

# NOVO SOLH ARES

REVISTA DE ESTUDOS SOBRE PRÁTICAS DE RECEPÇÃO A PRODUTOS MIDIÁTICOS



Volume 10 N. 1

Novos Olhares - ISSN 2238-7714

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

Vol. 10, n. 1 (1º semestre de 2021)

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



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

ISSN 2238-7714

Volume 10 – número 1 – 1º semestre de 2021

#### Editor Científico

Eduardo Vicente, Universidade de São Paulo, Brasil

#### Comissão Editorial

Manoel Fernández Sande, Universidade Complutense de Madrid, Espanha

Luiz Signates, Universidade Federal de Goiás, Brasil

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

#### Conselho Científico

Anna Maria Balogh, Universidade Paulista UNIP

Cláudia Lago, Universidade de São Paulo

Cláudio Rodrigues Coração, UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto

Daniel Gambaro, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil

David King Dunaway, University of New Mexico

Eduardo Victorio Morettin, Universidade de São Paulo

Elizabeth Saad Corrêa, Universidade de São Paulo

Fernando Resende, Universidade Federal Fluminense

Gislene Silva, Universidade Federal de Santa Catarina

Juan Ignacio Gallego Perez, Universidad Carlos III de Madrid

Juliana Doretto, Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Laura Loguercio Cânepa, Universidade Anhembi Morumbi

Marcia Perencin Tondato, Escola Superior de Propaganda e Marketing

Mauro Wilton de Sousa, Universidade de São Paulo

Mayra Rodrigues Gomes, Universidade de São Paulo

Nivaldo Ferraz, Universidade Cruzeiro do Sul

Regina Lucia Gomes, Universidade Federal da Bahia

Rosana de Lima Soares, Universidade de São Paulo

Samuel José Holanda de Paiva, Universidade Federal de São Carlos

Sergio Nesteriuk, PPG Design - Universidade Anhembi Morumbi

Suzana Reck Miranda, Universidade Federal de São Carlos

Vander Casaqui, Universidade Metodista de São Paulo

#### Consultores Ad Hoc

Andrea Limberto Leite, Universidade de São Paulo

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

David King Dunaway, University of New Mexico, Estados Unidos

Luiz Signates, Universidade Federal de Goiás

Ivan Paganotti, FIAM-FAAM, Brasil

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

Juliana Doretto, Universidade Católica de Campinas, Brasil

Mariana Duccini, Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Mariane Harumi Murakami, Universidade de São Paulo, Brasil

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

#### Projeto Gráfico

Revista Novos Olhares

#### Produção Editorial: Tikinet

Revisão: Henrique Torres | Tikinet

Diagramação: Nicole de Abreu | Tikinet

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

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

## Apresentação

5

### Do culturalismo conservador à crítica da mídia: questões de comunicação no pensamento de Jessé Souza

*Marcio Serelle*

6

### Desengaveta, porque menos é demais: moralismo e vergonha nas narrativas sobre consumo consciente na TV

*Jéssica Baptista dos Santos Ventura*

*Denise Siqueira*

15

### É preciso nomear Ricardo: jornalismo, história de vida e escrevivência

*Frederico de Mello Brandão Tavares*

*Lucas Porfírio*

27

### Contribuições da teoria da aceleração social do tempo para os estudos em jornalismo

*Caio Teruel*

*Hélder Prior*

42

### A dimensão política do desenho animado: O entretenimento e o comum em Steven Universe

*Claudio Coração*

*Pedro Lavigne*

52

### A “Múmia” e o “Coronel”: Recepção nas redes sociais de Marina Silva e Ciro Gomes

*Glauce Cunha*

*Juliana Doretto*

64

**Os excessos de Elena: O ensaio e o devir mulher na obra  
de Petra Costa**

*Juliana Gusman*

78

**O Mercado de Streaming na Coreia do Sul: Disputas  
Internas e a Invasão Estrangeira**

*Daniela Mazur*

*Melina Meimaridis*

*Daniel Rios*

88

**Alice em São Paulo: Atravessamentos do Corpo na  
Metrópole Contemporânea**

*João Vitor Leal*

102

# Apresentação

A edição atual da *Novos Olhares* segue a tradição da revista de oferecer a seus leitores contribuições relacionadas a diferentes aspectos dos estudos de comunicação. Dentro de uma perspectiva mais teórica, e em diálogo com as ciências sociais, **Márcio Serelle** debate questões comunicacionais presentes na obra de Jessé Souza, que se referem à contribuição da mídia para a propagação e consolidação do que o sociólogo denomina “culturalismo conservador”. Nesse percurso, o autor ressalta a complexidade das interações midiáticas no processo de propagação e consolidação dessa ideia-força. **Helder Prior** e **Caio Teruel**, por sua vez, refletem acerca das contribuições teóricas do sociólogo alemão Hartmut Rosa sobre a aceleração social do tempo para o campo do jornalismo, partindo da hipótese da ocorrência de uma aceleração da produção jornalística, dessincronizada da capacidade receptiva dos leitores e facilitadora da desinformação. O jornalismo também está presente nas preocupações de **Frederico de Mello Brandão** e **Lucas Porfírio**, que discutem a “escrita ética” que o perpassa, bem como sua relação com o tempo presente, a partir da reportagem “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece”, do jornalista Chico Felitti, publicada no site *Buzzfeed*, em outubro de 2017.

O campo das audiovisualidades é o eixo comum à maior parte dos artigos desta edição. **Cláudio Coração** e **Pedro Lavigne** buscam identificar os modos de existência do desenho animado enquanto objeto midiático com potencial de atuação política no cotidiano, a partir de uma análise do desenho *Steven Universe* (EUA, 2013), do *Cartoon Network*. **João Vitor Resende Leal** busca examinar alguns dos princípios que regem a representação da metrópole contemporânea na produção audiovisual brasileira, dedicando-se à série televisiva *Alice* (2008), cuja protagonista tem sua vida afetiva atravessada por suas descobertas da cidade. **Daniela Mazur**, **Melina Meimaridis** e **Daniel Rios** dedicam-se ao cenário do *streaming* de vídeo na Coreia do Sul e à atuação dos conglomerados locais para reter o controle sobre esse mercado, revelando nuances e estratégias de uma indústria de mídia em ascensão na periferia global. E enquanto **Denise da Costa Oliveira Siqueira** e **Jéssica Baptista dos Santos Ventura** procuram refletir sobre a construção das emoções, em especial do sentimento de vergonha, e sobre o discurso moralista nos programas televisivos que abordam a temática do consumo consciente e sustentável, **Juliana Gusman** busca problematizar como o devir feminino é trabalhado no documentário *Elena* (2012), de Petra Costa, que almeja reflexionar sobre as agruras do processo de “vir a ser mulher” lançando mão de diferentes matérias de expressão, articuladas criticamente para tensionar padrões culturais de gênero violentos.

É também com um olhar sobre as questões de gênero que **Juliana Doretto** e **Glauce Cunha** buscam compreender, por meio de um estudo de recepção, como Marina Silva é percebida por sua audiência nas redes sociais, enquanto figura pública e mulher negra de origem pobre, no cenário político brasileiro, dominado por homens brancos.

Desejo a todas e todos uma ótima leitura.

Eduardo Vicente

# Do culturalismo conservador à crítica da mídia: questões de comunicação no pensamento de Jessé Souza<sup>1</sup>

## Márcio Serelle

Professor doutor dos programas de Pós-Graduação em Comunicação Social e em Letras, da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), com pós-doutorado na University of Queensland, Austrália. Pesquisador do CNPq. E-mail: marcio.serelle@gmail.com.

**Resumo:** Este artigo objetiva debater questões comunicacionais presentes na obra de Jessé Souza que se referem à contribuição da mídia para propagação e consolidação do que o sociólogo denomina “culturalismo conservador”. Essa expressão designa criticamente o pensamento social brasileiro que forjou um mito da brasilidade definido a partir de traços como miscigenação, emotividade e confiança interpessoal. A afirmação desse imaginário resultou na escamoteação de conflitos raciais e de classe e na ativação de um contraponto estadunidense idealizado, que afirma nossa inferioridade como povo e nação. Pretende-se, neste artigo, ressaltar a complexidade das interações midiáticas no processo de propagação e consolidação dessa ideia-força. Objetiva-se refletir sobre o papel das instâncias de sociabilidade na produção de sentido e os aspectos assimétricos da mediação. O intuito é articular dois campos disciplinares para proposição de questões que facultem uma crítica social mais integral.

**Palavras-chave:** culturalismo conservador, crítica midiática, Jessé Souza –sociólogo brasileiro.

## Del culturalismo conservador a la crítica de los medios: cuestiones de comunicación en la obra de Jessé Souza

**Resumen:** Este artículo aborda los temas de la comunicación presentes en los estudios de Jessé Souza que se refieren a la contribución de los medios a la propagación y consolidación de lo que el sociólogo llama “culturalismo conservador”. La expresión designa criticamente el pensamiento social brasileño que crea un mito brasileño que se define a partir de rasgos como el mestizaje, la emocionalidad y la confianza interpersonal. Tal imaginario dio como resultado la ocultación de conflictos sociales y la activación de un contrapunto idealizado de los Estados Unidos que afirma nuestra inferioridad como nación. En este artículo se pretende resaltar la complejidad de las interacciones mediáticas en el proceso de propagación y consolidación de esta idea fuerza. Su objetivo es reflexionar sobre el papel de las instancias de sociabilidad en la producción de sentido y los aspectos asimétricos de la mediación. La intención es articular dos campos disciplinares para proponer preguntas que aporten una crítica social más integral.

**Palabras clave:** culturalismo conservador, crítica de los medios, Jessé Souza –sociólogo brasileño.

## From conservative culturalism to media criticism: communication issues in the work of Jessé Souza

**Abstract:** This article discusses communicational issues regarding the role of the media in disseminating and consolidating the “conservative culturalism” present in the work of Jessé Souza. Coined by Souza, the expression critically refers to the Brazilian social thought that forged the myth of Brazilianness, defined by aspects such as miscegenation, emotionality, and interpersonal trust. Such imaginary both concealed social conflicts and set an idealized American counterpoint that affirms our inferiority as nation. In this sense, this article aims to highlight the complexity of media interactions in the process of propagation and consolidation of this *idée-force*, discussing the asymmetric aspects of mediation and the role of sociability instances in producing meaning. With that, the ultimate goal of this work is to articulate two disciplinary fields for proposing questions that will provide a more complete social critique.

<sup>1</sup> Versões deste artigo foram apresentadas no VIII seminário do grupo de pesquisa Mídia e Narrativa, em Belo Horizonte, e no XXXII Congresso Internacional da Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS), em Lima, Peru, em 2019. Este artigo é resultado parcial da pesquisa “Crítica do culturalismo conservador”, financiada pelo CNPq (Universal 425863/2016-6).

Jessé Souza consolidou-se, desde a publicação de *A ralé brasileira*, em 2009, como sociólogo de intervenção pela interpretação que tem feito da realidade brasileira no século XXI, marcada pela passagem da ralé aos “batalhadores brasileiros” (Souza, 2012), pelo refluxo dessa transição e pelo *impeachment* de Dilma Rousseff. O termo *intervenção* enfatiza, aqui, tanto a combatividade das ideias como a disposição para alterar a realidade social. O projeto de Jessé Souza é abrir o pensamento acadêmico ao leitor não iniciado, pois o conhecimento deve ser “arma de combate” (Souza, 2015, p. 13) para o cidadão geral. O que caracteriza sua escrita, portanto, além da dicção empenhada e sem eufemismos, é a dissertação acessível.

Na leitura alternativa e arguta que faz do pensamento social brasileiro, Jessé Souza critica o que denomina culturalismo conservador, chave que explica a nação por meio de um mito de brasilidade fundamentado em aspectos como corporeidade, sensualidade, emotividade, miscigenação, confiança interpessoal e patrimonialismo. A tese, desenvolvida por Souza pelo menos desde *A modernização seletiva* (Souza, 2000), encontra-se, de acordo com o próprio autor, melhor acabada em *A tolice da inteligência brasileira* (Souza, 2015). Nessa revisão, Jessé Souza aponta que essas características, assimiladas como singulares ao brasileiro, resultaram, por um lado, no escamoteamento de conflitos sociais; por outro, na ativação de um contraponto, frequentemente idealizado em um “caráter” estadunidense, que evidencia nossa ocidentalidade incompleta e nossa inferioridade como povo e nação, isto é, nosso *viralatismo*.

A ênfase que o pensamento social deu ao patrimonialismo, por sua vez, segundo Souza, demonizou o Estado, visto como irremediavelmente ineficiente, corrupto e fisiologista, e valorizou o mercado (meritocrático e de razão técnica), sedimentando nosso liberalismo hegemônico e preparando terreno para o avanço neoliberal de hoje. A racionalidade neoliberal, entendida por Dardot e Laval (2016, p. 17) “como a generalização da concorrência como norma de conduta e da empresa como modelo de subjetivação”, está sendo gestada de modo global desde a década de 1930. Podemos inferir que o culturalismo conservador contribuiu localmente com essa racionalidade ao, entre outros aspectos, negar entre nós a possibilidade de que o Estado possa atuar para o bem comum, produzindo e distribuindo riqueza.

O culturalismo conservador é, para Souza (2015, p. 31), uma “ideia-força”, definida como “ideia articulada a interesses poderosos que permite mascará-los e justificá-los”. Essa ideia-força foi concebida ensaisticamente pelo pensamento social brasileiro, legitimada como ciência no meio acadêmico e vulgarizada pela mídia. A crítica de Jessé Souza, devido à própria formação do autor, é mais circunscrita ao campo das ciências sociais e pode ser articulada aos estudos de comunicação para discussão acerca do processo de naturalização midiática e cotidiana do mito da brasilidade. Embora seja evidente que os meios de comunicação e suas narrativas estão implicados na constituição desse imaginário, esse é um processo complexo, pois não é monolítico nem linear. Isso não quer dizer que os significados dominantes veiculados pelas mídias também dominantes não possuem capacidade de penetração. No entanto, é preciso considerar os aspectos da mediação nas relações entre mídias e audiências, ainda que, como pontua Roger Silverstone (2002, p. 762, tradução nossa), o processo seja assimétrico, pois “o poder de trabalhar com ou contra os significados dominantes ou profundamente sedimentados que a mídia fornece está distribuído de forma desigual entre sociedades ou mesmo dentro de uma mesma sociedade”.

Demanda-se, assim, compreender melhor os termos da aderência dos significados dominantes no cotidiano. Ou, ainda, por que, num país como o Brasil, cuja mídia é controlada por poucos grupos de alcance nacional regulados pelo pensamento liberal hegemônico, determinados significados aderem em certas regiões e em outras, são rechaçados.

Este artigo privilegia uma leitura comunicacional do pensamento de Jessé Souza com o intuito de articular competências entre os campos da sociologia e da comunicação para a crítica social mais integral. O texto divide-se em três partes, além desta introdução e das considerações finais. Inicialmente, apresenta-se síntese da tese do culturalismo conservador, em que a vertente predominante da interpretação

do Brasil fixa-nos como sociedade pré-moderna; na segunda parte, levantam-se aspectos da obra de Jessé Souza que permitem compreender o pensamento do autor sobre os processos comunicativos e sobre como as mídias consolidam a ideia-força. Na terceira, abrem-se questões acerca das perspectivas de comunicação destacadas e colocam-se em relevo pontos para o desenvolvimento de uma crítica de mídia que, ciente da autonomia dos sujeitos, considere tanto a disputa hegemônica nos meios, como as instâncias de sociabilidade que envolvem os receptores.

### **Culturalismo conservador**

De acordo com a tese do culturalismo conservador, parte do pensamento social e político brasileiro foi responsável pela criação de um “mito de brasilidade” que nos apresenta como predominantemente festivos, corpóreos e sexualmente aflorados, afetivos e personalistas. “Em resumo, somos o povo da ‘emocionalidade’ e da ‘espontaneidade’ enquanto oposição à racionalidade fria e ao cálculo que caracterizaria supostamente as nações avançadas do centro da modernidade” (Souza, 2018b, p. 35).

Como reconhece Souza, os mitos modernos – ou o que ele chama, a partir de Charles Taylor (2004), de imaginários sociais – são fundamentais para a construção de sentimentos de pertencimento e formação de cidadania. A crítica a eles, no entanto, é necessária para mudá-los e questioná-los quanto às “fantasias compensatórias” que propõem.

No caso do mito de brasilidade, há, segundo Souza, muitos aspectos socialmente danosos, como o encobrimento de conflitos de classe, a assunção de nossa insuficiência ocidental e a afirmação do outro estadunidense, a condenação do Estado e o elogio do mercado, conforme a racionalidade neoliberal. Essa não é uma chave de leitura cultural exclusivamente brasileira, mas, como analisei em outro texto (Serelle, 2018), refere-se ao imaginário de um Sul global, tido como culturalmente inferior em comparação ao Norte global, protestante ascético. Para Souza, essa foi uma forma de conceber um “racismo implícito”, fundamentado em “estoque cultural”, que “passa a substituir o racismo aberto do fenótipo e da cor da pele exercendo, no entanto, a mesma função explicativa de um racismo ontológico” (Souza, 2018b, p. 16).

Jessé Souza rastreia a formação desse mito a partir de Gilberto Freyre e de Sérgio Buarque de Holanda. Em Gilberto Freyre (1990), há o que Souza (2015, p. 30) descreve como a tese do “mestiço *is beautiful*”, que possibilitou interpretar nossa miscigenação como elemento positivo de integração. “Foi Freyre, portanto, quem construiu o ‘vínculo afetivo’ do brasileiro como ideia de Brasil, em alguma medida, pelo menos positiva, com a qual a nação e seus indivíduos podiam se identificar e autolegitimar” (Souza, 2015, p. 30). A miscigenação atuaria, no encontro de raças, como ponto ativador de solidariedade social, em que diferenças eram amainadas ao mesmo tempo em que se valorizavam, em nosso povo, ideias como as de generosidade, hospitalidade e “calor humano”.

O pensamento de Sérgio Buarque de Holanda (1995), por sua vez, é espelho invertido das ideias de Freyre. Em Holanda, os aspectos de cordialidade do brasileiro, com predomínio dos “contatos primários”, conduzidos por laços afetivos e familiares, desembocariam em um desequilíbrio social, com a proliferação das práticas patrimonialistas no Estado. Para Holanda (1995), funcionários formados em ambiente como esse não tinham discernimento acerca das fronteiras entre o público e o privado, o que desencadeia o patrimonialismo, caracterizado pela confusão entre gestão pública e questões particulares.

No Brasil, pode dizer-se, que só excepcionalmente tivemos um sistema administrativo e um corpo de funcionários puramente dedicados a interesses objetivos e fundados nesses interesses. Ao contrário, é possível acompanhar, ao longo de nossa história, o predomínio constante das vontades particulares que encontram seu ambiente próprio em circuitos fechados e poucos acessíveis a uma ordenação impessoal... (Holanda, 1995, p. 146)



A tradição culturalista, com colaborações de outros autores como Raimundo Faoro (1984) e Roberto DaMatta (1981; 1991), atuou na formação de um mito da brasilidade que nos descreve com traços pré-modernos. Somos marcadamente emotivos, herdamos o personalismo da sociedade portuguesa e obedecemos às preferências do sentimento. Nessa sociedade, atua o imaterial, não o material; vale mais o contextual que o contratual, o que inevitavelmente faz prevalecer, de acordo com essa visão, os interesses pessoais, a corrupção e a perversidade. Souza (2015) considera que essa gramática social tornou-se uma segunda natureza, que, por alcançar essa condição, é automaticamente legitimada e se torna inacessível à crítica. Uma das formas de naturalização dessas noções é a reiteração delas na cultura midiática, da telenovela ao jornal diário – o qual, muitas vezes, evoca a inteligência culturalista brasileira na condição de autoridade para afirmar, com bases pretensamente científicas, o que é já senso comum.

### “Exércitos simbólicos”

Para Jessé Souza, no processo de construção de uma ideia-força, o que é produzido no meio acadêmico, articulado a interesses de forças dominantes, naturaliza-se no senso comum. Como dito, a propagação de uma ideia-força depende em grande parte de narrativas midiáticas, como as da telenovela, do cinema, das revistas e dos telejornais, exemplos citados pelo autor.

Como Jessé Souza deixa claro em *A ralé brasileira*, seu pensamento é afinado com o da teoria crítica, expresso em *Dialética do esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer. Para Souza (2018b, p. 57), as relações entre indústria cultural e públicos são marcadas, em todas as dimensões, pelo “consumo acrítico de ilusões pré-fabricadas”.

A indústria cultural, segundo Souza, transformou em *commodity* uma das fontes morais da modernidade: a individualidade sensível (a outra seria o trabalho). A ascensão dos sentimentos (a noção de amor, a vida afetiva, a autenticidade) como aspectos orientadores de conduta e ações dos sujeitos foi uma revolução expressiva das elites artísticas e intelectuais do século XVIII que redefiniu valores da sociedade (Inglis, 2012). Inicialmente, essa fonte é plasmada na literatura romântica para, posteriormente, tornar-se base da indústria cultural. Para Jessé Souza (2018a, p. 53), “o que deveria ser uma aventura da autodescoberta individual acaba por virar mercadoria massificada ...”, e, portanto, é desprovida de elementos emancipatórios.

