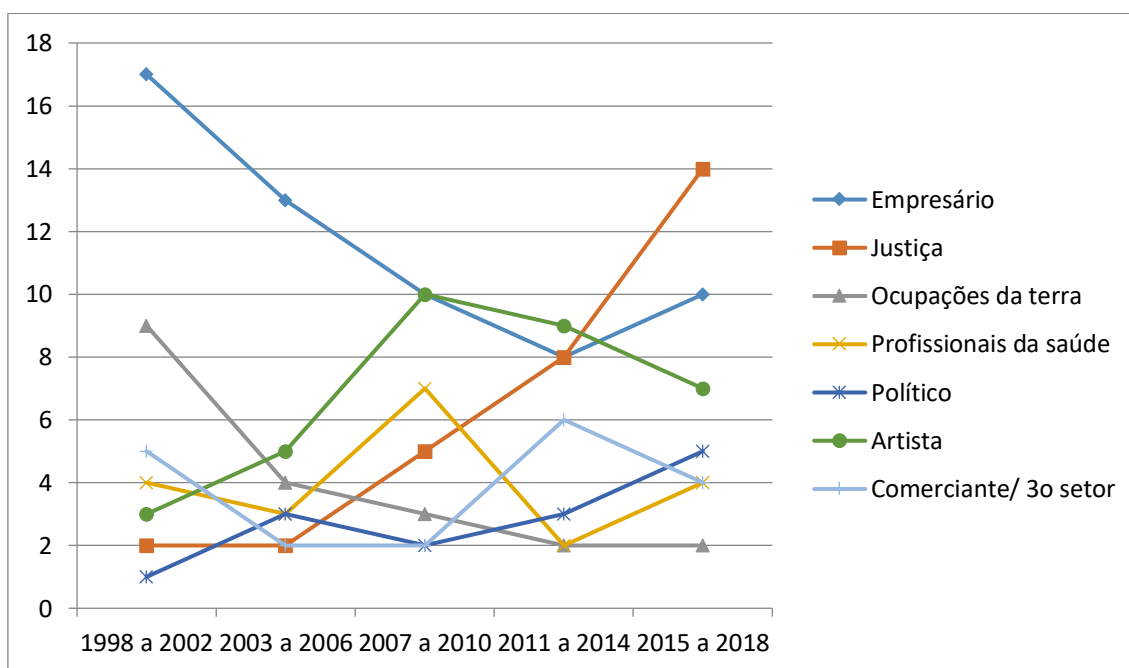
A proposta desta pesquisa, reforça-se, não é estudar os estereótipos das profissões, o que pode ser um importante trabalho para desdobramento futuro, mas analisar suas escolhas dentro de um ampliado contexto temático em constante mudança na TV brasileira. Ainda assim, concluímos que, em uma típica estrutura maniqueísta bem x mal, proprietários de empresas ou terras, empresários e fazendeiros, na maioria

das vezes, são retratados na figura de vilão. O explorado do capital, sendo ele o peão ou o pequeno agricultor, está na posição característica do mocinho. O delegado que tudo resolve, tal como o advogado que se presta a defender o acusado, ganham contornos variados ao longo do período, tendendo a ser antagonista nas produções mais recentes.

Em quase todas as representações em telenovelas, quem faz o papel do médico é o mocinho. Há raras exceções, como em *Viver a Vida* (2009) e *O Outro Lado do Paraíso* (2017), em que se assistiu à presença de médicos vilões, ainda que nestas mesmas produções também haja médicos de caráter idôneo. O estereótipo de político tende a vilanias, como o do artista, em quase todas as ocasiões, veste o protagonista. Por fim, o comerciante pontua produções de comédia, incluindo seriados semanais, tendo aspectos mais cotidianos e retratado como bonachão, inocente e até ingênuo.

Se formos analisar as profissões não mais ano a ano, mas pelo período de governo de cada presidente, as mudanças se mantêm gritantes.

Gráfico: Profissões na ficção segundo os períodos de governo



Fonte: Pesquisa do Autor (Ano: 2018)

O constante movimento ao qual se refere o diretor-Geral da Rede Globo Carlos Henrique Schroder, já citado anteriormente, tem muito a ver com as modificações que o país e a sociedade passam ano a ano. A escolha por uma profissão em detrimento de outra está intrínseco a fatos que se correlacionam ao cotidiano da vida pública.

Entendendo a TV Globo como emissora hegemônica no país, cujo reconhecimento vem alcançando prêmios e público no exterior, esta análise contribui

para futuras discussões acerca do espelho social que as telenovelas e séries promovem na expansão de suas audiências. Reforça-se que suas produções são de caráter mercadológico, atendendo a um público em constante transformação. A escolha dos temas abordados obedece, portanto, a este princípio.

É verdade que alguns temas continuam a ser tratados, novela após novela, mudando apenas o enfoque ou a seriedade de acordo com as tramas e o estilo do autor. A boa aceitação do tema transgêneros em *A Força do Querer* (2017), por exemplo, poderia supor que sua sucessora no horário, *O Outro Lado do Paraíso* (2017), manteria a mesma linha. Com texto repleto de estereótipos, a novela de Walcyr Carrasco deu freio no debate. Os homossexuais são caricatos, a trama sobre racismo é maniqueísta, as personagens femininas obedecem a uma velha lógica machista e há abundância de situações anacrônicas tratadas com seriedade. Como a do geólogo Diego (Arthur Aguiar) que, na noite de núpcias, diz para a mulher Melissa (Gabriela Mustafá) que não terá relações sexuais porque deseja conservá-la “pura” e que sexo é uma coisa “suja” que só se faz com prostitutas.