A imaginação melodramática que estrutura esses produtos é tomada por Jessé Souza como redutora, pois propõe esquemas fixos para o entendimento do mundo. A mídia hegemônica opera por meio de binarismos, o que demoniza alguns indivíduos e heroiza outros, como se viu na cobertura jornalística seletiva da corrupção no Brasil nos anos recentes. Souza (2018c) aponta na mídia hegemônica e em seu caráter melodramático elementos fundantes dessa infantilização e incapacidade de reflexão. “Este é o mundo das novelas, dos romances best-sellers recheados de clichês, dos telejornais da Rede Globo, dos programas de rádio patrocinados por bancos etc.” (Souza, 2018c, p. 59).

Esse binarismo garante, ainda, de modo mais processual, a propagação de aspectos “racistas do culturalismo dominante”, em que se idealiza o estadunidense como “branco”, “protestante” e superior moral e economicamente ao brasileiro vira-lata. E conclui: “A viralatice brasileira sobrevive por conta dessa visão míope e rasteira do mundo, reproduzida por universidades, escolas, TVs e jornais” (Souza, 2018c, p. 47).

Parte da população brasileira está, portanto, submetida a essas mídias dominantes:

Uma imprensa manipuladora e hipócrita, como a brasileira, uma indústria cultural antirreflexiva e concepções de mundos hegemônicas e subservientes ao poder de fato são os atuais exércitos simbólicos que mantêm submissa a sociedade e bloqueiam seu potencial de desenvolvimento humano. (Souza, 2018a, p. 25)

A expressão “exércitos simbólicos” integra um campo semântico utilizado por Jessé Souza que designa as muitas batalhas sociais no Brasil. Frações da classe média são denominadas, pelo autor, de “tropa de choque” das verdadeiras elites

econômicas – o 1% endinheirado do Brasil. A tropa defende essa elite em “tribunais, na sala de aula, nos jornais e em todas as dimensões do cotidiano”. Passou a combater por ela nas ruas, como em junho de 2013, “sequestrando as demandas populares do início das manifestações em nome da eterna corrupção só da política – para defender os interesses da classe de endinheirados que as explora” (Souza, 2015, p. 249).

Dentro da produção midiática, Souza apreende o jornalismo como correia de transmissão, pois “apenas distribui informações e opiniões” (Souza, 2018c, p. 113). As ideias propagadas pela imprensa são produzidas fora dela, por intelectuais que possuem “o prestígio e a formação para tanto” (Souza, 2018c, p. 113). Daí emerge a importância de compreender a formação do pensamento social brasileiro e os interesses subjacentes a ele. A imprensa atua com diferentes prazos: na sedimentação mais lenta das ideias conservadoras, em que se incluem as do liberalismo hegemônico, e no estímulo à ação mais rápida, a partir do modo como medeia os acontecimentos durante as crises. Como Souza (2016) afirma em *Radiografia do golpe*, o jornalismo hegemônico foi decisivo na captura das jornadas de 2013. Aos poucos, as manifestações foram federalizadas na cobertura jornalística para atingir o governo de Dilma Rousseff. Entre 2013 e 2016, a mídia “fulanizou a corrupção”, concentrada no Estado, e tornou o combate a ela um espetáculo, o que propiciou “a manipulação perfeita do público cativo” (Souza, 2016, p. 88)<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> A instrumentalização do noticiário desse período foi analisada discursivamente em trabalhos como o de Mario Viggiano (2019, p. 200), que demonstra como jornais brasileiros ditos de referência, por meio do infotimento e da articulação entre matérias e anúncios publicitários, subverteram o conteúdo informativo com opinião “cada vez mais indisfarçada”. Segundo o autor, houve “estruturação de discursos de cunho ofensivo e pejorativo para desacreditar, enfraquecer e pedir a saída da presidente Dilma do governo” (Viggiano, 2019, p. 201). Viggiano (2019, p. 38) compreende a instrumentalização como a manipulação do noticiário para “priorizar interesses específicos e ... mobilizar a opinião pública em determinada direção”.

Conclui-se que, para Jessé Souza, a mídia é redutora da complexidade do cotidiano e atua a favor das elites financeiras. Ela reverbera e naturaliza aspectos do mito nacional, que é forjado fora dela por parte da inteligência brasileira. A comunicação midiática constitui-se de narrativas jornalísticas e de outros âmbitos, como os da publicidade e do entretenimento. Muitas narrativas do entretenimento são produtos de dupla face, como a telenovela brasileira e sua orientação para o debate mais direto de elementos sociais, ou, ainda, para mencionarmos um exemplo específico, narrativas *à la clef*, como *O mecanismo* (2018), do serviço de *streaming* Netflix, que transformou a Lava Jato em série policial. O jornalismo corporativo, especificamente, é manipulador, no sentido de que maneja informação para compor narrativas que naturalizem o culturalismo conservador. As relações com as audiências são do campo dos efeitos, pois trata-se de indivíduos também manipuláveis.

### A complexidade das mediações

A partir dos estudos de comunicação, notadamente aqueles referentes aos estudos culturais e de mediação, é possível abrir reflexões acerca tanto da unidade da indústria cultural, como da imposição de significados às audiências por meio de textos midiáticos.

<sup>3</sup> As frases de Jessé Souza referentes ao filme *Coringa* foram retiradas desse vídeo.

A crítica política que o próprio Jessé Souza fez do filme estadunidense *Coringa* (2019) em seu canal do YouTube (<https://bit.ly/3grk1Ou>)<sup>3</sup> ajuda-nos a desconstruir o primeiro aspecto acerca do caráter monolítico da mídia dominante, pois demonstra que a indústria do entretenimento é capaz de produzir narrativas com algum nível de provocação. Para Souza, o filme é montado para humanizar o Coringa, indivíduo espoliado, que sofre abusos nas relações sociais em geral. Construiu-se personagem com núcleo familiar, o que facultou a simpatia do espectador e impediu que o medo da personagem se sobrepusesse à reflexão. Para Souza, “a vida do joker é semelhante à metade da vida dos brasileiros que nascem em condições semelhantes”. São vidas produzidas em sociedades desiguais como a brasileira e a estadunidense.

Como Souza conclui, “o doente não é a pessoa, mas [doentes são] as sociedades construídas para destruir as pessoas”. Essas sociedades, como a Gotham City (espelho de Nova Iorque, na virada da década de 1980) de *Coringa*, são marcadas pela ausência de vínculos solidários. Apontando para o início da era Reagan, nos Estados Unidos, *Coringa* é uma narrativa também sobre a ascensão das políticas neoliberais, caracterizadas, novamente de acordo com Dardot e Laval (2016, p. 329), “pela “diminuição das proteções e das solidariedades coletivas ...”.

Essas sociedades são, segundo Jessé Souza, obstáculos ao reconhecimento. Assim, *Coringa* constrói a autoestima e a autoconfiança na violência, em atos em que ele se

vê digno de deferência. A precariedade experimentada por muitos é o que impulsiona a luta coletiva, disparada pela violência do Coringa, ainda que a personagem negue reiteradamente que seu gesto seja político. Jessé Souza faz uma leitura (política, ele enfatiza) do filme fundamentada na teoria de Axel Honneth (2003), já acionada em *A ralé brasileira* para interpretar os dados empíricos que mostram as lesões afetivas sofridas pela classe.

O fato de Jessé Souza estabelecer, na leitura do filme, relações produtoras entre signo e sociedade não faz, contudo, com que seu pensamento mais geral desafie a noção monolítica da indústria cultural, o que pode impedir o avanço na discussão acerca dos produtos midiáticos. Porém, convém pontuar dois aspectos da intervenção de Jessé Souza no YouTube: a produção de um canal nesse meio indica que o sociólogo constata a insuficiência da cultura do livro e daquela dos circuitos acadêmicos mais tradicionais para o debate transformativo da sociedade, pelo menos de forma mais imediata. Essa insuficiência do livro persiste mesmo que o projeto de Jessé Souza na literatura social seja o de interagir com um público mais alargado, objetivo atingido pelo autor, dada a circulação de suas obras. Portanto, as mídias sociais são, hoje, importante lugar de consolidação de ideias-forças, para além das mídias dominantes criticadas por Jessé Souza em sua obra.

Segundo, é preciso ressaltar as questões que uma obra como *Coringa*, produzida no centro da indústria do entretenimento, traz para o debate social. As pessoas que querem discutir aquilo a que assistem e, como demonstrou uma das experiências que contribuíram para os Estudos Culturais, desejam relacionar as narrativas a suas situações de vida (Williams, 2011). Muitos produtos midiáticos são conservadores, mas também mais ambíguos do que determinada teoria crítica admitiria. Essa abordagem só pode ser empreendida, no entanto, se deixarmos de lado a concepção de que a ficção popular é necessariamente forma de controle e ameaça à autonomia dos sujeitos.

Para Jessé Souza, como vimos, os enquadramentos e representações midiáticas “fazem a cabeça” de indivíduos passivos e incautos. O pensamento da comunicação como processo de mão única talvez persista porque a ideia de massa, que faz ponte entre ciências sociais e comunicação, permanece ativa nos dois campos. No final da década de 1950, Raymond Williams (2015) já nos advertia quanto à nocividade do termo “massa” não somente por ele trazer uma forma equivocada e preconceituosa de se referir às classes populares, mas por ter se tornado um pressuposto comunicacional.

Na comunicação, massa tornou-se, no século XX, palavra mais corrente do que *broadcast* para nomear um tipo de transmissão de larga escala que “criou divisões incomensuráveis entre o transmissor e a audiência” (Williams, 2015, p. 17). O termo já era usado no século XIX para substituir turba, que designava pejorativamente “os outros, o desconhecido, os sujos, a multidão que não me inclui” (Williams, 2015, p. 17). Tomado como massa, o público anônimo dos meios de comunicação é descrito como conjunto de indivíduos sem capacidade crítica e de gostos e hábitos vulgares. Essa projeção de público estabeleceu-se como fórmula para a chamada comunicação de massa. Isso é, os produtores adotaram a visão rebaixada das audiências e desenvolveram suas formas de contato a partir dela. Mas, para Williams (2015, p. 20), “as massas não existem de fato, o que existem são modos de ver pessoas como massa”.

Os estudos de teoria literária e de recepção contribuíram para construir uma visão emancipada do leitor, reconhecendo o caráter desiderativo da leitura e que esta pode ser abusiva, pois não há lei que determine o modo como se deve ler (Eco, 1994). Os estudos de mediação acrescentaram uma importante camada à produção de sentido: as instâncias de sociabilidade. Quando Martín-Barbero (1997, p. 281) escreve que devemos deslocar o “espaço de interesse dos meios para o lugar onde é produzido o sentido”, ele se refere às redes do cotidiano que atuam entre o âmbito privado e o universo público da cidade. Podemos, hoje, pensar nesses núcleos ainda de forma tradicional, como as quadras de esporte, a sala de aula, os cineclubes, as associações de bairro e a igreja, mas também a partir das redes sociais – os grupos de WhatsApp, por exemplo – e suas bolhas sem espaço para contra-argumentação ou debate. Os textos midiáticos circulam nesses ambientes,

mais ou menos tradicionais, mais ou menos solidários, que atuam como mediadores. Para usar uma metáfora de Carlo Ginzburg (1998), apropriada por Martín-Barbero, essas instâncias são uma “peneira”, a partir da qual alguns aspectos são colocados em relevo e outros são relevados ou mesmo ocultados na leitura dos sujeitos. Não se pode compreender os usos de um texto sem compreender as instâncias de sociabilidade em que eles são mediados, nem sempre de forma coerente.

A pesquisa que investigou, em 2016, a concordância da população carioca com o bordão “bandido bom é bandido morto” levanta dados para pensarmos a mediação (Lemgruber et al., 2017). Nesse estudo, os autores discutem o peso da mídia na disseminação da “ideologia do justicamento” e na perpetuação do paradigma autoritário no país. Ressaltam que não apenas os programas televisivos explicitamente policiais estão envolvidos no processo, mas também aqueles de entretenimento geral e o noticiário cotidiano. Na última década, as mídias sociais integraram essa circulação midiática, pois também propagam imagens violentas e estereótipos. A mídia dominante, segundo os autores, contribui para a cultura da vingança por meio de diversos artifícios, como o de demonizar bandidos (ou sujeitos assim identificados) e o de fazer uso da linguagem do afeto (que privilegia o medo, a raiva, a repulsa e o ódio) e da narrativa instantânea (de apreensão fácil e simplificadora do debate de segurança pública).

A pesquisa enfatiza, contudo, o fato de evangélicos praticantes “serem os mais avessos à aceitação da morte como solução para os problemas de segurança” (Lemgruber et al., 2017, p. 65). Logo, ainda que estejam em contato com as narrativas midiáticas, esses indivíduos são os que mais repudiam a frase “bandido bom é bandido morto”. Em suas conclusões, o relatório retoma esse dado e o aponta como significativo para se pensar caminhos para o “contraponto à cultura da execução”. Segundo eles, a prática religiosa, como instância de sociabilidade, pode funcionar como “freio à barbárie”. Ainda que essas relações sejam instáveis e nem sempre facilmente compreensíveis, observa-se, no relatório, a importância da mediação na propagação ou do repúdio ao imaginário “monopolizado” pela mídia, para usarmos expressão dos autores.

Silverstone (2002) aponta que indivíduos podem acatar os significados dominantes não porque são manipulados midiaticamente, mas porque lhes convém. Segundo ele, a vida diária é dura para a maioria das pessoas e, nela, ambiguidades são vistas como ameaças, não como complexidades produtoras. “O paradoxo, assim como a história, é um luxo das elites” (Silverstone, 2002, p. 763). As mídias oferecem, por meio de seus esquemas simplificadores, orientações para a vida cotidiana que podem proporcionar “um certo grau de conforto” (Silverstone, 2002, p. 764). Chegamos, assim, a relações entre indivíduos e textos midiáticos que são baseadas em cumplicidade (quando as pessoas se eximem de criticar as mediações e as aceitam numa lógica de jogo) e conluio (quando as pessoas tiram proveito dessas mediações). A ideia de manipulação não é suficiente para compreender determinados laços de convivência entre mídia e sociedade<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Ver também entrevista de Sílvia Viana (<https://bit.ly/3iMyDtw>), que considera a possibilidade de a própria racionalidade neoliberal ser uma forma de mediação mais ampla, que fez com que determinados grupos acatassem, de modo conivente e pouco questionador, a cobertura da imprensa nos anos que antecederam o *impeachment* de Dilma Rousseff. Nessa entrevista, Viana critica a ideia de manipulação e refere-se à percepção geral de que a condição de manipulado é sempre imputada ao outro, nunca ao próprio sujeito que acusa.

### Considerações finais

Neste artigo, buscou-se, a partir dos estudos de comunicação, contribuir com uma abordagem da crítica ao culturalismo conservador atenta à complexidade dos processos de mediação. Concordamos com a ideia de Jessé Souza de que a compreensão da formação do mito de brasilidade e dos interesses articulados a ele é importante para se produzir reflexões acerca de nosso imaginário social e, assim, desnaturalizar aspectos de nossa desigualdade social.

A cultura midiática, bem como suas narrativas e representações, são importantes para a cristalização da ideia-força identificada por Souza. A mídia dominante não é um campo neutro, pois possui seus próprios interesses submetidos à racionalidade neoliberal. No entanto, a mídia é também mais porosa do que a tese de unidade da indústria cultural prevê, ainda que determinados contextos nos façam retomar o vocabulário da manipulação – de informação e das audiências. Pelo menos dois aspectos contribuem para a compreensão dessa lógica: primeiramente o de que a mediação é, de fato, assimétrica, no sentido de que nem todos os espectadores,

ainda que não mancomunados com a mídia, possuem a mesma capacidade de contestar os significados dominantes (Silverstone, 2002). Em segundo lugar, a cobertura midiática é recorrentemente instrumentalizada, por meio do que Perseu Abramo (2016) descreveu como padrões de manipulação da informação que resultam, segundo ele, na manipulação da própria realidade.

Mas se os significados hegemônicos produzidos e postos em circulação nessa mídia possuem força de penetração, permanece a questão da forma desigual como aderem à sociedade. Se o receptor é de fato ativo, devemos compreender melhor como se dá sua produção de sentido: as negociações que são feitas nas audiências ou mesmo as relações de cumplicidade estabelecidas entre os públicos e as narrativas midiáticas do jornalismo e do entretenimento. Logo, as instâncias de sociabilidade são lugares de investigação privilegiados, para o estudo tanto das interações com a mídia dominante, como das interações nas mídias sociais.

Demanda-se, também, compreender como emergem os procedimentos de questionamento dos significados dominantes. Assim, pode-se buscar estratégias para que a capacidade crítica seja melhor distribuída socialmente. É também possível mapear outras narrativas midiáticas em que os elementos centrais do culturalismo conservador são confrontados, seja por meio do desnudamento de nossos conflitos sociais ou da afirmação de experiências solidárias, na proposição de outros imaginários para nossa sociedade.

## Referências

- ABRAMO, P. (2016). *Padrões de manipulação na grande imprensa*. Fundação Perseu Abramo.
- DAMATTA, R. (1981). *Carnavais, malandros e heróis*. Zahar.
- DAMATTA, R. (1991). *A casa e a rua*. Guanabara Koogan.
- DARDOT, P.; & LAVAL, C. (2016). *A nova razão do mundo*. Boitempo.
- ECO, U. (1994). *Seis passeios pelos bosques da ficção*. Companhia das Letras.
- FAORO, R. (1984). *Os donos do poder*. Globo.
- FREYRE, G. (1990). *Casa-grande & senzala*. Record.
- GINZBURG, C. (1998). *O queijo e os vermes*. Companhia das Letras.
- HOLANDA, S. B. (1995). *Raízes do Brasil*. Companhia das Letras.
- HONNETH, A. (2003). *Luta por reconhecimento*. 34.
- INGLIS, F. (2012). *Breve história das celebridades*. Versal.
- LEMGRUBER, J; CANO, I.; & MUSUMECI, L. (2017). *Olho por olho? O que pensam os cariocas sobre "bandido bom é bandido morto"*. Cesec.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1997). *Dos meios às mediações*. Ed. UFRJ.
- SERELLE, M. (2018). O culturalismo conservador em Narcos. *Comunicação, mídia e consumo*, 15(42), 118-137. <http://dx.doi.org/10.18568/cmc.v15i42.1495>
- SILVERSTONE, R. (2002). Complicity and collusion in the mediation of everyday life. *New Literary History*. 33(4), 761-780. <http://dx.doi.org/10.1353/nlh.2002.0045>
- SOUZA, J. (2000). *A modernização seletiva*. Ed. UNB.

SOUZA, J. (2015). *A tolice da inteligência brasileira*. Leya.

SOUZA, J. (2012). *Os batalhadores brasileiros*. Editora UFMG.

SOUZA, J. (2016). *A radiografia do golpe*. Leya.

SOUZA, J. (2018a). *A classe média no espelho*. Estação Brasil.

SOUZA, J. (2018b). *A ralé brasileira* (3ª. ed.). Contracorrente.

SOUZA, J. (2018c). *Subcidadania brasileira*. Leya.

TAYLOR, C. (2004). *Modern social imaginaries*. Duke University Press.

VIGGIANO, M. F. I. (2019). *O golpe midiático no golpe: o discurso de instrumentalização nos jornais Folha de S.Paulo, O Globo e O Tempo e o impeachment da presidente Dilma Rousseff* (Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais). Biblioteca Digital de Teses Dissertações da PUC-Minas. [http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Letras\\_MarioFranciscolanniViggiano\\_7830.pdf](http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Letras_MarioFranciscolanniViggiano_7830.pdf)

WILLIAMS, R. (2011). O futuro dos Estudos Culturais. In R. Williams, *Política do modernismo* (pp. 171-187). Editora Unesp.

WILLIAMS, R. (2015). A cultura é algo comum. In R. Williams, *Recursos da esperança* (pp. 3-28). Editora Unesp.

#### **Obras audiovisuais**

PADILHA, J., PRADO, M. (Produtores Executivos). (2018-presente). *O mecanismo* [Série de TV]. Netflix.

TODD, P. (Diretor). (2019). *Coringa*. [Filme]. Warner Bros. Pictures.

# Desengaveta, Porque Menos é Demais: Moralismo e Vergonha nas Narrativas sobre Consumo Consciente na TV<sup>1</sup>

## Denise da Costa Oliveira Siqueira

Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Desenvolve estágio pós-doutoral na Université de Strasbourg (CNPq). Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Líder do grupo de pesquisa Corps: corpo, representação e espaço urbano. E-mail: denise.siqueira@yahoo.com.br.

## Jéssica Baptista dos Santos Ventura

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Pesquisadora do grupo Corps: corpo, representação e espaço urbano. Bolsista Faperj. E-mail: jessicabsventura@gmail.com.

**Resumo:** Consumo consciente tem sido pauta bastante explorada por produtos midiáticos na atualidade, gerando um campo de embates e narrativas conflitantes permeado por afetos. Neste artigo, procuramos refletir sobre a construção das emoções, em especial do sentimento de vergonha, e o discurso moralista em programas de televisão que abordam a temática do consumo consciente e sustentável. Para isso, recorremos a um olhar sobre dois programas brasileiros veiculados em canais por assinatura: *Desengaveta*, transmitido pelo canal GNT, do grupo Globosat, e *Menos é Demais*, do canal americano Discovery Home & Health. Instiga-nos a questão sobre que interfaces os discursos moralista e emocional assumem e promovem nesses programas orientados por pautas de consumo consciente. Como recorte, analisamos dois episódios de cada programa que tratam do consumo de roupas e acessórios. Para a fundamentação teórica, recorremos a leituras dos campos da comunicação, sociologia e antropologia das emoções.

**Palavras-chave:** narrativas, consumo consciente, sentimento de vergonha, televisão.

## Desengaveta, Porque Menos es Demasiado: Moralismo y Vergüenza en las Narrativas sobre el Consumo Consciente en la Televisión

**Resumen:** El consumo consciente ha sido ampliamente explotado por los productos mediáticos de hoy, generando un campo de enfrentamientos y narrativas conflictivas permeado por afectos. En este artículo buscamos reflexionar sobre la construcción de las emociones, especialmente el sentimiento de vergüenza, y el discurso moralista en los programas de televisión que abordan el tema del consumo consciente y sostenible. Para eso, analizamos dos programas brasileños transmitidos por canales de pago: *Desengaveta*, emitido por el canal GNT, del grupo Globosat, y *Menos é Demais*, del canal estadounidense Discovery Home & Health. Nos centramos en la pregunta sobre qué interfaces asumen y promueven los discursos moralistas y emocionales en estos programas guiados por pautas de consumo consciente. Más específicamente analizamos dos episodios que tratan sobre el consumo de ropa y accesorios. Para la base teórica, recurrimos a pensadores de los campos de la comunicación, de la sociología y de la antropología de las emociones.

**Palabras clave:** narrativas, consumo consciente, sentimiento de vergüenza, televisión.

## Unshelve it, because Less is much Better: Moralism and Shame in TV Narratives of Conscious Consumption

**Abstract:** Conscious consumption has been a topic widely explored by media products today, generating a field of clashes and conflicting narratives crossed by affections. This article seeks to reflect upon the construction of emotions, especially the feeling of shame, and the moral discourse in TV programs addressing the theme of conscious and sustainable consumption. For this end, we look at two Brazilian programs guided by conscious consumption guidelines aired on pay-TV channels – *Desengaveta*, broadcasted by the GNT channel, of the Globosat group; and *Menos é Demais*, by the American channel Discovery Home & Health – to understand what interfaces the moral and emotional discourses assume and promote. We analyzed two episodes dealing with the consumption of clothing and accessories in each production, based on authors from the fields of communication, sociology, and anthropology of emotions.

<sup>1</sup> Versão preliminar deste trabalho foi apresentada no Grupo de Trabalho Consumos e Processos de Comunicação do XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2020.

Mudanças climáticas, escassez de recursos naturais e exploração de mão de obra de forma análoga à escravidão são pautas que têm sido recorrentemente abordadas, nos últimos anos, tanto por veículos ligados a conglomerados midiáticos como pela mídia independente. O discurso da velocidade e da obsolescência – que teve impulso no século XX, no bojo do capitalismo desenvolvimentista, e se fez predominante – vem encontrando oposição nas narrativas contemporâneas, aparentemente contrárias a ele, do consumo consciente e sustentável, do desapego, do “menos é mais”.

<sup>2</sup> O termo consumo sustentável, como utilizamos, pretende traduzir as ações dos consumidores enquanto práticas políticas para o enfrentamento dos problemas ambientais. A ênfase desse tipo de consumo está em políticas públicas direcionadas para a sustentabilidade ambiental e social (Portilho, 2005).

<sup>3</sup> Programa que aborda a temática do consumo de moda consciente (<https://globosatplay.globo.com/gnt/se-essa-roupa-fosse-minha/>).

<sup>4</sup> O programa (<https://globosatplay.globo.com/gnt/missao-design/>) propõe a reflexão sobre a relação entre o *design* e o consumo consciente.

<sup>5</sup> Canal A&E, no ar desde 2009.

Nesse contexto em que “consumir menos e de modo diferenciado é necessário”, uma onda de programas brasileiros e internacionais que abordam os temas do consumo consciente e da sustentabilidade<sup>2</sup> ganha espaço na programação televisiva, principalmente em canais por assinatura, mas também na TV aberta, em plataformas de *streaming* e em sites de vídeos. Em 2019, a Netflix lançou a primeira temporada de *Ordem na casa* (<https://www.netflix.com/br/title/80209379>), com a apresentadora Marie Kondo. Na série, a especialista japonesa ajuda clientes a organizar cômodos considerados saturados e bagunçados e a se desfazer do excesso de objetos. Programas da TV por assinatura, como *Se essa roupa fosse minha*<sup>3</sup> e *Missão Design*<sup>4</sup>, transmitidos pelo canal GNT, do grupo Globosat, também seguem a linha do consumir conscientemente.

Ao lado desse gênero de programa, emissões com uma perspectiva diferente, como *Acumuladores compulsivos*<sup>5</sup>, associam o consumo excessivo e a acumulação de produtos a problemas de saúde mental. Embora não aludam diretamente ao discurso sobre o consumo sustentável, sua temática se articula com a do consumo consciente, afinal, as pessoas envolvidas, com problemas emocionais ou psiquiátricos, descarregam suas questões em práticas de consumo e acumulação exacerbadas, negativamente associadas à doença, à perda de liberdade, ao afastamento de pessoas queridas. Logo, praticariam um tipo de consumo impróprio para sua vida privada, familiar, coletiva.

Nesses programas de diferentes gêneros, observa-se, por meio de uma análise narrativa dos episódios, a associação de sentimentos como culpa e vergonha em relação ao “novo” discurso e suas narrativas midiáticas ou midiaticizadas sobre consumo consciente. Tais produções que abordam o consumo pelo viés do sustentável ou do consciente, por vezes, parecem promover um discurso moralista com a finalidade de produzir no participante – e em quem assiste – constrangimento em relação a seus hábitos.

Partindo dessas observações e de uma perspectiva sobre a antropologia das emoções, este artigo tem como objetivo identificar os usos do moralismo e do sentimento de vergonha como afetos, presentes de maneira significativa em narrativas (Siqueira & Fortuna, 2019) veiculadas por programas televisivos voltados à temática do consumo consciente. Com esse intuito, recorreremos a pensadores como Rocha (2005; 2006a; 2006b), Bauman (2001; 2008) e Baccega (2009) para a construção de um olhar sobre esse tipo de produção midiática. Ressaltamos ainda a leitura de estudos recentes no campo da comunicação que tratam do consumo sustentável, consciente na perspectiva midiática (Cavalcanti & Calazans, 2019); (Zanotti & Carolino, 2019); (Marcelino et al., 2017).

Este trabalho integra pesquisa mais ampla que desenvolvemos há cinco anos sobre a temática de consumos contemporâneos de moda e suas narrativas em espaços midiáticos. Neste artigo especificamente, trabalhamos com a leitura de duas produções brasileiras da TV paga que abordam temáticas relativas à sustentabilidade e ao consumo consciente<sup>6</sup>: *Desengaveta* (Boutique Filmes, 2016-hoje), do canal brasileiro GNT, e *Menos é demais* (F. J. Productions, 2017-hoje), do canal americano *Discovery Home & Health* Brasil.

<sup>6</sup> O estudo aqui proposto também constitui desdobramento e ampliação de dissertação de mestrado. [http://www.bdtd.uerj.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=15610%20](http://www.bdtd.uerj.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=15610%20)

Em termos metodológicos, acompanhamos várias temporadas dos dois programas para uma exploração inicial. Posteriormente, para um recorte pertinente ao formato de artigo, selecionamos dois episódios de cada programa nos quais observamos os modos de exposição dos sujeitos a partir das narrativas construídas em torno da temática do consumo consciente. Como a moral, o discurso pedagógico e



a vergonha são noções centrais da pesquisa, buscamos, a partir de uma abordagem comunicacional e socioantropológica das emoções, responder à questão que mobiliza o estudo: qual é o papel dos discursos moralista e emocional em programas de TV orientados pelas pautas do consumo consciente? Em uma abordagem exploratória e qualitativa, procuramos apreender as nuances dos discursos que constituem as falas tanto dos apresentadores como dos convidados dos programas analisados.

### **Narrativas e discursos de moralidade no consumo**

A observação de programas de TV que abordam a temática do consumo sustentável ou consciente mostra que tais produções tendem a denunciar a aquisição excessiva de objetos, utilizando como argumentos as ideias de que essa ação pode acarretar danos não só ao meio ambiente, mas também à vida social do sujeito. No entanto, ao fazer tal denúncia, esse gênero de programa parece legitimar o discurso que moraliza o consumo alheio de bens, seja por meio de questionamento ou até de responsabilização do consumidor.

No texto *Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa*, Everardo Rocha (2005) já afirmava que, nos meios de comunicação, o discurso sobre consumo poderia ser visto de quatro maneiras principais: hedonista, naturalista, utilitarista e moralista. Segundo o autor, o discurso hedonista seria o mais amplamente explorado, associando a felicidade à posse de bens e serviços. Tal tipo de discurso seria largamente utilizado pelo sistema publicitário que incita a compra e o consumo conspícuos, associando-os a um modo de vida que refletiria sucesso.

Essa categoria de discurso identificada por Rocha se articula ao que apontou Bauman, em *Modernidade líquida* (2001), ao afirmar que a prática do consumo exacerbado seria uma espécie de compulsão. Bauman identificou um tipo de discurso segundo o qual o consumo relacionado à posse de objetos e até mesmo à adoção de determinados estilos de vida, constituiria um caminho para o alcance da felicidade.

Ainda de acordo com Bauman (2008), a busca constante da felicidade, por meio da aquisição de mercadorias, acabaria por promover uma eterna insatisfação nos sujeitos que precisariam adquirir novos objetos com a intenção de manter níveis elevados de alegria, ainda que de forma momentânea. Como consequência, haveria um estímulo constante à produção de novos bens e, na mesma medida, um acúmulo de objetos sem utilidade, gerando, paralelamente, argumentos para a construção de narrativas midiáticas de moralização do consumo do outro.

Retomando a questão dos discursos explorados pela mídia, Rocha (2005) indica que a maneira naturalista de olhar o consumo dá ênfase a um sentido biológico e natural, ou seja, consumir seria uma necessidade humana. Entretanto, a escolha de determinada marca conferiria ao consumo uma perspectiva social. No caso do consumo sustentável, o consumidor seria incentivado a optar por marcas que levassem em consideração a origem do produto e as consequências do seu uso para o planeta.

Com relação ao discurso utilitário, o autor observa a perspectiva empresarial do consumo, isto é, o *marketing* adotado como estratégia de mercado para vender produtos e serviços. Rocha (2005) oferece, como exemplo, pesquisas de mercado que investigam o perfil de comportamento do consumidor. Tais pesquisas também podem servir de base para a criação e produção de programas de TV atrelados a demandas manifestadas pelo consumidor.

Por fim, Rocha apresenta o discurso moralista sobre o consumo – que nos interessa especialmente para entender a forma como os programas de TV que serão analisados em seguida abordam a temática do consumo consciente amparados no discurso moral. Para o autor, é considerado politicamente correto “falar mal” ou criticar o consumo, seja nos discursos do cotidiano seja nas narrativas midiáticas. Nesse sentido, pode-se observar que a fala moralista, reproduzida pela mídia, responsabiliza o consumo excessivo de bens ou consumismo por diversos problemas da sociedade, inclusive os que envolvem o meio ambiente.

Everardo Rocha (2005) aponta que existe uma distinção muito clara entre o valor atribuído à produção e aquele atribuído ao consumo. Enquanto a produção é vista de modo positivo, algo que dignifica e enaltece o trabalhador, o consumo, por outro lado, está associado a uma imagem negativa do indivíduo considerado gastador, descontrolado. Esse entendimento, segundo o autor, colabora para a formação, na sociedade, de uma espécie de senso comum acerca do consumo como algo inferior à produção e que não precisaria ser discutido, associando trabalho a sacrifício e consumo a lazer. “A produção é sacrifício que engrandece, e o consumo é prazer que condena” (Rocha, 2005, p. 130). Assim, “é como se a produção possuísse algo de nobre e valoroso, representando o mundo verdadeiro ou a vida levada a sério, e o consumo, no polo oposto, tivesse algo de fútil e superficial, representando o mundo falso e inconsequente” (Rocha, 2005, p. 129).

Em consonância com essa visão – e em alusão à referência de Rocha à fábula de Jean de La Fontaine sobre a cigarra e a formiga –, determinados programas que pregam a necessidade de adoção de um modo de consumo sustentável reforçam estereótipos associados a indivíduos que possuem quantidades exageradas de um mesmo bem e, por isso, são rotulados de consumistas (ou, no extremo, de “acumuladores” ou ainda de “acumuladores compulsivos”, termos patológicos e de caráter psiquiátrico). Nessa perspectiva, caberia à mídia, amparada por um discurso de caráter moral, questionar e ao mesmo tempo levar os indivíduos a uma reflexão sobre os hábitos de consumo e, por conseguinte, a uma possível mudança de hábito. A mídia assumiria, assim, um papel pedagógico, mas também prescritivo e moralista.

### **A vergonha como recurso midiático**

No bojo de uma cultura de massa ou no de uma cultura das mídias, os meios de comunicação de grande alcance se apropriaram do discurso emocional como recurso para a produção de sentidos e reforço de imaginários – lembrando o que Muniz Sodré chamou de “as estratégias do sensível”. Nas palavras do autor (2006, p. 51), “são estratégias semelhantes ao manejo industrialista das sensações e emoções hoje realizado pela mídia de espetáculo ou pela cultura de massa em geral”. Nesse sentido, ao abordar as emoções, tais estratégias exploram sentimentos que “deveriam” ser sentidos e comunicados em diferentes contextos sociais. Dentre as muitas emoções exploradas pelos meios de comunicação, o sentimento de vergonha tem sido observado de maneira marcante em programas que discutem o consumo pelo viés da consciência do sustentável.

O sociólogo alemão Norbert Elias, em *O processo civilizador: uma história de costumes* (1994), identificou comportamentos típicos do homem civilizado ocidental em espaços de interação social. Para esse empreendimento, o autor recorreu a manuais de etiqueta que orientavam os sujeitos sobre como lidar com as emoções em diferentes situações. Para Elias, o sentimento de vergonha está profundamente relacionado à impressão que o indivíduo tem de que está sendo observado e reprovado socialmente pelo outro. Assim, seria preciso seguir as normas impostas pela comunidade para que esse sentimento seja abandonado em favor da aceitação, ou seja, o sujeito deveria ter autocontrole sobre as emoções e sobre a forma de expressá-las.

Thomas J. Scheff (1990), sociólogo considerado pioneiro nos estudos sobre emoção nos Estados Unidos, faz uma leitura da obra de Elias e aponta que o conceito de vergonha é chave para o entendimento da modernidade, uma vez que, por meio desse sentimento, ocorre a regulação e o controle social. Assim, a vergonha seria um sentimento que garantiria que o sujeito acatasse a norma estabelecida. Scheff (1990) sublinha que a vergonha é uma emoção social indispensável que abarca emoções positivas e negativas a depender da situação vivida, além de afetar outras emoções como medo e raiva. Outra questão apontada pelo autor é que a vergonha, nas interações sociais, modela o *self*, orientando a conduta dos sujeitos em interação e promovendo o controle moral da ação individual.

Nessa perspectiva, a vergonha é um sentimento intimamente relacionado à percepção de si a partir do olhar do outro. Nos programas aqui estudados, a figura do apresentador exerce a função de modelagem do *self* e de controle moral,

ao questionar o sujeito, por exemplo, sobre a incoerência da compra excessiva de determinado objeto, gerando constrangimento e, por conseguinte, vergonha.

Voltando à questão das interações sociais, Erving Goffman (2011) utiliza a metáfora do teatro para entender como nos relacionamos com as outras pessoas no cotidiano, propondo pensar as interações como se elas ocorressem no espaço de uma cena imaginária. Para o autor, o mundo social é como um teatro em que as trocas sociais e culturais são práticas performáticas expressivas. No texto *Constrangimento e organização social* (2011), Goffman aponta que a perda do controle da encenação produz constrangimento – que é considerado pelo autor uma espécie de desvio durante a interação, quando os indivíduos procuram passar uma impressão de segurança e tranquilidade. No momento em que isso falha, o constrangimento é acompanhado de sinais de perturbação emocional, como movimentos excitados, gaguejos, rubor facial e mudança na entonação da voz.

Para Goffman (2011), o constrangimento exerce uma função social que não está relacionada a um impulso irracional do sujeito em interação face a face, mas a um comportamento que acarreta uma desorganização da situação social. Nas palavras do autor (2011, p. 103), “em tais momentos, o indivíduo cujo eu foi ameaçado (o indivíduo por quem se sente constrangimento) e o indivíduo que o ameaçou podem ambos se sentir envergonhados daquilo que causaram, compartilhando esse sentimento exatamente quando têm razões para se sentir separados. E essa responsabilidade conjunta é apropriada”. Assim, para o autor, os princípios que regem a vida social seriam o tato e a perceptividade. O tato está relacionado ao domínio das regras sociais, enquanto a perceptividade constitui o potencial de perceber que determinadas situações podem ocasionar constrangimento.

Arlie Hochschild, no texto *Trabalho emocional, regras de sentimento e estrutura social* (2013), ressalta a importância dos sentimentos nas regras da vida social. A autora questiona a abordagem organicista da psicologia social que compreende as emoções como incontroláveis e, por isso, indomáveis, vistas como biologicamente dadas. O caminho tomado no texto, pela autora, privilegia a abordagem interativa, em que há um esforço pessoal na modelação ativa dos sentimentos.

Segundo Hochschild (2013), existem regras sobre o que sentimos e sobre como devemos nos expressar socialmente. A autora caracteriza essas regras de convenções de sentimento, que prescrevem formas de sentir certas emoções, como “adequadas à situação”. Essa suposta adequação, de acordo com ela, apenas legitimaria o quanto somos seres sociais. Desse modo, na interação social ocorreria um trabalho de gerenciamento emocional: “o gerenciamento emocional privilegia a atenção para aquilo que as pessoas tentam sentir e não como no caso de Goffman, para aquilo que tentam aparentar que sentem” (Hochschild, 2013, p. 184).

Outra questão importante apresentada pela autora diz respeito à “mercantilização dos sentimentos”, que seria a demonstração de emoções com características mercadológicas. Assim, no âmbito da discussão aqui colocada, observamos que essa mercantilização ocorre quando os sujeitos que participam de programas de TV sobre consumo sustentável ou consciente produzem uma espécie de performance emocional com a intenção de vender uma imagem de si coerente com a abordagem proposta. Ou seja, é preciso sentir vergonha diante do excesso de objetos comprados e acumulados.

Ainda sobre a performance emocional dos sujeitos na mídia, Denise Oliveira Siqueira, no texto *Corpo, construção social das emoções e produção de sentidos na comunicação*, aponta que “a emoção é elemento do teatro da cena midiática. Assim, é na medida da construção que se dá a representação da emoção no universo midiático. É ensaiada, técnica e repetida, enfim, é esperada e assim é porque na sociedade acontece da mesma forma” (Siqueira, 2015, p. 32).

Nesse sentido, Siqueira (2015) propõe que os sujeitos aprendem modos de expressar os próprios sentimentos, simulando, por vezes, emoções que não necessariamente estão de acordo com o que sentem, mas de acordo com o que o outro espera. O ato de encenar as emoções se dá tanto no meio social partilhado pelo sujeito quanto nos espaços midiáticos.

### Narrativas prescritivas em programas de TV sobre consumo consciente

A promoção de discursos prescritivos tem sido uma ferramenta utilizada em programas de TV que lidam com a questão do consumo. Maria Aparecida Baccega (2009) trata do papel do campo da comunicação/educação como agente de socialização que reveste de significado os signos em circulação, atribuindo-lhes sentidos específicos que colaboram com as práticas de formação de sujeitos conscientes.

Para Fischer (1997), a mídia não somente veicula, mas também produz saberes, assumindo, dessa forma, uma função “pedagógica”. De acordo com a autora, a linguagem televisiva seria pedagógica ao estabelecer uma espécie de mediação entre o que considera o dito-mostrado e os sujeitos-espectadores, ou seja, é possível que os sujeitos constituam verdades para si mesmos e sobre si mesmos a partir do que é comunicado na mídia. Em suas palavras, a TV se relaciona intimamente com a produção de modos de subjetivação na cultura: “a televisão é parte integrante e fundamental de complexos processos de veiculação e de produção de significações, de sentidos, os quais por sua vez estão relacionados a modos de ser, a modos de pensar, a modos de conhecer o mundo, de se relacionar com a vida” (Fischer, 2002a, p. 154).

Na perspectiva de Baccega (1999), a linguagem televisiva, constituída pela conjunção de verbal e não-verbal, torna “real” o fragmento editado que o telespectador vê e ouve. Contudo, para a autora, o mundo editado pelos meios de comunicação obedece a interesses de diferentes tipos, sobretudo econômicos.

Sob esse ponto de vista, observamos que os programas de TV sobre modos de consumo recorrem a uma linguagem considerada pedagógica com a finalidade de produzir “verdades” a respeito das consequências da compra, do uso e do descarte de objetos. Tais “verdades” poderiam produzir no telespectador uma espécie de autoavaliação e o levariam a uma reflexão e uma provável mudança de hábito.