Ainda assim, a novela conquistou uma ótima audiência (uma média de 38 pontos de Ibope, enquanto que sua antecessora, “A Força do Querer”, ficou em 35,7), que não se via desde *Avenida Brasil* (2012). O crítico de TV Maurício Stycer, da Folha de São Paulo, diz que a reposta mais imediata é que “o público aprecia o conteúdo especialmente rocambolesco, apelativo e grosseiro que é oferecido, em doses cavalares, na novela”ⁱⁱⁱ. Entretanto, há um outro fator que não pode ser ignorado neste biênio 2017-18: a crise econômica. Segundo o Ibope, o número de aparelhos de TV ligados alcançou o seu maior patamar em 2017. Ao mesmo tempo, a TV paga perdeu 938,7 mil assinantes (ou 5% do total) em 2017. “O setor regrediu a números de outubro de 2013 – cerca de 17,85 milhões de assinantes. Ao final de 2016, eram 18,79 milhões”, informa Stycer.

Isso ajuda a explicar os avanços e retrocessos na construção de sentidos de pertencimento (MARTÍN-BARBERO, 1997), que vêm acontecendo na teledramaturgia. A TV paga perdeu assinantes, já acostumados a um outro viés, que migraram de volta à TV aberta, mais ampla e rasa. Estes movimentos são acompanhados de perto por quem cuida da produção. *Sérgio Valente*, diretor de Comunicação da Globo, costuma dar a ideia de uma piscina para explicar os múltiplos desafios de se alcançar diferentes públicos e exigências. Em entrevista a este autor, ele comenta que:

A Globo é uma piscina de muitas profundidades. Ela precisa ser predominantemente um lugar que dá pé para todo mundo, e também precisa ter um lugar mais profundo no

qual convida pessoas a nadar juntas. Quando se tem na programação Tá no Ar, Zorra, Amorteamo (2015), Liberdade, Liberdade, está se convidando a mergulharem mais profundo nos seus sentimentos, no conhecimento da história, nos comportamentos sociais.

4. Considerações finais

A partir da análise aqui proposta, identificando quem são os protagonistas e vilões das produções audiovisuais e ficcionais da TV Globo, chegamos a algumas ponderações instigantes anteriormente citadas. Entre elas, a de que as mudanças sociais e políticas atravessadas pelo país interferem imediatamente na escolha do que se observa nas ficções. A telenovela fala com o povo o que o povo de fato anseia, tendendo assim a uma escolha mercadológica de consumo. Ou seja, um empresário é protagonista de uma história, enquanto também for agente fomentador de impacto social. O empregado passa a este papel apenas quando, já exposto aqui, ascende socialmente e se torna voz ativa e atuante na economia.

Observar a telenovela (e suas variações televisivas) como um produto catalisador de reações contemporâneas nos diz muito sobre o que somos, o que produzimos, o que consumimos e como somos vistos por nós mesmos. Sendo assim, ressalta-se sua função de entretenimento e, sobretudo, de registro histórico fundamental para os estudos culturais. As representações simbólicas estão sempre carregadas de ressignificação oriunda dos agentes de poder, à luz dos acontecimentos sociais, políticos e históricos.

Referências

- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.
- CALZA, Rose. *O que é telenovela*. Editora Brasilense. 1996.
- CASTILHOS, R. B.; ROSSI, C. A. V.; CAVEDON, N. R. “Cultura e consumo de famílias no Brasil e na França”. In: *Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, 29., 2005, Brasília. Anais. Brasília: ANPAD, 2005.
- CAVALCANTE, Maria Imaculada. “Do romance folhetinesco às telenovelas”. *OPSIS - Revista do NIESC*, Vol. 5, 2005.
- DURKHEIM, È. *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: PUF, 1968.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Trad. Maria Célia Santos Raposo. 8.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Org: Arthur Ituassu. Tradução: Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Apicuri, 2016.

JOVCHELOVITCH, Sandra. *Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. Summus Editorial. 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2001.

MOSCOVICI, S. Des représentations collectives aux représentations sociales. In: *Les Représentations Sociales* (D. Jodelet, org.), pp. 62-86, Paris: Presses Universitaires de France. 1989.

MOSCOVICI, S. *Psicologia Social I*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1984.

SADEK, José Roberto. *Telenovela – um olhar do cinema*. Summus Editorial. 2008.

OLIVEN, Ruben George. “Cultura e Modernidade no Brasil”. São Paulo *Perspec.* vol.15 no.2 São Paulo Apr./June 2001.

SOUZA, Jessé (org.). *A invisibilidade da desigualdade brasileira*. Editora UFMG, 2006.

WILLIAMS, R. *Televisão: tecnologia e forma cultural*. Trad. Márcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1a ed. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, PUC-Minas, 2016.

ⁱO depoimento citado à Revista *Variety* foi publicado em 20/2/2018. Disponível em <http://variety.com/2018/film/festivals/berlin-2018-globo-series-showcase-underscores-upscale-revolution-1202706248/> Acesso 21/04/2018.

ⁱⁱComo parte da crítica citada em uma análise, cujo título é “Globo hesita em abraçar as séries”, publicada em 11/03/2018. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostyler/2018/03/globo-hesita-em-abracar-as-series.shtml>.