Fischer (1997) aponta que os enunciados elaborados na TV recorrem a uma série de estratégias de linguagem, próprias da televisão, como edição de imagens e de trilha sonora, seleções dos apresentadores. Para uma melhor compreensão desse papel, propõe o conceito de dispositivo pedagógico da mídia – que encontra fundamento nos conceitos de “dispositivo de sexualidade” e de “modos de subjetivação”, de Michel Foucault (1990a).

O “dispositivo de sexualidade” é discutido em *História da sexualidade I: A vontade de saber* (1990a), obra na qual Foucault aponta que os discursos de poder construídos em torno da sexualidade geram uma espécie de controle sobre a subjetividade dos indivíduos. Fundamentada no conceito de dispositivo de Foucault, Fischer escreve que:

tratar do “dispositivo pedagógico da mídia” significa tratar de um processo concreto de comunicação (de produção, veiculação e recepção de produtos midiáticos), em que a análise contempla não só questões de linguagem, de estratégias de construção de produtos culturais (no caso aqui referido, de programas televisivos), apoiada em teorias mais diretamente dirigidas à compreensão dos processos de comunicação e informação, mas sobretudo questões que se relacionam ao poder e a formas de subjetivação. (Fischer, 2002a, p. 155)

Nesse sentido, a mídia é considerada um dispositivo uma vez que discursos por ela produzidos são carregados de significados acerca de diferentes temas. No caso do consumo sustentável ou do consumo consciente, os produtos midiáticos que abordam a temática operam na formação dos sujeitos sociais ao oferecer caminhos considerados alternativos a um modelo de consumo possivelmente majoritário executado na contemporaneidade.

A ideia de sujeito, aprofundada por Foucault, é indicada como um processo de construção de si mesmo, que nada tem a ver com sujeição. Nas palavras do autor (1990b, p. 15), “deve-se entender, com isso, práticas refletidas e voluntárias através das quais os homens não somente se fixam regras de conduta, como

também procuram se transformar, modificar-se em seu ser singular e fazer de sua vida uma obra que seja portadora de certos valores estéticos e responda a certos critérios de estilo”.

Ancorada na noção de estética da existência apresentada por Foucault, Fischer (2002a, p. 153) afirma que a mídia, especialmente a televisão, opera na constituição de sujeitos e de suas subjetividades “na medida em que produz imagens, significações, enfim, saberes que de alguma forma se dirigem à ‘educação’ das pessoas, ensinando-lhes modos de ser e estar na cultura em que vivem”.

### ***Desengaveta e Menos é demais: narrativas morais e o sentimento de vergonha***

*Desengaveta e Menos é demais*, programas escolhidos para ilustrar o presente estudo, têm em comum o fato de apresentarem o consumo pelo viés do consumo consciente ou sustentável. Para isso, recorrem a estratégias de persuasão para que os participantes convidados se desfaçam de roupas e acessórios e que adotem (ou encenem adotar) um estilo de vida que pareça mais coerente com a pauta da sustentabilidade – tornando-se concomitantemente mais felizes.

Para efetuar nossas observações, utilizamos como ferramenta de pesquisa categorias de análise que serviram de base para organização dos dados coletados durante a decupagem dos episódios estudados. O método de categorizar aqui proposto é inspirado nos trabalhos de Fischer (2002a; 2002b), que criou categorias para analisar programas de TV em um percurso metodológico fundamentado nos modos de subjetivação elaborados por Foucault (1985; 1995) e na noção de televisibilidade de Beatriz Sarlo (1997). Partindo de um *corpus* empírico com um total de 26 programas das temporadas de 2019, na primeira etapa assistimos aos episódios. Em seguida, selecionamos dois episódios de cada programa que foram decupados. A partir da decupagem, destacamos as falas dos sujeitos que tinham relação com as categorias “reconhecimento da culpa”; “aval dos especialistas”; “transformação da vida em espetáculo”; “lições de moral empreendidas pelo apresentado”; e, por fim, o “papel social da TV”.

O programa *Desengaveta*, transmitido pelo canal GNT, do grupo Globosat, está no ar desde setembro de 2016. A proposta do programa consiste na doação de roupas e outros objetos do armário de celebridades considerados, pelo programa, em excesso. Todas as peças doadas são vendidas pelo brechó *online Enjoei* (<https://www.enjoei.com.br/@desengaveta>) e o dinheiro arrecadado é revertido para uma ação social<sup>7</sup>. Nas quatro primeiras temporadas foram doadas mais de 6000 peças, conforme informação retirada do site do *Enjoei*. À frente do programa está a apresentadora e atriz Fernanda Paes Leme.

Para analisar os conteúdos das narrativas (Siqueira & Fortuna, 2019) que operam sob a lógica do programa, assistimos a todos os 13 episódios da quarta temporada, que foi ao ar em outubro de 2019, e selecionamos dois episódios que ilustram a temática proposta pela pesquisa: o episódio de estreia (<https://www.youtube.com/watch?v=YBh0EadAvHc>), que tem como convidada a atriz e apresentadora adolescente Maísa, e o terceiro episódio (<https://www.youtube.com/watch?v=d1-IM8wkVPw>), que tem como convidada a modelo e apresentadora Adriane Galisteu. Para a análise do sentimento de vergonha, observamos o quadro *Confrontando os números* e nos inspiramos na categoria “reconhecimento da culpa”, proposta por Fischer (2002a).

Diante das 855 peças de seu armário, Maísa diz: “Não sei como tudo isso veio parar aqui. É muita coisa. Tenho que doar para me sentir mais leve”. Já Adriane Galisteu, ao saber das 2293 peças do *closet*, diz: “Não sei se fico feliz ou envergonhada. Estou no meio do caminho”. É interessante observar o discurso de cada convidada: enquanto Maísa reconhece “ter muita coisa”, o que é fundamental para estimular a doação de peças, Galisteu fica indecisa sobre que tipo de reação deveria demonstrar diante das câmeras.

Sob uma perspectiva da antropologia das emoções, Galisteu hesita sobre a expressão obrigatória dos sentimentos, conforme a ideia de Mauss (1969) de

<sup>7</sup> As instituições que receberam o dinheiro das vendas das roupas são INCAvoluntário e Criança Esperança.

que as emoções representam uma linguagem simbólica que é interpretada pelos indivíduos durante a interação social. Ela parece hesitar entre a gratidão por haver acumulado, afinal, ter muitos bens demonstra sucesso e poder aquisitivo – que são valores positivados em uma sociedade de consumo. Bauman (2008) trata do consumo excessivo considerando-o um sinal de sucesso que leva os indivíduos à fama. No entanto, expressar vergonha diante desse consumo excessivo faz parte do jogo social em uma época em que a sustentabilidade é suscitada e valorizada.

Para Siqueira (2015), a emoção, na mídia, é (re)construída com recursos técnicos. No caso da televisão, recursos de edição, como cortes e enquadramentos, objetivam um uso “profissional” da emoção, como é o exemplo da vergonha do sujeito que admite a culpa por comprar em excesso. Assim, os recursos usados para constituir as narrativas midiáticas envolvem os indivíduos que colaboram na construção de uma atmosfera que promova o consumo das mensagens transmitidas.

Durante todo o programa, a apresentadora utiliza o discurso moral como ferramenta de constrangimento por meio de frases como “Quanto menos excesso, mais sucesso”. Durante o quadro *Tour pelo closet* com Máisa, a apresentadora do *Desengaveta* comenta: “Tudo isso de pijama! Shortinhos jeans... um para cada dia do ano”. No episódio com Adriane Galisteu, a apresentadora, ao ver que a convidada havia separado uma jaqueta para a doação diz: “Uma jaqueta jeans você tinha que tirar, porque você tem várias”.

A condenação do consumo das convidadas está relacionada, parafraseando Rocha (2005), à vertente moral que credita ao consumo a responsabilidade, inclusive, pelos problemas associados ao meio-ambiente. O cenário produzido pelo programa teria como intuito fazer com que as convidadas realizassem uma autoavaliação sobre os hábitos de consumo e, depois desse processo, se reavaliassem e passassem a comprar menos.

Ao término do programa, após doar 144 peças, Máisa diz: “O programa tem essa mensagem legal que é fazer o bem, pensar nesse consumo excessivo, reutilizar as coisas, passar para o próximo e contribuir com o Inca que é a coisa mais legal de todas”. Já Adriane Galisteu doa 56 peças e diz: “Acaba fazendo um bem. Não sei se é psicológico, mas eu estou mais leve. Bem feliz. Quanto menos excesso, mais sucesso. Que assim seja”. Ambas repetem bordões e sentidos construídos e divulgados pelo programa.

<sup>8</sup> O quadro conta com empresas que praticam o modelo conhecido como *slow fashion*, um modo de produção e consumo de moda mais lento, em contraposição ao *fast fashion* dos grandes *magazines*. Na quarta temporada, ocorre uma reformulação do programa e o quadro *Consumo consciente* é retirado.

No quadro *Consumo consciente*<sup>8</sup>, especialistas em moda apresentam alternativas de consumo. Observamos que as narrativas elaboradas nessa parte da atração produzem uma linguagem televisiva que se aproxima do recorte desenvolvido por Fischer (2002a; 2002b) de “aval dos especialistas”. De acordo com a autora, essa categoria ancora-se na legitimação das verdades narradas, ou seja, a fala dos especialistas valida o consumo consciente.

A escolha do programa *Desengaveta* por celebridades que estão na cena midiática e que abrem os *closets*, tornando sua intimidade em espetáculo, se aproxima da categoria “transformação da vida em espetáculo”. A conta do *Instagram* de Máisa (<https://www.instagram.com/maisa>), de 17 anos, possui vinte e sete milhões e seiscentos mil seguidores e Adriane Galisteu, apresentadora de TV, possui mais de três milhões de seguidores (<https://www.instagram.com/galisteuoficial>). Nesse sentido, observamos a influência do alcance da tecnologia na construção de narrativas de consumo. De acordo com Rocha (2006b), as produções da mídia se estabelecem e se fixam tendo como referência pensamentos e práticas de cada mercado consumidor, ou seja, há uma audiência específica que partilha um código comum que, no caso do programa, é o interesse pela vida das celebridades e suas práticas de consumo.

<sup>9</sup> Loja física do programa *Desengaveta*, instalada em uma feira na cidade de São Paulo, criada com roupas dos apresentadores e colaboradores do GNT e de celebridades que passaram pelo programa. As roupas que não foram vendidas vão para a loja online do programa no *Enjoei*.

Para Sodré (2006), é no *bios* midiático que as imagens se convertem em práticas sociais ativadas, tornando relevante quem intervém no mundo, percebe-o e age sobre ele. Nesse sentido, o programa *Desengaveta* desenvolve tal papel com a criação, na quarta temporada, do quadro *Fepa na rua*<sup>9</sup>. A loja física do programa, além de estimular o consumo de roupas usadas, tem como intuito entender os hábitos de consumo.

O segundo programa que estudamos é *Menos é demais*, que está no ar desde abril de 2017, veiculado pelo canal *Discovery Home & Health*. Com duas temporadas de 13 episódios cada, o programa tem como convidadas pessoas anônimas “denunciadas” por amigos ou familiares por conta do consumo excessivo. Inicialmente era apresentado por Fernanda Cortez, ativista ambiental e criadora do projeto Menos 1 lixo (<https://www.menos1lixo.com.br/fe-cortez>) e Chiara Gadaleta, consultora de sustentabilidade e fundadora do movimento Ecoera (<https://www.portalecoera.com.br>). Desde a segunda temporada, Chiara está sozinha à frente da atração. A cada episódio, é recebido um especialista que ajuda na organização do espaço, antes tomado pela bagunça e pelo acúmulo de objetos (Redação Portal Ecoera, 2018).

Procuramos, como no programa *Desengaveta*, observar narrativas construídas pelos atores sociais e de que maneira essas narrativas desencadeiam o sentimento de vergonha. Para dar início à análise do programa *Menos é demais*, assistimos a todos os episódios da segunda temporada. Selecionamos dois episódios a serem apresentados neste artigo. O primeiro é o de estreia da segunda temporada, que foi ao ar em janeiro de 2019, com Fernanda, funcionária do departamento financeiro de uma empresa, denunciada pela irmã, Ivana, que diz que ela não ajuda em casa, pois o salário “vai todo em roupa”. O segundo episódio selecionado é o último da temporada, com a empreendedora Renata, denunciada pela amiga Melina, que argumenta que Renata é engajada socialmente – o que não condiz com seu consumo exacerbado.

Destacamos a parte do programa em que a apresentadora expõe todos os objetos do participante em um cômodo da casa para que a pessoa (e os espectadores) tenham noção da quantidade de coisas que o participante possui. Fernanda, ao ver os objetos reunidos – foram contabilizados pela produção do programa 647 objetos –, começa a rir nervosamente e diz: “Fiquei envergonhada, por um lado feliz. Nossa! Como eu tenho bastante coisa! Meu lado consumista falou mais alto e o lado racional ficou bem envergonhado e impressionado com tanta coisa”. A hesitação remete ao mesmo sentimento ambíguo apresentado pela convidada do programa *Desengaveta*: o reconhecimento pelo valor social da acumulação de bens e o constrangimento pelo comportamento antiecológico.

Renata, diante dos 656 objetos que ocupavam seu closet, diz: “Me dá vergonha ter uma mala de mais de 30 quilos com roupa com etiqueta. Não faz sentido. Que dinheiro que joguei ali”. Retomando o pensamento de Goffman (2011), anteriormente discutido, observamos que durante a interação social mediatizada, a situação produz no participante desconforto e, por consequência, falta de reação específica para atuar naquele momento. Em ambos os episódios, observamos o “reconhecimento da culpa”.

Com relação às “lições de moral empreendidas pelo apresentador do programa”, consideramos que a apresentadora, por ser especialista em sustentabilidade, carrega consigo e assume o discurso de autoridade sobre o assunto e, por isso, moraliza o consumo dos participantes. Ao retirar as roupas do armário de Fernanda, a apresentadora questiona: “Dá para acreditar que esta montanha de roupa estava em duas prateleiras?”. No episódio com Renata, ao ver o closet, a apresentadora diz: “Espaço pequeno, mas abarrotado de roupas e sapatos”.

É importante esclarecer que nem sempre os participantes lidam com a situação da maneira esperada pela apresentadora. Fernanda, que possui 60 calças jeans, é desafiada a ficar com dez. Diante do desafio, a participante diz: “Não é possível viver com tão pouco. Não faz isso comigo”. Já Renata, ao ver a sapateira organizada, comenta: “Parece que falta sapato. Eu sei que não posso comprar mais”. Isso demonstra que as convidadas são sujeitos ativos, que também podem questionar a proposta feita.

Em outro momento do programa, a apresentadora convida profissionais para organizar o espaço e dar dicas para evitar novo acúmulo de objetos. Enquanto o cômodo é transformado, o participante é convidado a passar por uma experiência que não envolve a compra de objetos. Fernanda, que gosta de calça jeans, foi até um brechó aprender técnicas para deixar o jeans com uma nova aparência. Já Renata,

que gosta de viajar, produziu um mapa com os países que já visitou e os que ainda gostaria de visitar. Esse tipo de quadro reforça a observação de Fischer (2002b) de que o entendimento segundo o qual o telespectador deve ser “educado” pela mídia e por seus especialistas é cada vez mais comum nas produções da televisão brasileira. Outrossim, se aproxima da ideia da necessidade do “aval dos especialistas”.

No programa *Menos é demais*, os participantes são anônimos, entretanto, ao expor a intimidade sobre os hábitos de consumo na mídia, passam pelo processo de transformação da vida em espetáculo. Nesse sentido, “haveria uma incitação ao discurso sobre ‘si mesmo’, à revelação permanente de si, práticas que vêm acompanhadas de uma produção e veiculação de saberes sobre os próprios sujeitos e seus modos confessados e aprendidos de ser e estar na cultura em que vivem” (Fischer, 2002b, p. 43).

Por último, analisamos o “papel social” da TV e notamos que as narrativas do programa *Menos é demais* tentam incutir nos participantes certa consciência em relação ao consumo. Ao término do programa, Fernanda afirma: “A Fernanda consumista aprendeu a se controlar, a perceber as coisas que ela tem, a perceber o que realmente precisa e não precisa”. Em contrapartida, Renata considera a mudança de consumo anterior à chegada do programa: “Agora tenho que manter organizado. Com certeza vou dar conta desse desafio”. Assim, o programa transmite a mensagem de que é possível ser “feliz” com menos objetos, ganhar dinheiro com o que não tem utilidade e ajudar o próximo doando o que é considerado excesso.

### Considerações finais

A discussão que buscamos desenvolver reflete uma tentativa de entender a fabricação de discursos e narrativas em produções televisivas voltadas à temática do consumo consciente. Em uma abordagem qualitativa – na qual o próprio fato da existência da narrativa já justifica seu estudo – e a partir de uma leitura sobre os programas *Desengaveta* e *Menos é demais*, procuramos desenvolver um olhar voltado a questões relevantes e, talvez, paradoxalmente em voga. Ao mesmo tempo em que consumo é temática fundamental para pensar sobre os modos de vida no presente e no futuro, observa-se que falar, mostrar imagens e fazer comentários em redes sociotécnicas, em programas de TV e em outros espaços midiáticos sobre o sustentável é uma tendência que ganha cada vez mais espaço, considerando o cenário pandêmico que o mundo atravessa.

Produtos conectados em redes sociotécnicas (Latour, 1994) incorporam novas configurações sociais para produzir e circular conhecimentos. Em suma, hoje, consumo consciente, como discurso ou como produto, “vende” de forma potente face ao alcance das tecnologias da comunicação e da informação. Sobre a questão da comunicação, observamos a importância das estratégias do sensível (Sodré, 2006) na construção de uma atmosfera afetiva da mídia. Assim, observamos que as narrativas emocionais de vergonha construídas nos programas aqui analisados são tomadas em alguns momentos pela produção e, em outros, pelo consumo.

Em um momento em que são cada vez mais recorrentes programas focados no consumo consciente, é urgente a reflexão sobre a construção de narrativas acerca do que pode levar as pessoas a mudarem ou não a maneira como consomem. Com foco nesse aspecto e nas questões que suscita, inicialmente abordamos o discurso moral empreendido pela mídia sobre o consumo alheio. Posteriormente, tratamos do discurso emocional, mais especificamente, do sentimento de vergonha gerado diante do constrangimento de possuir objetos considerados em excesso. Por fim, analisamos o discurso midiático que se dirige a uma espécie de pedagogização, na qual os sujeitos são “educados” a consumir de maneira ambientalmente mais responsável.

Com a análise dos programas, observamos que a linguagem empregada em ambos é bastante similar e visa ao mesmo fim, ou seja, fazer com que tanto os participantes como os telespectadores repensem hábitos de consumo. Para que esse empreendimento seja bem-sucedido, os produtos midiáticos utilizam as técnicas de exposição do sujeito com a intenção de gerar constrangimento e, conseqüentemente, o sentimento de vergonha.



Não podemos deixar de apontar que a decisão dos indivíduos de operar ou não em consonância com os veículos de comunicação é uma escolha dentro do jogo social. Este estudo se propôs a refletir sobre a construção das narrativas midiáticas de consumo consciente e de sustentabilidade na TV a partir do moralismo e da vergonha. Assim, no que tange à questão colocada, observamos ao longo do estudo que as interfaces do discurso moralista e emocional estão presentes nas narrativas, nos gestos e até mesmo na construção de ambos os programas. Por fim, o que nos motiva é a observação de como esses discursos têm reverberado nos produtos midiáticos de forma a inspirar a replicação de programas sobre o tema.

## Referências

- BACCEGA, M. (1999). Comunicação e educação: Do mundo editado à construção do mundo. *Comunicação e Informação*, 2(2), 176-187.
- BACCEGA, M. (2009). Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. *Comunicação & Educação*, 14(3), 1-10. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v14i3p19-28>
- BAUMAN, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Zahar.
- BAUMAN, Z. (2008). *Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadorias*. Zahar.
- CAVALCANTI, N., & CALAZANS, F. (2019). *Comunicação, cultura e consumo: a moda e o consumo consciente* [Trabalho apresentado]. XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, Goiânia, GO, Brasil. <https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0404-1.pdf>
- ELIAS, N. (1994). *O processo civilizador: Uma história dos costumes*. Jorge Zahar.
- FISCHER, R. (1997). O estatuto pedagógico da mídia: Questões de análise. *Educação e realidade*, 22(2), 59-79.
- FISCHER, R. (2002a). O dispositivo pedagógico da mídia: Modos de educar na (e pela) TV. *Educação e pesquisa*, 28(1). <https://doi.org/10.1590/S1517-97022002000100011>
- FISCHER, R. (2002b). Uma análise foucaultiana da TV: Das estratégias de subjetivação na cultura. *Currículo sem fronteiras*, 2(1), 41-54. <https://biblat.unam.mx/hevila/CurriculosemFronteiras/2002/vol2/no1/3.pdf>
- FOUCAULT, M. (1985). *História da sexualidade III: o cuidado de si*. Graal.
- FOUCAULT, M. (1990a). *História da sexualidade I: A vontade de saber*. Graal.
- FOUCAULT, M. (1990b). *História da sexualidade II: O uso dos prazeres*. Graal.
- FOUCAULT, M. (1995). Tecnologías del yo. In M. Foucault, *Tecnologías del yo y otros textos afines* (pp. 45-94). Paidós/Universidad Autónoma de Barcelona.
- GOFFMAN, E. (2011). Constrangimento e organização social. In E. Goffman, *Ritual de interação* (pp. 95-109). Vozes.
- HOCHSCHILD, A. (2013). Trabalho emocional, regras de sentimento e estrutura social. In M. C. Coelho (Org.), *Estudos sobre interação* (pp. 169-209). EdUERJ.
- LATOUR, B. (1994). *Jamais fomos modernos: Ensaio de antropologia simétrica*. Editora 34.
- MARCELINO, R. et al. (2017, 4-9 de setembro). *O consumo consciente na moda: Um estudo sobre slow fashion* [Trabalho apresentado]. 40º Congresso Brasileiro

de Ciências da Comunicação, Curitiba, PR, Brasil. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1426-1.pdf>

MAUSS, M. (1969). L'expression obligatoire des sentiments : rituels oraux funéraires australiens. In M. Mauss, *Essais de sociologie* (pp. 81-88). Du Minuit.

PORTILHO, F. (2005). Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. *Cadernos EBAPE.BR*, 3(3), 1-12. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512005000300005>

REDAÇÃO Portal Ecoera. (2018, 6 de dezembro). Menos é demais *estreia segunda temporada no Discovery*. Portal Ecoera. <https://www.portalecoera.com.br/destaque/menos-e-demais-estreia-segunda-temporada-no-discovery>

ROCHA, E. (2005). Culpa e prazer: Imagens do consumo na cultura de massa. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 2(3), 123-138. <http://dx.doi.org/10.18568/cmc.v2i3.29>

ROCHA, E. (2006a). Coisas estranhas, coisas banais: Notas para uma reflexão sobre o consumo. In E. Rocha, M. Almeida, & F. Eugenio (Orgs.), *Comunicação, consumo e espaços urbanos: Novas sensibilidades nas culturas jovens* (pp. 15-34). Mauad.

ROCHA, E. (2006b). *Representações do consumo: Estudos sobre a narrativa publicitária*. Mauad.

SARLO, B. (1997). *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. UFRJ.

SCHEFF, T. J. (1990). Shame and conformity: The deference-emotion system. In T. J. Scheff, *Microsociology: Discourse, emotion, and social structure* (pp. 71-95). University of Chicago Press.

SIQUEIRA, D. C. O. (2015). Corpo, construção social das emoções e produção de sentidos na comunicação. In D. C. O. Siqueira (Org.), *A construção social das emoções: Corpo e produção de sentidos na comunicação* (pp. 15-35). Sulina.

SIQUEIRA, D. C. O., & FORTUNA, D. R. (Orgs.). (2019). *Narrativas do eu: Gênero, emoções e produção de sentidos*. Sulina.

SODRÉ, M. (2006). *As estratégias sensíveis: Afeto, mídia e política*. Vozes.

ZANOTTI, R. V., & CAROLINO, Y. F. (2019, 3-5 de junho). *Consumo sustentável no segmento da moda: Uma análise crítica dos "brechós"* [Trabalho apresentado]. XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vitória, ES, Brasil. <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-0199-1.pdf>

### Referências audiovisuais

BOUTIQUE FILMES. (Produtora). (2016-hoje). *Desengaveta* [Série de TV]. GNT.

F. J. PRODUCTIONS. (Produtora). (2017-hoje). *Menos é mais* [Série de TV]. Discovery Home & Health.

# É Preciso Nomear Ricardo: Jornalismo, História de Vida e Escrevivência

## Frederico de Mello Brandão Tavares

Professor Associado da Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop). Coordenador do GT Estudos de Jornalismo da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E-mail: fredtavares.ufop@gmail.com.

## Lucas Porfírio

Mestrando em Comunicação pela Ufop. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Jornalista pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). E-mail: lucasporfirio-94@hotmail.com.

**Resumo:** Publicada no site *BuzzFeed*, em outubro de 2017, a reportagem “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece”, do jornalista Chico Felitti recebeu cerca de um milhão de acessos em menos de 24 horas. O texto conta a história de vida de um “conhecido anônimo” do centro de São Paulo, cuja identidade se revela jornalisticamente nesse perfil ampliado que se tornou um conteúdo viral. A partir desse objeto, este artigo pergunta sobre uma “escrita ética” que perpassa e constitui o jornalismo e sua relação com o tempo presente, adotando duas questões de fundo conceitual-metodológico, costuradas uma à outra: 1. um olhar sobre mídia e alteridade; e 2. uma análise aplicada a partir do conceito de “escrevivência”. Problematiza-se como o relato jornalístico, encarado como potência tensionadora do mundo, permite encontros entre sujeitos “em narrativa” e funciona como espaço de inclusão e humanização.

**Palavras-chave:** jornalismo, reportagem, alteridade, escrevivência, história de vida.

### Se Necesita Nombrar a Ricardo: Periodismo, Historia de Vida y Escribir Vivencia

**Resumen:** Publicado en el sitio web de *BuzzFeed* en octubre de 2017, la noticia “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece”, del periodista Chico Felitti, recibió cerca de un millón de visitas en tan solo 24 horas. El texto cuenta la historia de vida de un “conocido anónimo” del centro de São Paulo, cuya identidad se revela periodísticamente en este perfil ampliado que se volvió viral. A partir de este objeto, este artículo plantea la pregunta por una “escritura ética” que permea y constituye el periodismo y su relación con la actualidad, fundamentándose en dos temas de base conceptual-metodológica entramados entre sí: 1. una mirada a los medios y la alteridad; y 2. un análisis desde el concepto de “escribir vivencia”. Se discute cómo la narrativa periodística, con un amplio poder en el mundo, permite encuentros entre sujetos “en narrativa” y funciona como un espacio de inclusión y humanización.

**Palabras clave:** periodismo, noticia, alteridad, escribir vivencia, historia de vida.

### Ricardo Must be Named: Journalism, Life History and Writing Experience

**Abstract:** Published on the *BuzzFeed* website in October 2017, the article entitled “Fofão from Augusta? Who calls me this way doesn’t know me”, written by the journalist Chico Felitti, received about one million visits in less than 24 hours. The text expatiates on the life story of an “anonymous famous person” from São Paulo downtown, whose identity is revealed – journalistically – in this registered profile that went viral. From this object, this article examines an “ethical writing” that permeates and composes journalism and its relationship with the present time based on two interconnected conceptual-methodological questions: 1. a look at the media and its alternations; and 2. an analysis based on the concept of “the writing experience”. The work discusses how the journalistic report, seen as a tensioning power, enables the encounter among “narrative” individuals, working as a locus for inclusion and humanization.

## Histórias de vida jornalísticas como encontro

<sup>1</sup> Segundo Al-Rawi (2017, p. 69), “Viral News is defined as networked news stories that spread online mostly through social media in a much faster and wider manner than other news stories”.

<sup>2</sup> Lopes (2008, p. 377) discorre sobre a “lenda urbana” como um “gênero narrativo em ampla circulação nas sociedades contemporâneas” Segundo o autor, “a lenda circula em uma comunidade, isto é, num contexto reconhecível a membros de uma comunidade. Portanto, quem a conta faz parte também dessa comunidade e compartilha com ela suas práticas discursivas e suas regras de funcionamento – regras essas mais ou menos conscientes, mais ou menos anônimas”. E as “lendas contemporâneas” ou urbanas são “histórias ambivalentes, que lidam com elementos imediatamente reconhecíveis e cotidianos (o mundano), mas que estão de algum modo ‘fora da ordem’ (o extraordinário)” (2008, p. 378). Dion (2008, p. 1) sintetiza essas ideias: “As lendas urbanas são narrativas coletivas carregadas de efeitos de verdade e de apelo à autoridade que fazem parte do conhecimento popular e da cultura informal”.

<sup>3</sup> O site *The book review* (<https://bit.ly/3wCzpgl>) traz uma resenha do livro e uma série de *podcasts* que alargam o conteúdo da reportagem impressa.

<sup>4</sup> Segundo Goffman (1975), o conceito de estigma aponta para determinações previstas pelas pessoas “normais” sobre as “categorias e os atributos” de um “estranho que se aproxima”. Nas palavras do autor, “enquanto o estranho está à nossa frente, podem surgir evidências de que ele tem um atributo que o torna diferente de outros que se encontram numa categoria em que pudesse ser incluído, sendo, até, uma espécie menos desejável... Assim deixamos de considerá-la criatura comum e total, reduzindo-a a uma pessoa estragada e diminuída” (1975, p. 12).

<sup>5</sup> Ao longo do texto, traremos vários fragmentos de falas do autor, complementando de forma documental o nosso todo analítico.

No dia 27 de outubro de 2017, a reportagem “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece” (Felitti, 2017a<sup>1</sup>), assinada pelo jornalista Chico Felitti, foi publicada no site *BuzzFeed*. Em menos de 24 horas, o texto recebeu cerca de um milhão de acessos. Tornou-se um viral<sup>1</sup>. Nas redes sociais digitais, o incalculável compartilhamento do texto oscila entre duas razões: por um lado, chamava a atenção pela qualidade do texto jornalístico; por outro, vendia a possibilidade de acesso à “história por trás de uma das lendas urbanas mais conhecidas de São Paulo”<sup>2</sup>, como mencionado pelo próprio Felitti no material. Em fevereiro de 2019, a Editora Todavia lançou a obra *Ricardo e Vânia* (2019a), que compartilha a história de Ricardo Corrêa da Silva, personagem central da reportagem. O livro amplia a narrativa jornalística inaugural, trazendo para o enredo a trajetória de Vânia, namorada de Ricardo<sup>3</sup>. Em complemento a essa repercussão – da reportagem ao livro –, a história contada por Felitti vai ser também adaptada para o cinema. Os direitos foram adquiridos pela produtora e distribuidora RT Features, do brasileiro Rodrigo Teixeira, produtor do longa *Me chame pelo seu nome* (2017), filme vencedor do Oscar de “Melhor Roteiro Adaptado”, em 2018.

O texto inaugural sobre Ricardo é um misto de escrita jornalística e perfil biográfico, entrelaçados por uma vivência que vai, literalmente, dar nome e sobrenome a um personagem simbólico da capital paulista, mas, mais que isso, a um sujeito cuja diferença chama a atenção para o que há de comum na vida: a potência da/na história de cada um.

O maquiador e cabeleireiro Ricardo Corrêa da Silva teve uma carreira de sucesso na capital paulista nos anos 1970 e 1980, e se tornou, anos mais tarde, artista de rua e entregador de panfletos, residente da região da Rua Augusta. Foi ali que seu apelido, “Fofão da Augusta”, o fez famoso por outros atributos. Não era mais conhecido como um talentoso profissional da beleza, mas como alguém de rosto disforme, de bochechas e pele caídas, aparência que o assemelhava ao personagem televisivo brasileiro de mesmo nome, da década de 1980. Essa espécie de “máscara dissolvida”, conta Felitti, é resultado de um movimento corporal interno de “derretimento” dos cerca de três litros de silicone que Ricardo Corrêa injetou no próprio rosto ao longo da vida.

A fama pelo estigma<sup>4</sup>, que o tornou uma figura urbana mítica, explica a valoração que o texto recebeu a partir da reportagem viral do *BuzzFeed*. Assim como dá contornos a um referente jornalístico, oferece uma pauta que traz consigo uma demanda cujo gancho carrega uma espécie de alteridade inevitável. É nesse lugar da relação, na oscilação entre o abraçar e o estranhar, que os dizeres de Chico Felitti situam-se e nos levam a olhar para a sua reportagem, objeto deste artigo, com uma pergunta que perpassa o seu fazer.

No canal da Editora Todavia no Youtube, Felitti (2019e) argumenta em prol da necessidade de, “num momento [dias atuais] de tão pouca aceitação e tão pouco diálogo, você mostrar a vida de alguém que é tido como um marginal, ... que parece não ter valor nenhum para algumas pessoas”, pois isso “humaniza a diferença”, diz. O autor explica sua proposta de colocar em contato os leitores com uma pessoa aparentemente “díspar”, mas que possui similaridades com todos e que, “no fim, é só um humano”. O jornalista, em várias entrevistas, reforça essa ideia de “superação da curiosidade”<sup>5</sup>.

Se a reportagem viralizou por sanar e despertar o interesse em uma identidade paradoxalmente anônima e conhecida – e isso vale tanto para Felitti, que tentou por 12 anos entrevistar Ricardo, quanto para os leitores que acessaram a reportagem e a compartilharam –, o seu resultado é o de uma experiência de aproximação. O repórter, em conversa com a jornalista Regina Volpato, em maio de 2019, reafirma essa premissa: “jornalismo serve para humanizar todo mundo”. É preciso, afirma, “ver-se ver no Outro” e tentar achar “a reconciliação com a diferença” a partir do diálogo.

<sup>6</sup> Pode-se dizer que Felitti “foge” das noções de entrevista e entrevistador “clássicos”. No sentido explicado por Martinez (2015, pp. 86-87), “diferentemente da entrevista jornalística, em geral mais breve, a coleta de uma história de vida pressupõe necessariamente um entrosamento maior com o entrevistado, visto que a entrevista pode ser única, seriada ou múltipla; estimulada ou não com fotos, vídeos e outros documentos em geral; diretivas (com auxílio de uma pauta previamente elaborada com perguntas ou questionários) ou abertas; longas ou breves. Cada caso revelará a abordagem ideal. Qualquer caminho escolhido, o importante é que se crie um campo para o diálogo de fato... um caminho para a tentativa de compreensão profunda do outro”.

O processo de produção de um relato de vida, como é o caso da reportagem/perfil realizada por Chico Felitti, reflete, em seus bastidores, tanto a dinâmica plural do(s) encontro(s) entre entrevistador e entrevistado(s)<sup>6</sup> – a elaboração do texto durou quatro meses e envolveu muitos encontros, além de fases de apuração –, quanto dilemas advindos do próprio processo. Se cabe ao pesquisador/jornalista ir além da simples obtenção de informações do outro, valorizando “a própria natureza da relação estabelecida com o informante” (Fernandes, 2010, p. 21), é preciso lidar com as questões éticas que aparecem nessa ambiência. Não apenas no sentido jornalístico, deontológico, mas também no sentido humano, de uma relação e de uma vida que se contam pela relação. Para uma matéria do canal Metrôpolis, de 8 de abril de 2019 (Felitti, 2019d), Felitti afirmou: “Eu não sabia se eu tinha direito de contar essa história.... Você não quer escrever para discriminar essas pessoas, ...você quer escrever para aproximar, você quer escrever para mostrar o que há de humano em todo mundo”. Felitti chega a dizer – em entrevista ao jornalista Luís Antônio, em 10 de maio de 2019, na ocasião do lançamento do livro *Ricardo e Vânia* (2019a), em Araraquara, cidade natal de Ricardo Corrêa – que a reportagem sobre o artista Ricardo Corrêa da Silva tinha sido, até aquele momento, o maior desafio ético de sua carreira de mais de 10 anos (Felitti, 2019b):

*Foi a maior dúvida ética que eu já encontrei na minha carreira e que possivelmente eu vá encontrar. Tomara que eu encontre outra “pior”, outra mais emaranhada, mas a minha questão era: “eu tenho direito a contar essa história”? Por várias questões: por ser uma pessoa fragilizada, por ser uma pessoa que tinha uma doença mental – ele era esquizofrênico e às vezes se medicava e às vezes não se medicava... Em que eu me escorei para resolver essa questão ética: eu fui conversar com os jornalistas que eu mais respeito, fui ouvir a opinião deles; eu perguntava a cada encontro com ele (Ricardo), eu mostrava o gravador e falava “nós estamos fazendo uma matéria, tudo bem fazer uma matéria da sua vida?”; eu pedia consentimento a ele a cada vez, não foi uma vez só, lembrava a ele o tempo inteiro que a gente estava contando aquela história... mas ainda assim foi um pulo no escuro, eu não sabia o que ia acontecer.*

Tomadas essas duas dimensões principais – a do encontro do jornalismo com histórias de vida e a daquilo que emerge desse encontro –, este texto pergunta sobre uma “escrita ética” que perpassa e constitui a reportagem “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece”, adotando outras duas questões de fundo conceitual-metodológico, recorridas devido à natureza do objeto: 1. um olhar sobre jornalismo, alteridade e sobre o diálogo entre ambos, considerando as emergências e complexidades da vida social; e 2. uma reflexão sobre narrativas possíveis que estejam contidas no escopo do jornalismo e que o extrapolem, tendo em conta o conceito de “escrivência” (Evaristo, 2005; 2006; 2007) e sua fabulação como potência para revelar e perguntar acerca de encontros entre sujeitos “em narrativa”<sup>7</sup>. O conceito de Evaristo (2005; 2006; 2007), apesar de nascer de outro lugar – da necessidade autoral de afirmar a complexidade das subjetividades femininas, negras e brasileiras –, potencializa e oferece uma possibilidade de problematização e análise do movimento realizado por Felitti. Além disso, também possibilita refletir sobre aquilo que o jornalista traz a partir da reportagem: um encontro que aciona a escrevência de uma relação.

<sup>7</sup> Soares e Machado (2017) recuperam essa potência metodológica do conceito de “escrivência” a partir de um estado da arte sobre a obra e as narrativas ficcionais de Conceição Evaristo.

Esses eixos interpretativos ajudam a compor um substrato epistemológico sobre o narrar contemporâneo como gesto amplo e necessário de resistência e inclusão, bem como a refletir sobre limites e fronteiras desse processo.

### Jornalismo e atualidades alternativas

Como sabemos, no jornalismo “hegemônico”, de “referência” (Zamin, 2015), o curioso, o inusitado, o conteúdo “que chame a atenção pela articulação de elementos a princípio incongruentes em sua própria composição” (Lopes, 2008, p. 386), apresenta-se no âmbito das notícias cotidianas como *fait divers*. Sua estrutura, num primeiro raciocínio, é a da simplificação de um fato e sua redução condicionada pela “existência sem contexto” – se quisermos sintetizar rapidamente os dizeres de Roland Barthes (1964) sobre o conceito. Foucault (1973, p. 269 citado por Dion, 2007, p. 128) lembra que as narrativas de *fait divers* permitem “mudar

de escala, crescer em proporções, fazer aparecer o grão minúsculo da história, abrir ao cotidiano o acesso da narração”. Ou, como afirma Dion (2007, p. 128), tais narrativas “sugerem a existência de uma outra realidade, misteriosa, em que as noções de destino, de fatalidade, de providência e de milagre, suplantam as do acaso, da coincidência, da sorte, do azar” e, por isso, “arremessam a dúvida sobre a coerência do mundo” (2007, p. 128).

Em contraste, a grande reportagem jornalística não pode ser considerada uma expressão dos *fait divers*. Muito mais que isso, pode ir além deles e os complexificar em outras ordens, como no compromisso, segundo Marli dos Santos (2009, p. 26), de ser “fértil para os desvendamentos e revelações do cotidiano, para mostrar as diversas vozes, os diversos saberes, as diversas realidades, os diversos grupos e suas identidades, as histórias de vida”. A reportagem “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece” vai nesse sentido. Parece escapar ao simples inusitado e promove tensionamentos. Ao se abrir para além da superfície do incomum, fazendo este encontrar-se com o seu complemento de ordinariedade – a humanidade que o perfaz –, a reportagem não apenas ultrapassa o lado *fait divers* da lenda urbana<sup>8</sup>, mas também o atualiza em uma outra direção, assumindo, pelo próprio texto, uma dupla “outridade”: com Ricardo (pelo texto e por Chico) e com o jornalismo (por Ricardo).

<sup>8</sup>“A lenda contemporânea ou urbana é uma narrativa oral, exemplar, coletiva, anônima, que possui uma mensagem implícita e uma moral escondida à qual nos ligamos. Ancorada na cidade e na modernidade, baseada na crença, requerendo igualmente a cumplicidade de um ouvinte, a lenda urbana tem por objetivo explicar o inexplicável e o incompreensível, de acordo com o sistema de valores, a época e a visão de mundo da comunidade na qual ela se inscreve” (Dion, 2008, pp. 5-6).

Como afirma João Pissarra Esteves (2016, p. 10), “a deontologia não pode ser considerada uma base satisfatória para construção de um raciocínio ético propriamente dito”. Nesse sentido, a reportagem que aqui problematizamos, mais que apenas abrir um horizonte normativo, também o atualiza, descontextualizando e recentralizando um fazer escriturístico. Não carrega em si uma novidade, já que existem exemplos para esse tipo de exercício jornalístico que vai “contra a corrente”, bem como reflexões sobre ele (Freitas & Benetti, 2017; Guareschi, 1998; Lago, 2010; Medina, 2008a; 2008b; Resende, 2009a; 2009b; 2014; Soster & Piccinin, 2016; 2017). No entanto, chama a atenção para o entendimento acerca de um encontro (entre fonte e jornalista) e de um tipo de narrativa que não diz respeito apenas a um gesto autoral (subjeto ou naturalmente “humanizado”), mas que carrega consigo um “eu coletivo”, aquilo que, a seguir, indicaremos como uma “escrita ética”.

Marques e Martino (2016, p. 40) reivindicam que:

Uma ética da comunicação deve contemplar o desejo e a necessidade de estar com o outro, de acolhê-lo, de respeitá-lo, de aceitar o desafio que o outro nos lança por meio de sua singularidade, de sua diferença. O encontro com o outro, seja na comunidade ou pela via das representações midiáticas, deveria expressar sempre de forma agonística (e não meramente antagônica), na qual um indivíduo incita o outro por meio da dúvida e do estranhamento.

Os autores lançam mão da ideia de “solidariedade”, apoiados em Cohen e Arato (1992) e Herrero (2002) para indicar que o encontro do sujeito midiático com outros sujeitos, ou mesmo entre sujeitos comuns, deve ser marcado por uma corresponsabilidade, por um “ser com os outros” e pelo compartilhamento de um contexto de vida. “Representações do mundo do outro ou da dor do outro ativam constantemente sentimentos morais, os quais podem nos responsabilizar pelo bem-estar de outros, estejam eles ou não distantes no espaço e no tempo” (Marques & Martino, 2016, p. 64). Valem-se, nessa perspectiva, de uma “criação e recriação de relações intersubjetivas”, cujo mote volta-se ao respeito mútuo, à promoção de interesses coletivos e às “singularidades e... demandas éticas das existências particulares” (Marques & Martino, 2016, p. 65).

Boaventura de Sousa Santos (2001), em entrevista na qual aborda o “multiculturalismo emancipatório”, entende que pensar “contra-hegemonicamente” solicita caminhar por percursos “alternativos”: “modos alternativos de pensar”, “culturas alternativas”, “conhecimentos alternativos”. Santos (2001) defende a ideia de que, de um ponto de vista emancipatório, “as culturas são todas elas diferenciadas internamente e, portanto, é tão importante reconhecer as culturas umas entre as outras, como reconhecer diversidade dentro de cada cultura e permitir que dentro da cultura haja resistência, haja diferença” (2001, p. 21). Em reflexão posterior (2007), o autor

refere-se a uma “contra-noção” em relação ao abissal pensamento moderno ocidental, advogando que “a primeira condição para um pensamento pós-abissal é a *copresença* radical. A copresença radical significa que práticas e agentes de ambos os lados da linha são contemporâneos em termos igualitários. Implica conceber simultaneidade como contemporaneidade, o que requer abandonar a concepção linear de tempo” (Santos, 2007, p. 85).

Assim, a opção [narrativa] pela resistência, como resultado de um encontro ético-político e caminho epistemológico, opera tanto no sentido de uma transformação, quanto no sentido de uma potência. Nos dizeres de Butler (2015), “teorizar a partir das ruínas do *Logos*” implica problematizar sobre como as construções hegemônicas sobre os corpos “produzem não somente o terreno dos corpos inteligíveis, senão também um domínio de corpos impensáveis, abjetos, invivíveis e não dotados de vida (*unthinkable, abject, unlivable bodies*)” (Butler, 2015, p. 15). Ou, refletindo junto com Agamben (2010), acender o olhar para aqueles de “vida sem valor”; ou, mais ainda, aliados a Mbembe (2018), elevar o jornalismo a um *topos* de combate às ramificações da necropolítica<sup>9</sup> na vida cotidiana hodierna.

<sup>9</sup> Segundo Mbembe (2018), a necropolítica diz respeito ao poder, existente na sociedade capitalista atual, de determinar quem deve viver e quem deve morrer.

É um poder que dita sobre a vida e a morte, a partir de uma disposição sobre o *status* político dos indivíduos, de forma arbitrária e inumana.

Jornalisticamente, isso poderia sugerir a inserção do jornalismo numa “ecologia de saberes” que, mais que romper com uma linguagem e técnica, assume sobre estes outros modos de prática e experiência, outros modos de “intervenção no real”. Não se abandona, por exemplo, uma deontologia, mas atualiza-se suas dimensões assumindo leituras “novas” sobre o real ou, melhor dizendo, leituras e escritas que estão no bojo das resistências contemporâneas.

As perspectivas de humanização e resistência na narrativa e de rompimento com o anonimato, as quais dão “vida” às pessoas por meio da construção de suas histórias, não são exclusivas ao jornalismo, como se sabe. Há distintos campos do saber que lidam com esse processo, conceituando-o e problematizando-o (Arfuch, 2002; 2010; Bertaux, 2010; Bruner & Weisser, 1995; Duero, 2006; Larrosa, 2004; Puyana Villamizar & Barreto Gama, 1994). Metodologicamente, acolhida transversalmente em trabalhos de pesquisa, principalmente nos de natureza (auto)biográfica, a história de vida seria uma técnica que se coloca “no ponto de interseção das relações entre o que é exterior ao indivíduo e o que ele traz no seu íntimo (o social e o individual)” (Fernandes, 2010, p. 29). Através dela, seria possível “apreender o socialmente vivido, o sujeito em suas práticas, tentando perceber de que maneira ele aborda as condições sociais que lhe são particulares” (Fernandes, 2010 p. 29).

No caso do jornalismo, pensar a elaboração de “histórias de vida” é colocar em cena não um “método em si”. A história de vida emerge, ali, como resultado – um texto a ser lido – e como gesto narrativo de resistência, que traz à luz histórias pouco contadas ou “mal” contadas, já que a padronização do narrar jornalístico, em termos gerais, caminhou, historicamente, muito mais pelo lado da homogeneidade e do estereótipo do que rumo à diversidade – como refletem criticamente Karam (1997; 2004) e Moraes (2018). Assim, pensar a história de vida inserida nesse contexto seria, como defendemos, considerar pelo menos a promoção de dois encontros que possuem dimensão dialógica: o de um/a jornalista com um/a perfilado/a, biografado/a ou entrevistado/a; bem como o da informação – como dado, técnica noticiosa e produto – com a(s) subjetividade(s).

Caldeira (1980, p. 12), explica que no ato de “solicitar a alguém que relate sua vida está contido um reconhecimento da individualidade, um respeito àquela vida que afinal não é qualquer vida, mas uma vida particular: a sua vida”. A entrevista seria uma espécie de ferramenta para dar voz aos/às sujeitos/as, tirar uma pessoa do anonimato, dar relevância “a uma vida marcada pelo sofrimento, pela angústia, pela luta: uma vida cujo relato só pode ser marcado pelo sofrimento, pois além de ser sua parte integrante, é ele que de alguma maneira lhe confere dignidade” (Caldeira, 1980, p. 12). Mesmo que defendamos que a história de vida ultrapasse relatos de dor e luta, podendo também incluir, no jornalismo, perspectivas de resistência por outros vieses, como o do humor, do riso, da subversão pela felicidade, em ambos os casos – dor e alegria – é a expressão da subjetividade e sua valorização que deve vigorar.

Marta Maia (2006), baseada em Paul Thompson (1992), reforça essa dinâmica e a amplia, refletindo sobre o papel da inclusão de sujeitos e histórias pelo jornalismo, não importando quem seriam esses protagonistas e suas trajetórias. Há um olhar sobre a potência da narrativa para além de um recorte. A pesquisadora aproxima o jornalismo da História Oral e explica que, no caso de “perfis humanizados”, onde também, de certa forma, se situa o tom da reportagem de Felitti, “deve-se levar em consideração uma trajetória de vida, uma experiência que é singular” (Maia, 2006, p. 145). Nesse sentido, o encontro entre narrador e entrevistado “pode representar um momento de mergulho na existência humana, não um mero desfilar de descrições cronológicas da vida de uma pessoa” (Maia, 2006, p. 145). É quando o jornalista deve deixar “a sensibilidade aflorar, já que não há regras definitivas para uma situação de empatia que, ao ocorrer, poderá abrir o flanco de muitos entrevistados, sejam famosos ou anônimos” (Maia, 2006, p. 145).

A subjetividade como essência narrativa é de onde parte a ideia de escrevência, potencializada por Conceição Evaristo. Apesar de se localizar na ficção literária, trata-se de uma lógica de escrita comprometida com a narrativa de experiências vivenciadas, a princípio pela autora, mas que possuem um viés coletivo, já que encarna a voz de um sem número de mulheres negras e brasileiras. Evaristo (2007) afirma que sua escrita é uma maneira de suportar o mundo e questioná-lo. Soares e Machado (2017, p. 207) refletem que a escrevência carrega “uma dimensão ética ao propiciar que a autora assuma o lugar de enunciação... de alguém que evoca, por meio de suas próprias narrativa e voz, a história de um ‘nós’ compartilhado”. Nesse sentido, olhar para a escrevência é reconhecer nela uma espécie de “estatuto de escrita”, que coloca em cena um lugar ético-político, mas também faz valer a possibilidade de uma narrativa de humanização e resistência, uma fala que “estilhaça a máscara do silêncio”, como disse Evaristo em entrevista cedida à revista CartaCapital (<https://bit.ly/3vvybBO>). Seria possível falar de uma escrevência jornalística?

### A escrevência como caminho e registro para uma escrita ético-política

Antes de adentrar na materialidade da escrevência, é importante pensar o trabalho dos e das intelectuais negros e negras, já que os assuntos estão estreitamente relacionados. Quando reconhecemos o papel desses sujeitos, o fazemos de um lugar marcado, conforme nos alerta Rosane Borges (2020)<sup>10</sup>. A professora afirma que, ao enxergá-los apenas como a “feminista negra” ou a “escritora negra que fala sobre as questões negras”, reduzimos o alcance desses intelectuais, das nossas referências. Ao abordarem essas temáticas, esses intelectuais não só estão trazendo para discussão pontos de vista diversos, mas também estão proporcionando um novo paradigma para pensar a existência.

“Escrivência” é um termo que consegue ir além de um conceito. É uma plataforma teórica, metodológica, metódica, que propicia àqueles que a utilizam pensar as escritas subalternizadas, esquecidas, que partam do lugar do silenciamento e da negação (Barossi, 2017). É um operador para produção de textos dos condenados e das condenadas da terra<sup>11</sup>, para além do registro literário (Borges, 2020).

Esse sistema de escritura, instaurado pela escritora Conceição Evaristo, pode contemplar qualquer texto que venha do lugar da subalternização, da reivindicação de acesso a uma soberania negada, uma vez que, ao trazer à tona uma memória subterrânea, ela o faz em uma tentativa de liberação de um passado fadado ao esquecimento e à invisibilidade.

O conceito de escrevência, pensado a partir da obra de Evaristo, demanda uma escrita que não se pretende imparcial, mas sim uma escrita que se posiciona politicamente. Ao criar o termo escrevência, definindo com ele seu modo de escrever, a escritora traz mais que uma palavra nova, ela fala de e com aqueles que são socialmente excluídos, pois, para ela, “a escrevência não pode ser lida como histórias para ninar os da casa grande, mas sim para incomodá-los em seus sonos injustos” (Evaristo, 2007, p. 21). É nessa perspectiva que:

<sup>10</sup> A referência a Borges (2020) trata-se de fragmentos da participação da pesquisadora – Rosane Borges – em uma *live* transmitida em redes sociais digitais no dia 4 de maio de 2020, intitulada “Escrivência como sistema de escritura em Conceição Evaristo”. O registro da divulgação está disponível (<https://bit.ly/3cPeeA4>), mas a gravação da transmissão não foi disponibilizada até o fechamento deste texto.

<sup>11</sup> Em *Os condenados da terra*, Fanon (1968) aborda o trauma do colonizado apresentando a montagem das estruturas da sociedade colonial em que o sujeito nativo encontra-se em um espaço confinado e restrito, enquanto o colonizador rege.



percebemos na escriturização afrofeminina um estilo marcado por simbologias, metalinguagens e intertextualidades, construindo uma poética de resistência – caracterizada por um movimento de cobrança e denúncia, por meio de uma revisão histórica e social e de afirmação de identidade, através da reconstrução de uma tradição (ancestralidade africana, religiosidade, cultura) e da reescrita da história. (Ferreira, 2013, p. 68)

Conforme explica Borges (2020), a oralidade que é mobilizada nos textos da escriturização está extremamente associada a uma forma de escrita, ao gestual e às corporeidades. Sendo assim, o que Conceição Evaristo cria é um sistema de escritura, pensando o conjunto de elementos autor/obra.

A escriturização visa ao questionamento e às modificações na sociedade, trazendo uma discussão acerca da realidade da mulher negra e de outros sujeitos negros no Brasil (no caso de Conceição Evaristo, essa é uma temática principal), que também pode ser aplicada na análise de outros sujeitos subalternizados (Spivak, 2010). Pela escriturização, é possível dar uma dimensão de reposicionamento da narrativa desses sujeitos (o que seria também um aspecto da história de vida, uma vez que a história de vida reposiciona a narrativa dos sujeitos os quais aborda). Com isso, sob o ponto de vista de uma escrita acadêmica, cinematográfica e jornalística, existe a possibilidade de rever memórias lidas como absolutas.

Ao pensar esses sujeitos e suas histórias de vida, Evaristo propõe também pensar o corpo enquanto texto, como condição de experiência. Assim, mais que evocar um lugar de fala (que está para além da reivindicação individual de onde se vive), é evocada a fala como lugar. Para Borges (2020), o sujeito subalternizado já tem o seu lugar de fala marcado, que é o lugar do subalterno. A escriturização tem a potência de subverter essa lógica, possibilitando a fala de um lugar que ultrapassa essa categorização.

Evaristo (2007), ao falar de sua escrita, diz que ela é resultado do acúmulo de tudo o que ouviu desde criança, das histórias de sua casa, vizinhança, dos relatos, histórias que as crianças não podiam ouvir:

Eu fechava os olhos fingindo dormir e acordava todos os meus sentidos. O meu corpo por inteiro recebia palavras, sons, murmúrios, vozes entrecortadas de gozo ou dor dependendo do enredo das histórias. De olhos cerrados, eu construía as faces de minhas personagens reais e falantes. Era um jogo de escrever no escuro. No corpo da noite. Na origem da minha escrita, ouço gritos, os chamados das vizinhas debruçadas sobre as janelas, ou nos vãos das portas contando em voz alta uma para as outras as suas mazelas, assim como as suas alegrias. Como ouvi conversa de mulheres! Falar e ouvir entre nós era talvez nossa única defesa, o único remédio que possuíamos. (Evaristo, 2007, p. 19 citado por Ferreira, 2013, p. 49)

Logo, os textos da escriturização não surgem do nada, mas das experiências de quem escreve, de forma que o/a autor/a transpõe para o seu texto quem é, suas crenças e suas lutas, bem como o que já viu, ouviu e viveu. Como afirma Evaristo, a escrita surge a partir da observação do espaço em que se vive, das pessoas que são capazes de afetar e, assim, virarem personagens. Em uma entrevista para o jornal Nexo em 2017, a autora disse, em entrevista cedida ao Nexo Jornal (Evaristo, 2017) acreditar que é difícil que a subjetividade de um escritor não contamine sua escrita:

De certa forma, todos fazem uma escriturização, a partir da escolha temática, do vocabulário que se usa, do enredo a partir de suas vivências e opções. A minha escriturização e a escriturização de autoria de mulheres negras se dá contaminada pela nossa condição de mulher negra na sociedade brasileira. Toda minha escrita é contaminada por essa condição. É isso que formata e sustenta o que estou chamando de escriturização.

Dentro da escriturização, o pensar em si também é pensar no coletivo. Quando se pensa em si mesmo em condições adversas, ocorre a reinauguração do lugar da subalternização, que desloca o sujeito desse lugar. Um de seus preceitos é a consciência de que há um “eu coletivo”, o qual implica que o autor sabe que não

está dialogando sozinho, mas sim com aqueles que muitas vezes são invisibilizados (Ferreira, 2013). Ele sabe da responsabilidade que tem ao dar voz àqueles que não possuem condições de falar, pois ele se torna porta-voz. Isso significa que, ao entrelaçar o eu e o coletivo a partir das escritas subalternizadas, o pensamento e a existência também se correlacionam (Borges, 2020).

Ao tecer a instância pessoal e política em duas camadas, a escrivência confronta uma tradição ocidental de uma suposta “neutralidade” em que não se fala de si nas narrativas. Nessa linha de pensamento, ao olhar a escrivência como uma potência metodológica da escrita e a aproximar do fazer jornalístico, no qual o repórter se posiciona, abdicando do pressuposto de imparcialidade do jornalismo em relação a sua escrita e trazendo ao texto a realidade daqueles que são silenciados, entende-se que o jornalista responsabiliza-se moral e socialmente. O jornalista não está desassociado do mundo, por isso, ele pratica uma escrivência quando assume sua condição de sujeito e a partir dela representa a vida por meio da escrita. Não se trata da escrivência de um autor que se narra autobiograficamente, mas daquela que emerge da relação, como modo narrativo que empresta seu mote de resistência para a construção humanizada de um personagem, fazendo valer um diálogo “entre” alteridades.

O jornalista Felitti, ao elaborar a reportagem para o *BuzzFeed* sobre Ricardo Corrêa da Silva, o “Fofão da Augusta”, artista de rua da cidade de São Paulo, mesmo que desconheça o conceito, empreende uma escrivência “intuitiva” como força em seu trabalho. A história de Ricardo é, também, a história dos subalternizados, dos silenciados. Lugar no qual o próprio Felitti se reconhece, como sujeito LGBTQ, agregando a ele um laço junto ao seu entrevistado Ricardo e à história que ambos narram a partir do encontro: “Nós gays, todos os LGBTQs, devemos muito a essa geração que existiu, a resistência deles foi existência”, disse ele em entrevista ao canal Metrópolis (Felitti, 2019d).

Ao buscar a identidade de Ricardo Corrêa da Silva, o jornalista deixa de enxergar apenas como um personagem caricato. O movimento de ir ao cartório de Araraquara para tentar encontrar o registro civil do artista de rua extrapola a apuração jornalística. Essa ação pode ser entendida como a busca pelo reconhecimento desse sujeito como ser humano, indivíduo detentor de subjetividade que ultrapassa a figura pressuposta por todos que o conheciam. Conforme afirmado por Felitti em entrevista ao canal Livrada, realizada durante a Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP) de 2019 (Felitti, 2019c), ele tenta dar uma história de vida para aquele sujeito até então registrado como indigente no Hospital das Clínicas e indigente para a sociedade. E tal condição identitária também é condição para o “encontro jornalístico” vivido por Chico e Ricardo.

Felitti demonstra sensibilidade e preocupação em não reproduzir o olhar objetificador com o qual Ricardo se acostumou na capital paulista, fazendo valer uma alteridade “em ação”. Ricardo deixa de ser um desconhecido e passa a ter um nome, o que torna possível falar junto a ele. É nesse contato com o Outro em que o jornalista se deixa perpassar e se reconhece enquanto ser humano, apontando para uma ética comunicativa que terá “reflexos” políticos na reportagem como produto final. Aos modos de uma escrivência, busca a representação de um sujeito em seus desejos, angústias, sonhos, enfim, em sua humanidade.

Uma análise da reportagem que especule sobre aquilo que desperta e torna possíveis seus milhares de compartilhamentos nas redes sociais seria, sem dúvida, outro caminho interessante de observação. Por ora, atentemo-nos ao “acontecer” da escrivência nela encarnado e a sua revelação pela materialidade dos dizeres.

### **Escrever na relação com o Outro**

Pode-se dizer que as noções de “histórias de vida” e “escrivência”, a partir de suas características já apontadas anteriormente, têm como ponto de encontro uma demanda: um escritor, jornalista, roteirista ou qualquer pessoa que a elas se ativer necessitará de um olhar atento, sensível e respeitoso acerca do seu entrevistado. É na busca pelo olhar ético e pela ética de um olhar, que será possível adentrar o mundo que o cerca e melhor compreendê-lo.

Tomando a dimensão da “história de vida” que perpassa constitutivamente a reportagem “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece” (2017a), é possível notar alguns traços que se identificam com o conceito de escriturabilidade. O primeiro aspecto é a potência narrativa, qualidade que levou a reportagem a virar livro (editado pela Todavia), com futura adaptação para o cinema. Ao contar a história de Ricardo Corrêa da Silva, o jornalista também produz literatura, um dos espaços onde a escriturabilidade encontra melhor a possibilidade de se manifestar. Felitti renuncia ao modelo tradicional de reportagem e mergulha na apuração da vida do conhecido artista e, junto a sua mãe, se torna responsável por revelar a identidade daquele personagem paulistano.

A escriturabilidade e a história de vida surgem, em grande parte, na oralidade. O sujeito entrevistador trabalha com indivíduos de identidades múltiplas, não apenas documentos. Assim, mesmo que o entrevistador tenha um olhar crítico, ele vai possuir um certo nível de envolvimento com a sua fonte. A história de Ricardo também nasce por uma “primeira oralidade”, a do imaginário e da cultura urbana. Felitti, no perfil, diz “ele virou uma espécie de lenda urbana por causa da sua aparência: há alguma substância sob a pele do seu rosto que faz sua cabeça parecer duas vezes maior; suas bochechas pendem, quase soltas, como as do personagem que apresentava um programa infantil na TV aberta nas décadas de 1980 e 1990”. No sentido de uma história oral, que busca o sujeito pelo relato individual, a oralidade também emerge na reportagem.

Por um lado, as pessoas da cidade de São Paulo, principalmente aquelas que frequentavam a Avenida Paulista, transformaram esse homem em lenda urbana. Vários são os que possuem uma história para contar sobre o personagem principal da reportagem. Por outro, é de forma oral que Felitti entrevista Ricardo e os indivíduos que possuem histórias sobre ele. É o caso dos irmãos Plas, que contam: “ele fala um francês impecável, fala italiano. Uma vez ele entrou aqui. Meu pai desceu e pediu que ele saísse. Ele ficou bravo e disse ‘Monsieur aujourd’hui vous êtes très bavard’. É uma coisa tão francesa de se dizer”. Como o texto demonstra, Ricardo tem aptidão para falar várias línguas. Ao ser questionado onde as aprendeu, ele é categórico ao dizer “eu já corriji erros de tradução da bíblia antiga. Quando a bíblia era transmitida através de mantras”.

Mesmo que não seja o protagonista da reportagem, Felitti se insere no texto que escreve e, assim, também se faz personagem. Já no início, o leitor toma consciência sobre o narrador e a partir de qual ponto de vista irá acompanhar a história. Um exemplo de como a presença do jornalista se manifesta é a seguinte passagem: “Perguntei para a amiga virtual se poderia vê-lo no hospital. Ela respondeu em segundos, e eu li alto na mesa do almoço de Páscoa”. Outras particularidades, como a presença do namorado de Felitti, o aviso de que iria para o hospital e a companhia da mãe do jornalista, também demonstram como ele aparece no texto. Assim, o texto que fala de Ricardo também fala de Felitti e de como esse encontro os modifica. Essa oscilação de papéis, entre autor e entrevistado, permite a costura de uma vivência e sua revelação pela escrita.

O encontro entre Ricardo e Felitti enseja aspectos característicos da história de vida. Conforme explica Fernandes (2010), o laço que passa a existir entre o pesquisador, neste caso o jornalista, e o seu informante no contexto da entrevista, na maioria das vezes, é a história de uma relação que marca os dois. “Tal encontro raramente deixa ileso os dois parceiros” (Fernandes, 2010, p. 20). Essa é a mesma “virtude” do conceito de escriturabilidade, que sustenta a impossibilidade de um contato com o Outro sem que ambos sejam modificados.

Como já mencionado, Felitti, em entrevista ao canal Metrópolis (Felitti, 2019d), diz que uma das dúvidas que o acompanhou foi se ele tinha o direito de contar a história de Ricardo. Preocupava-se em escrever sem discriminar, pois, ao contrário disso, queria se aproximar de seu sujeito para nele revelar o que há de humano e é inerente a todo. O zelo em humanizar e não discriminar ainda mais os sujeitos dessas histórias é também um dos preceitos da escriturabilidade.

Evaristo (2007) explica que a escrivência é impregnada por toda bagagem de conhecimento do autor, aquilo que ele conhece, que faz parte do seu cotidiano. Desse modo, Ricardo não é apenas parte do cotidiano do jornalista desde que ele chegou na capital paulista, mas também de todos aqueles que criaram o personagem e o transformaram em “lenda urbana”. Felitti se difere das pessoas que ridicularizam Ricardo ao reconhecer a humanidade desse sujeito. Talvez seja isso a motivação da busca por saber quem realmente ele é. Para isso, o jornalista não limita sua apuração apenas à Avenida Paulista e vai até Araraquara, cidade de origem do artista, a fim de buscar mais informações sobre sua trajetória de vida.

Felitti, ao visitar a cidade natal de Ricardo, mostra como ele era um sujeito marginalizado, tanto em São Paulo, quanto na sua própria cidade, que parece tê-lo esquecido. Isso é perceptível em sua conversa com um entrevistado, Virgílio Abranches, em que o jornalista diz: “Conto para ele que conversamos com várias pessoas em Araraquara. E que nenhuma delas disse conhecer o homem de rosto singular”, a que Virgílio responde que esse “desconhecimento” é causado pelo conservadorismo e pela vergonha dos moradores de reconhecer Ricardo como conterrâneo ou sujeito.

O jornalista desenvolve um nível de responsabilidade por Ricardo e o vínculo que os dois constroem ao longo da reportagem não é apenas o de fonte e jornalista. Os parentes do personagem dizem não conseguir ajudá-lo, seja por medo, seja pela falta de condições, como relata Julio, seu irmão mais novo: “Não tenho condições de acolher. Não temos convivência familiar. Tudo o que o Ricardo tem hoje é opção dele. Ninguém disse ‘Vai pra rua’. Pelo menos eu posso te dizer o seguinte: eu jamais quis o mal do Ricardo, ‘Quero que esse cara se exploda’. Nunca! Pelo contrário. Eu sempre tive certa preocupação, certa ternura, curiosidade de querer entender”.

Assim, Felitti acaba desempenhando algumas atividades que, a princípio, poderiam ser compreendidas como obrigações da família ou da Assistente Social que acompanha o caso. É ele quem, após a chegada da certidão de nascimento, vai registrar o nome de Ricardo, que, a partir de então, deixa de ser um desconhecido. No Hospital das Clínicas, conta o jornalista: “Depois de duas horas andando para lá e para cá, subimos com uma nova ficha de registro do paciente, para ser entregue à enfermagem. E com oito pulseiras de plástico, em que o nome de Ricardo está escrito. Chegamos ao quarto”. O protagonismo assumido por Felitti nos bastidores, entretanto, revela muito mais sobre a relação que ele assume com Ricardo, do que sobre uma providência profissional. Essa relação, além de reveladora, é crucial para o relato que se produz ao final. É importante comentar, por exemplo, que em momento nenhum o jornalista se coloca como ponto central, o que seria considerado um problema, em respeito à história que realmente se quer contar: a de Ricardo.

Em alguns momentos da reportagem, Ricardo não demonstra sobriedade completa devido a seu diagnóstico de esquizofrenia aguda. Isso preocupa o repórter, que aproveita um momento de lucidez para reafirmar a consciência do entrevistado sobre a reportagem e divulgação de sua imagem: “A essa altura, pergunto de novo se ele autoriza que sua história seja contada numa reportagem. ‘É claro! Desde que não exagerem a minha importância no mundo’, ele responde”. Essa preocupação demonstra o compromisso ético de Felitti com o seu entrevistado.

No fim da reportagem, a fala de Isabel, mãe de Felitti, chama a atenção: “No fundo, acho que percebi que nada do que eu tenha passado se compara a essa história de horror com um personagem que é a cara de São Paulo”. Ela coloca-se, assim, no lugar dele. Felitti provavelmente não conseguiu apreender tudo o que significa a história de Ricardo (e nem o deveria), mas é certo que sua reportagem é uma das responsáveis por o apresentar não como uma lenda urbana viva, reforçando um estereótipo, mas sim como um ser humano com nome e subjetividade que até então São Paulo não conhecia e nem reconhecia.

Se a escrivência demanda uma escrita política, que questiona as desigualdades sociais e o *status quo*, a reportagem, ao chegar em uma “essência” do personagem, parece realizar um tipo de resistência. Não apenas porque o repórter de fato vivencia todas as etapas da reportagem, em muitos momentos também como personagem,

mas porque ela se torna exemplo de alteridade no jornalismo. Felitti se insere no texto no intuito de demonstrar aquilo em que acredita. De forma sensível e não sensacionalista, consegue falar junto a Ricardo, sujeito que deixa de ser invisível dentro da reportagem. Mais que isso, estabelece, pela diferença, uma aproximação, evidenciando identificação e consciência social.

Em entrevista para o canal Livrada (Felitti, 2019c), durante a FLIP, em setembro de 2019, Felitti relata essa experiência, apontando para o seu constructo relacional:

*Ter uma primeira impressão, uma primeira curiosidade a partir da aparência, mas daí se dá conta de que, independente da aparência, tem muita coisa em comum com todo mundo. Acho que esse era o grande choque da história: essa pessoa que eu acho tão esquisita, tão diferente de mim, está mais próxima de mim do que eu imagino. E essa proximidade pode estar em qualquer um. Pode estar em qualquer pessoa que está em situação de rua, qualquer LGBTQ que é expulso pela família ou perde possibilidade na vida por ser quem é. Você consegue se aproximar de qualquer um.*

O jornalista mergulha na história de Ricardo e passa a fazer parte do seu cotidiano para além dos encontros na Avenida Paulista. Felitti se torna presença frequente no hospital onde o artista está internado. Fica, assim, a sensação de que o repórter transcende a investigação jornalística, reafirmando a espécie de sentimento de responsabilidade desenvolvido em relação ao Ricardo.

No final do texto, sabemos que Felitti encontra com Ricardo próximo à casa da mãe do jornalista e o convida para tomar café, deixando entrever que eles mantiveram contato, cujo limite não é conhecido. Em suas entrevistas sobre a reportagem, Felitti detalha o processo de apuração e escrita do texto publicado pelo *BuzzFeed*, bem como aborda a escrita do livro *Ricardo e Vânia* (2019a). Percebe-se que houve uma proximidade na relação, mas não é possível precisar o nível de profundidade dela.

Três meses após a publicação ter viralizado, Ricardo dá entrada no hospital do Mandaqui e, por estar sem documento de identificação pessoal, é registrado mais uma vez como indigente. Graças à reportagem de Felitti, dessa vez as pessoas o reconheceram e sabiam seu nome, o que possibilitou sua identificação. Infelizmente, no dia 15 de dezembro de 2017, em decorrência de uma parada cardíaca, ele veio a óbito, fato que foi noticiado a familiares e amigos de Ricardo pelo jornalista.

Felitti, no dia 16 de dezembro de 2017, postou em seu *Facebook* (Felitti, 2017b) um texto que escrevera durante a madrugada, quando soube da morte de Ricardo, em homenagem ao artista de rua. A princípio, fala sobre a triste tarefa de levar a notícia para amigos e família: “fico com a responsabilidade doída de contar para a família e para o amor da vida dele, que ele reencontrou nos últimos dias de vida. Tento não chorar ao telefone. Depois de falhar três vezes, paro de tentar. Dada a notícia, acaba a responsabilidade e fica só um vazio”. O jornalista diz ainda ter sido uma honra ter conhecido Ricardo nos últimos anos. Segundo ele, “uma honra que não é profissional, mas muito humana”.

Ao finalizar sua homenagem, ele ressalta que Ricardo não tinha nenhum documento de identificação pessoal, “mas toda a equipe sabia o seu nome, pelo qual foi chamado até o fim”. Nome que também, segundo Felitti, passou a ser reconhecido nas ruas após o seu perfil ter viralizado: “Pessoas passam a escrever contando seus encontros com Ricardo. Um homem manda uma foto de Ricardo na estação Barra Funda do metrô. Narra que duas pessoas chegaram até ele o chamando pelo nome e perguntando se ele precisava de algo”.

O nome é uma das principais características do processo de humanização de reconhecimento do Outro. No caso de Ricardo, esse aspecto do processo de humanização foi possível graças à reportagem, ao empenho do jornalista e principalmente ao próprio Ricardo, que, mesmo em seus dias ruins, escolheu estar com Felitti e narrar para ele sua história de vida. Um exemplo é o trecho do perfil em que o jornalista relata um encontro com o artista em 2014, em que perguntou se poderia entrevistá-lo, ao que o artista responde “eu sou muito

humilde. Muito modesto. Eu não gosto da exposição” e, em seguida, sai andando. Se Ricardo decidisse não conversar com Felitti, possivelmente sua reportagem/perfil teria sido impossibilitada. Perder-se-ia o encontro e, possivelmente, a potência de uma alteridade em narrativa. Fabiana Moraes (2018, p. 95) afirma que uma das urgências para os jornalistas

é perceber que durante muito tempo o falar do outro foi muitas vezes visto – e de fato praticado – como falar pelo outro, em lugar do outro. Questionar essa enorme diferença de posições já é, de saída, um ganho precioso na seara da produção de representações, estas responsáveis por nossa mudez ou nosso grito. Essa discussão requer atenção contínua de quem fala e de quem é “falado”, com o esforço dos primeiros em entender a assimetria historicamente estabelecida nestas posições – e desse esforço deve estar, é claro, a procura em diminuir esse distanciamento. Não é uma tarefa fácil, principalmente, quando os representados são pessoas que vivem em condições de pobreza extrema, seja ela material ou afetiva (geralmente, há prevalência de ambas em um mesmo ambiente).

“Na história de vida é o informante quem decide o que vai relatar, enquanto o pesquisador se mantém, tanto quanto possível, silencioso” (Fernandes, 2010, p. 19). No diálogo tácito entre a história de vida e a escrivência, lembrando os dizeres de Moraes (2018), Felitti coloca à mostra a humanidade e a dignidade de um sujeito esquecido pela sociedade. Mais que isso, ao assumir uma aproximação dele, cria também uma proximidade. É o encontro de dois sujeitos e subjetividades que funciona para pensar a narrativa não como lugar de produção da diferença, mas como dever e desafio ético da igualdade.

## Referências

- Agamben, G. (2010). *Homo sacer: O poder soberano e a vida nua*. Editora UFMG.
- Al-Rawi, A. (2017). Viral news and social media. *Digital Journalism*, 7(1), 63-79. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1387062>
- Arfuch, L. (2010). *La entrevista, una invención dialógica*. Paidós.
- Arfuch, L. (2002). *El espacio biográfico: Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Barossi, L. (2017). (Po)éticas da escrivência. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, 51, 22-40. <https://doi.org/10.1590/2316-4018512>
- Barthes, R. (1964). *Essais Critiques*. Éditions Du Seuil.
- Bertaux, D. (2010). *Narrativas de vida: A pesquisa e seus métodos*. EDUFERN.
- Bruner, J., & Weisser, S. (1995). A invenção do ser: A autobiografia e suas formas. In D. R. Olson, & N. Torrance (Orgs.), *Cultura escrita e oralidade* (pp. 141-161). Ática.
- Butler, J. (2015). Corpos que importam. *Sapere Aude*, 6(11), 12-16.
- Caldeira, T. (1980). *Uma incursão pelo lado não respeitável do trabalho de campo* [Trabalho apresentado]. IV Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação em Ciências Sociais, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- Cohen, J., & Arato, A. (1992). Discourse ethics and civil society. In J. Cohen, & A. Arato, *Civil Society and Political Theory* (pp. 345-420). MIT Press.
- Dion, S. (2007). O *fait divers* como gênero narrativo. *Letras*, 34, 123-131.
- Dion, S. (2008). A Lenda urbana: Um gênero narrativo de grande mobilidade cultural. *Boitatá – Revista do GT de Literatura Oral e Popular da ANPOLL*, 6, 1-13.

- Duero, D. (2006). Relato autobiográfico e interpretação: Una concepción narrativa de la identidad personal. *Athenea Digital*, 9, 131-151. <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n9.264>
- Esteves, J. P. (2016). Prefácio. In A. C. S. Marques, & L. M. S. Martino. *Mídia, ética e esfera pública* (pp. 08-23). PPGCOM UFMG, 2016.
- Evaristo, C. (2005). Gênero e etnia: Uma escre(vivência) de dupla face. In N. M. B. Moreira, & L. Schneider (Orgs.), *Mulheres no mundo: Etnia, marginalidade e diáspora* (pp. 201-212). Ideia.
- Evaristo, C. (2006). *Becos da memória*. Mazza.
- Evaristo, C. (2007). Da grafia-desenho de minha mãe, um dos lugares de nascimento de minha escrita. In M. A. Alexandre (Org.), *Representações performáticas brasileiras: Teorias, práticas e suas interfaces* (pp. 16-21). Mazza.
- Evaristo, C. (2017). *Conceição Evaristo: 'Minha escrita é contaminada pela condição de mulher negra'* [Entrevista cedida a J. D. Lima]. *Jornal Nexo*. <https://bit.ly/3vxzroB>
- Fanon, F. (1968). *Os condenados da terra*. Civilização Brasileira S. A.
- Felitti, C. (2017a, 27 de outubro). “Fofão da Augusta? Quem me chama assim não me conhece”. *BuzzFeed*. <https://bzfd.it/3gw4k8K>
- Felitti, C. (2017b, 16 de dezembro). O Ricardo morreu. Facebook. <https://bit.ly/3wNLqQc>
- Felitti, C. (2019a). *Ricardo e Vânia*. *Todavia*.
- Felitti, C. (2019b, 10 de maio). *Felitti, autor de “Ricardo e Vânia”, conta detalhes do livro sobre o Fofão da Augusta* [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/3iSDxVE>
- Felitti, C. (2019c, 25 de setembro). *S03E70: Entrevista com Chico Felitti, Ricardo e Vânia (A história do “Fofão da Augusta”)* [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/35ymxwe>
- Felitti, C. (2019d, 8 de abril). *Ricardo e Vânia | A História do “Fofão” da Paulista* [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/3vES7CW>
- Felitti, C. (2019e, 20 de fevereiro). Ricardo e Vânia - Entrevista com o autor Chico Felitti [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=lhEBA4nygSU>
- Fernandes, M. E. (2010). História de vida: Dos desafios de sua utilização. *Revista Hospitalidade*, VII(1), 15-31.
- Ferreira, A. C. (2013). *Escrivências, as lembranças afrofemininas como um lugar da memória afro-brasileira: Carolina Maria de Jesus, Conceição Evaristo e Geni Guimarães* (Dissertação de Mestrado, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais). Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da UFMG. <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/ECAP-95BHKT>
- Foucault, M. (1973). *Moi, Pierre Rivière ayant égorgé ma mère, ma sœur et mon frère... Un cas de parricide au XIX<sup>e</sup> siècle*. Gallimard.
- Freitas, C., & Benetti, M. (2017). Alterity, otherness and journalism: From phenomenology to narration of modes of existence. *Brazilian Journalism Research*, 13(2), 10-29. <https://doi.org/10.25200/BJR.v13n2.2017.989>
- Goffman, E. (1975). *Estigma: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. LTC.
- Guareschi, P. (1998). Alteridade e relação: Uma perspectiva crítica. In A. Arruda (Org.), *Representando a alteridade* (pp. 149-161). Vozes.

- Herrero, F. J. (2002). Ética na construção da política. In I. Domingues, P. R. M. Pinto, & R. Duarte (Orgs.). *Ética, Política e Cultura* (pp. 69-87). UFMG.
- Karam, F. J. C. (1997). *Jornalismo, Ética e Liberdade*. Summus.
- Karam, F. J. C. (2004). *A Ética Jornalística e o Interesse Público*. Summus.
- Lago, C. (2010). Ensinaamentos antropológicos: A possibilidade do Outro no Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 6(1), 164-178. <https://doi.org/10.25200/BJR.v6n1.2010.253>
- Larrosa, J. (2004). Notas sobre narrativa e identidade – a modo de presentación (Prefácio). In M. H. M. B. Abrahão, *Aventura (auto)biográfica: Teoria e empiria* (pp. 11-22). EDIPUCRS.
- Lopes, C. R. (2008). Em busca do gênero Lenda Urbana. *Linguagem em (dis)curso*, 8(2), 373-393. <https://doi.org/10.1590/S1518-76322008000200009>
- Maia, M. (2006). A História Oral como recurso metodológico na entrevista jornalística. *Contracampo*, 15, 137-150. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i15.550>
- Marques, A. C. S., & Martino, L. M. S. (2016). *Mídia, ética e esfera pública*. PPGCOM UFMG.
- Martinez, M. (2015). A história de vida como instância metódico-técnica no campo da Comunicação. *Comunicação & Inovação*, 16(30), 75-90. <https://doi.org/10.13037/ci.vol16n30.2622>
- Mbembe, A. (2018). *Necropolítica*. N-1 Edições.
- Medina, C. (2008a). *Ciência e jornalismo: Da herança positivista ao diálogo dos afetos*. Summus.
- Medina, C. (2008b). *Entrevista: O diálogo possível*. Ática.
- Moraes, F. (2018). Pode a subalterna a subalterna calar? Limites e transbordamentos entre repórter e entrevistadas. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, 15(1), 84-97. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2018v15n1p84>
- Puyana Villamizar, Y., & Barreto Gama, J. (1994). La historia de vida: Recurso en la investigación cualitativa. Reflexiones metodológicas. *Maguaré*, (10), 186-196. <http://www.bdigital.unal.edu.co/18451/2/14265-48104-1-PB.pdf>
- Resende, F. (2009a). A narratividade do discurso jornalístico: A questão do Outro. *Rumores*, 3(6), 1-12. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2009.51173>
- Resende, F. (2009b). O jornalismo e suas narrativas: As brechas do discurso e suas possibilidades de encontro. *Galáxia*, 18, 31-43.
- Resende, F. (2014). Representação das diferenças no discurso jornalístico. *Brazilian Journalism Research*, 10(2), 206-223. <https://doi.org/10.25200/BJR.v10n2.2014.749>
- Santos, B. S. (2001). Dilemas do nosso tempo: Globalização, multiculturalismo, conhecimento. *Educação & Realidade*, 26(1), 13-32.
- Santos, B. S. (2007). Para além do pensamento abissal: Das linhas globais a uma ecologia de saberes. *Novos estudos*, 79, 71-94. <https://doi.org/10.1590/S0101-33002007000300004>
- Santos, M. (2009). Histórias de vida na grande reportagem: Um encontro entre jornalismo e história oral. *Comunicação & Informação*, 12(2), 21-32. <https://doi.org/10.5216/c&i.v12i2.12266>



Soares, L. V., & Machado, P. S. (2017). 'Escrivências' como ferramenta metodológica na produção de conhecimento em Psicologia Social. *Revista de Psicologia Política, 17*(39), 203-219.

Soster, D. A., & Piccinin, F. (Orgs.). (2016). *Narrativas do ver, do ouvir e do pensar*. Catarse.

Soster, D. A., & Piccinin, F. (Orgs.). (2017). *Narrativas midiáticas contemporâneas: Perspectivas epistemológicas*. Catarse.

Spivak, G. C. (2010). *Pode o subalterno falar?* Editora da UFMG.

Thompson, P. (1992). *A voz do passado: História Oral*. Paz e Terra.

Zamin, A. (2015). Jornalismo de referência: O conceito por trás da expressão. *Famecos, 21*(3), 918-942. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.16716>

# Contribuições da Teoria da Aceleração Social do Tempo para os Estudos em Jornalismo

## Helder Prior

Tem pós-doutorado pela Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, com bolsa do Plano Nacional de Pós-Doutorado da Capes (PNPD/CAPES). É licenciado e Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior.  
E-mail: heldeerprior@gmail.com.

## Caio Teruel

Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.  
E-mail: caioteruel05@gmail.com.

**Resumo:** O artigo busca refletir a respeito das contribuições teóricas do sociólogo alemão Hartmut Rosa sobre a aceleração social do tempo para o campo do jornalismo. Assim, o pensamento aqui exposto parte das hipóteses de que existe em curso uma aceleração da produção jornalística que está em dessincronização com a capacidade receptiva dos leitores; e de que a exponencial produção informacional fragmenta o sentido dos fatos e facilita a desinformação. Em um primeiro momento, apresenta-se a teoria da aceleração temporal de Rosa e, em seguida, articula-se os pontos de contato possíveis com a comunicação jornalística e as categorias histórico-analíticas.

**Palavras-chave:** jornalismo, teoria da aceleração social do tempo, Hartmut Rosa, desinformação.

## Contribuciones de la Tesis de la Aceleración Social del Tiempo a los Estudios de Periodismo

**Resumen:** Este artículo pretende reflexionar sobre los aportes teóricos del sociólogo alemán Hartmut Rosa acerca de la aceleración social del tiempo para el campo del periodismo. El pensamiento que se expone aquí parte de la tesis de que existe una aceleración permanente de la producción periodística que no está sincronizada con la capacidad receptiva de los lectores; y que la producción exponencial de información fragmenta el significado de los hechos y facilita la desinformación. Primero, se presenta la tesis de la aceleración del tiempo de Hartmut Rosa, y luego se articulan los posibles puntos de contacto con la comunicación periodística y las categorías histórico-analíticas.

**Palabras clave:** periodismo, tesis de la aceleración social del tiempo, Hartmut Rosa, desinformación.

## Contributions of the Theory of Social Acceleration for Journalism Studies

**Abstract:** The article reflects upon the theoretical contributions of the theory of Social Acceleration, formulated by German sociologist Hartmut Rosa, for the field of journalism. The thought exposed herein departs from the hypotheses of an acceleration in the journalistic production, which is desynchronized with the readers' receptive capacity; and that the exponential information production fragments the meaning of the facts, thus enabling misinformation. The article presents Rosa's theory of temporal acceleration followed by an articulation of possible points of contact with journalistic communication and the historical-analytical categories.

**Keywords:** journalism, theory of social acceleration, Hartmut Rosa, disinformation.

Em junho de 1897, Euclides da Cunha enviava o primeiro artigo ao jornal Estado de São Paulo. O texto dizia respeito a sua cobertura da Guerra de Canudos. No momento do envio, o jornalista ainda não tinha obtido permissão de visitar a cidade de Canudos e, por isso, aguardava em Salvador (BA) para ir ao encontro de Antônio Conselheiro, líder místico do movimento. Esse texto seria o primeiro de uma série de 22 cartas/reportagens e 55 telegramas.

A partir desse momento, dado o contexto, o jornal paulista teria notícias suspensas pelo tempo. O envio de cartas, no fim do período do Brasil Império, demandava cerca de 12 dias para sua entrega. Os telegramas, enviados por rede elétrica, embora fossem mais rápidos, tinham questões técnicas mais restritas, como o pouco conteúdo que podiam veicular e seu custo mais alto (Maciel, 2001). A rede de telégrafos, inaugurada no Brasil em 1851, trazia em seu bojo uma era de transformações técnicas, culturais e informacionais.

O exemplo da cobertura da Guerra de Canudos realizada por Euclides da Cunha é sintomático das mudanças técnicas ocorridas na virada do século XIX para o século XX. Em pouco tempo, as cartas seriam substituídas. O vislumbre do novo século foi um choque de mudanças em diversas esferas da vida social, inclusive no campo do jornalismo. Seu surgimento aos moldes industriais se consolidou no amanhecer dos anos 1900 e se transformou radicalmente no final desse século.

Os tempos atuais são opostos aos tempos de Euclides da Cunha. A produção informacional trabalha em níveis estratosféricos e diluída, não se resguardando apenas às cartas como plataformas ou aos jornais impressos. Neste cenário, o presente artigo busca olhar para a produção jornalística contemporânea pela perspectiva da teoria da aceleração social do tempo de Hartmut Rosa, encontrar os pontos de contato entre as categorias histórico-analíticas do teórico alemão e o campo jornalístico e sua formação sócio-histórica, e, por fim, refletir sobre os impactos da aceleração temporal no que tange ao consumo de notícias.

Assim, em um primeiro momento, o texto apresenta a teoria da aceleração temporal, suas delimitações e suas dimensões fenomenológicas, isto é, a aceleração da técnica, das mudanças sociais e do ritmo da vida, além das categorias de inércia apresentada pelo teórico alemão. Em um segundo momento, o texto busca situar e refletir sobre a dinâmica e as consequências da aceleração para o campo jornalístico, de forma geral, tanto em termos de produção quanto em consumo.

### **Sobre a Teoria da Aceleração Social do Tempo**

Hartmut Rosa é um sociólogo alemão que iniciou sua carreira na ciência política e que, por desvio acadêmico, lançou-se na teoria social. Discípulo de Charles Taylor e Axel Honneth, Rosa é atualmente professor de Sociologia Teórica na Universidade de Jena e, ao longo dos últimos 15 anos, tem se debruçado para compreender o movimento aceleratório na modernidade, além de suas consequências e alterações no tecido social.

Seu livro central acerca da teoria da aceleração social do tempo, publicado pela primeira vez no Brasil em 2019 pela Editora Unesp, intitulado *Aceleração: A transformação das estruturas temporais na modernidade*, é o principal tratado de Rosa sobre o desenvolvimento temporal ao longo da história moderna.

Na obra, o teórico analisa a história moderna pelo viés da temporalidade, e defende a tese principal de que a modernidade se constitui pela aceleração temporal e se desenvolve por ela. Assim, Rosa (2019) inaugura o conceito de estabilização dinâmica, que traz em seu cerne a concepção de que as sociedades modernas – por meio de uma aparente contradição paradoxal – apenas se desenvolvem com base no progresso constante e desenfreado. Sem adiantar o argumento central, cabe ainda trazer neste ponto os desdobramentos da estabilização pela dinamicidade. Rosa, portanto, acrescenta que existe uma tríade responsável por sustentar a aceleração dessa sociedade: crescimento material, incremento tecnológico e inovação cultural.

Embora a teoria proposta pelo teórico alemão seja atual e se desdobre principalmente na contemporaneidade, ela não direciona suas forças ao tempo

atual. O cerne da pesquisa de Rosa se dá ao longo de toda a modernidade, de forma que o sociólogo bebe de diversas fontes com o intuito de enxergar as forças aceleratórias ocultas em teorias sociológicas de séculos anteriores. A base de seu pensamento vale-se de Marx, Weber, Durkheim e Simmel. Nesses teóricos, Rosa, como em uma arqueologia da aceleração, lança luz sobre fenômenos que comprovam seu pensamento e coadunam com sua tese. O teórico tenta, como afirma Tziminadis (2018), se aproximar do pensamento clássico da sociologia e dos modelos de análise já consagrados.

De Marx, teórico alemão do século XIX, Rosa capta o movimento aceleratório quando analisa o ciclo autodestrutivo que a dinâmica do capital impõe. Esse entendimento, por sua vez, dialoga diretamente com a conceituação do que Rosa chama de estabilização dinâmica, provando, portanto, a expansão constante e desenfreada das sociedades capitalistas ocidentais dos textos clássicos da sociologia.

Em Weber, a racionalização surge dos estudos sobre a ação política quanto a grupos protestantes. O teórico alemão desenvolve a questão temporal como um problema de cunho de conduta puramente econômica, ou seja, formas viáveis e racionais de sua ação. Diferentemente de Marx, que enxerga uma causa estrutural, que se expande e foge do controle humano, Weber analisa o traço da racionalização e sua relação com o tempo sob um viés cultural.

De Émile Durkheim, sociólogo francês, o processo de diferenciação social contribui com a teoria da aceleração social de Hartmut Rosa enquanto uma consequência da modernidade, e não diretamente uma teoria para explicá-la, seja de maneira macro ou micro. Rosa adverte, assim, que a diferenciação social reduz os processos de interdependência, o que, por sua vez, desintegra o tecido social e cria uma situação de anomia. Vale aqui entendermos o processo na perspectiva de Rosa:

No entanto, após um olhar mais detido revela-se que sua intensa busca por novas formas de integração e solidariedade social é motivada, tal como as teorias sociais dos outros clássicos, pela experiência central de uma sociedade dinamizada, fragmentada e acelerada, o que resulta de uma condensação das relações sociais. Em sua análise das formas anômicas de divisão do trabalho, vistas como um dos maiores perigos do processo moderno de diferenciação, ele identificou a anomia social como consequência das demasiadamente rápidas mudanças sociais. Como resultado do ritmo elevado das mudanças, a consciência e as regras de interdependência social erodem antes que novas formas de integração social tenham tempo de se formar. Portanto, a mudança social e a crescente diferenciação não são, em si mesmas, um problema para a sociedade, mas sua temporalidade (demasiadamente) veloz. (Rosa, 2013, p. 51)

Por fim, em Simmel, a individuação, processo social centrado nas grandes metrópoles, condensa as formas e as dinâmicas da aceleração social do tempo. A individuação, diferentemente da diferenciação social, caracteriza-se como “a dissolução dos laços fixos que atam os sujeitos ao grupo, às ideias, às crenças e, conseqüentemente a um quadro de referência sociais que balizam seus percursos biográficos” (Tziminadis, 2018, p. 26). Simmel retrata, em sua conceituação de individuação, os impactos dos estímulos externos e internos que atuam sob a subjetividade dos indivíduos e a perda de conexão com os fatos e acontecimentos. Os apontamentos realizados por Simmel desguam, sobretudo, no diagnóstico realizado por Rosa no campo das patologias do tempo, uma consequência direta da aceleração social.

### **Categorias Histórico-analíticas da Aceleração**

Desse modo, Rosa condensa a aceleração social em três dimensões fenomenológicas. Tais manifestações, embora estejam imbricadas entre si, podem ser lidas separadamente tanto pelo espectro material quanto pelo teórico. Essas categorias, por sua vez, ampliam o entendimento da penetração que a aceleração social possui no cotidiano dos indivíduos desde o início da modernidade, conforme aponta Hartmut Rosa. Além disso, o entendimento de tais categorias, trazido pelo teórico alemão, é o de independência e articulação autônoma entre as partes, pois possuem dinâmicas próprias.

<sup>1</sup>“A história da aceleração a ser contada aqui descreve o caminho da máquina a vapor, passando pelo domínio da energia hidráulica e do motor a combustão, até chegar à eletrotécnica, às tecnologias de produção industrial em massa, à linha de montagem e, por fim, à microtecnologia da era dos computadores. (ROSA, 2019, p. 144-145)

### *Aceleração Técnica<sup>1</sup>*

Assim, de modo mais claro, Rosa elenca a aceleração técnica como um propulsor do aumento do ritmo temporal. Iniciada formalmente na Revolução Industrial – mas com resquícios de tempos anteriores –, ela se firma como a categoria pensada para a supressão do tempo pelo espaço e pela automação técnica, o que deságua na aceleração temporal, tendo em vista a grande produção em curto tempo ou do encurtamento do espaço.

Sobre os meios de transporte, Rosa (2019) elabora uma tabela explicativa que elucida o aumento da velocidade, traçando uma linha cronológica que inicia antes mesmo da Revolução Industrial. Nesse período, em 1830, os navios a vela tinham capacidade de percorrer 16km em uma hora. Nos anos de 1920, os trens conseguiam atingir a marca de 80km/h. Na segunda metade do século XX, em 1965, os aviões a jato marcavam 1050km/h.

Quando Rosa (2019) disserta acerca da aceleração técnica, a imprensa se encontra no cerne dessa questão. O efeito da supressão do espaço pelo tempo e, conseqüentemente, o avanço e a entrega das notícias em um tempo cada vez menor, propicia uma implosão da imprensa jornalística que se consolidava no local/regional desde o início (Tziminadis, 2018). Desse modo, a constante aceleração das técnicas potencializa uma dinamização maior na quantidade de informação, acarretando uma perda da consciência em relação aos fatos, tendo em vista o acúmulo de informações diárias. Se nos séculos XVII as informações se davam semanalmente, como aponta Franciscato (2014), as mudanças sociais e científicas do século XX transformaram a notícia em um produto não apenas diário, como momentâneo, com notícias novas, de diferentes partes do mundo, a cada minuto.

A circulação dos jornais produziu também uma relação temporal específica conforme o período do dia em que iam para as ruas. O surgimento regular de jornais matutinos e vespertinos foi uma adequação tanto a hábitos dos leitores quanto ao acirramento da concorrência pela possibilidade de levar ao público notícias mais recentes. A dinâmica do ritmo diário de vida nas grandes cidades, por sua vez, contaminou os jornais de tal forma que mesmo a existência de duas circulações diárias não inibia o recurso à edição “extra” durante o dia quando fosse necessário e conveniente. (Franciscato, 2014, p. 114)

### *Aceleração das Mudanças Sociais*

Tendo pontuado a dimensão fenomenológica da aceleração técnica, cabe partir para a segunda dimensão proposta por Hartmut Rosa em sua teoria da aceleração social do tempo: a aceleração das mudanças sociais, em que se percebe um deslocamento da exterioridade para a subjetividade<sup>2</sup>. De acordo com Rosa, tal aceleração refere-se “à velocidade na qual, de um lado, práticas e orientações de ação, e, de outro, estruturas associativas e modelos de relação se modificam” (Rosa, 2019, p. 147). Outrossim, as transformações se autorregulam e adentram em um processo contínuo de aceleração.

A aceleração da mudança social pode ser definida como um aumento das taxas de expiração de experiências e expectativas orientadoras da ação, e como encurtamento dos intervalos de tempo que, para cada esfera funcional, de valor e de ação, podem ser determinados como presente. (Rosa, 2019, p. 152)

Assim, vislumbra-se, na sociedade da aceleração, no diagnóstico formulado por Rosa, uma contração em âmbitos sociais, ou seja, na política, na cultura, na economia, e na educação, e também nos arranjos familiares, dentre outros possíveis. As orientações que determinam as ações da vida cotidiana fluidificam-se em uma constante, alterando tanto perspectivas culturais quanto sociais. E Rosa continua:

Naturalmente é concebível, ainda, que esse processo de contração apresente, em distintas esferas, diferentes velocidades, e que ocorra uma inércia ou, em âmbitos sociais determinado, até mesmo um ‘alongamento do presente’, o que pode conduzir ao fenômeno da crescente dessincronização social. (Rosa, 2019, pp. 152-153)

<sup>2</sup> Como aponta Rosa tal alteração da subjetividade não se desenvolve em sentido algum sob a tese do determinismo tecnológico. Para ele “a própria aceleração técnica é uma consequência de pressupostos culturais, econômicos e socioestruturais, e o fato de ela influencia massivamente formas de subjetividade e coletividade não significa que as determine” (2019, p. 190).

Nesse cenário de efervescência, o jornalismo, como observador histórico da primeira onda de aceleração social, relatou, dia após dia, as mudanças técnicas ocorridas no mundo, o que faz até os dias que correm. As transformações sociais, que se desenrolam com cada vez mais frequência, muitas das quais são impulsionadas pela aceleração técnica, chegam mais rápido ao consumo do indivíduo. Com base nas cinco categorias propostas por Franciscato, constrói-se, historicamente, o senso de atualidade e, com base nas três ressaltadas, esse senso dinamiza-se em torno da lógica da aceleração. Então, a notícia passa a ter um período de utilidade menor com o passar do tempo. Como ressalta o velho axioma, que se prova cada vez mais verdadeiro, “jornal velho só serve para embrulhar peixe”.

#### *Aceleração do Ritmo da Vida*

Resta-nos tratar de uma última categoria histórico-analítica proposta por Rosa (2019) em que se manifesta o fenômeno da aceleração social do tempo: a da aceleração do ritmo da vida. Tal como as categorias supracitadas, essa pode ser analisada tanto de modo isolado como também de maneira concomitante às demais; todavia, possui relação intrínseca com a aceleração técnica e seus desdobramentos no cotidiano.

Essa categoria apresenta o aumento do número de ações e das experiências por tempo determinado, o que, por sua vez, como apontam Tziminadis (2018) e Rosa (2019), reflete na percepção de ausência de tempo pelos indivíduos. No âmbito do jornalismo, a aceleração do ritmo da vida pode ser compreendida pelo viés do aumento exponencial do número de notícias produzidas – e recebidas – por tempo determinado, tendo como consequência a ausência de conexão com os fatos envoltos na tempestade noticiosa por parte do receptor. Assim, suscita-se aqui a clássica passagem de Jean Jacque-Rousseau em seu livro *Emílio ou da educação*:

envolvido em um turbilhão social, basta que ele não se deixe arrastar nem pelas paixões nem pelas opiniões dos homens; veja ele pelos seus olhos, sinta pelo seu coração; não o governe nenhuma autoridade, exceto a de sua própria razão. Nessa posição, é claro que a multidão de objetos que o impressionam, os frequentes sentimentos de que é afetado, os diversos meios de satisfazer suas necessidades reais devem dar-lhe muitas ideias que ele nunca teria, ou que teria adquirido mais lentamente. (Rousseau, 2004, p. 356)

Rousseau (2004) esboça a sensação que se tem nos tempos que correm. O aumento exponencial da produção de acontecimentos cotidianamente lança o homem médio em um turbilhão que se constrói repleto de opiniões – muitas vezes de especialistas –, de fatos que se dizem imperdíveis, de jornais sensacionalistas, além dos canais de notícias dedicados ao jornalismo o dia todo. O autor francês condensa a sensação do leitor contemporâneo do jornalismo ao enquadrar o indivíduo no turbilhão de mudanças sociais e tecnológicas difundindo ideias que alguém nunca teria, aqui entendidas como a ausência do jornalismo, ou suscitando que o leitor seja levado apenas pela razão, em uma espécie de contraponto à pós-verdade – conceito que possui demasiado uso no âmbito da comunicação política e que “refere-se a um tempo onde as narrativas sobre os acontecimentos do mundo se impõem aos próprios acontecimentos ou fatos ditos ‘objetivos’, mormente pela forma como são ‘costuradas’ e repetidas ou ‘viralizadas’ nos media digitais” (Prior, 2019, p. 12-13).

Nesse sentido, vale ressaltar também o jornalismo online e seus aplicativos para celular, que irrompem ao longo de toda a noite, segundo o entendimento de Crary (2016), e avançam cada vez mais no sono, vencendo a última barreira do capitalismo com suas notificações, também chamadas tecnicamente de *push*.

Logo, vale-se aqui do entendimento que Rosa (2019) usa para analisar a exacerbação da aceleração nessas três dimensões fenomenológicas citadas acima. De acordo com o teórico alemão, a ação da aceleração temporal provoca o que ele chama de limites críticos das faculdades sensíveis e cognitivas quando ele se propõe a analisar os movimentos, orgânicos ou não, que caminham na contramão da aceleração temporal. Para isso, o teórico elenca cinco categorias de inércia; embora interesse para estas páginas apenas uma, a do enrijecimento estrutural e cultural, passaremos rapidamente pelas demais.

### As Categorias de Inércia

A primeira categoria diz respeito aos limites de velocidade naturais, que são impostos de modo biológico e químico, ou seja, são inerentes e intrínsecos ao corpo humano. Nesse tópico, também está incluída a capacidade cognitiva e subjetiva dos indivíduos; todavia, deve-se compreender, conforme aponta Tziminadis (2018), que a subjetividade ao longo da formação sócio-histórica da humanidade adquiriu certa elasticidade dada pela modernidade.

A segunda categoria trata das ilhas de desaceleração, lugares geográficos que ainda não foram tocados pelos fenômenos extremos da aceleração temporal. Tais lugares podem ser como tribos e grupos sociais que preferem o autoisolamento, como se estivessem parados naquele tempo e naquele lugar.

Na Modernidade Tardia, tais 'oásis de desaceleração' sofrem uma crescente pressão erosiva territorial, cultural e econômica. A lacuna temporal em relação aos ambientes passíveis e desejos de aceleração se torna cada vez maior e mais cara à medida que cresce seu 'efeito de frenagem' na interseção com o mundo social acelerado. (Rosa, 2019, p. 165)

As ilhas de desaceleração também podem ocorrer de maneira artificial, como lugares criados para relaxamento e tranquilidade, longe da vida conturbada da cidade e de seus barulhos, luzes e fluxos. Nesse tópico, é possível falar do jornalismo lento e de como o próprio campo reage à pressão exponencial sofrida pelo fator tempo. Esse movimento, surgido em 2007, reclama a ausência de investimento por parte das empresas jornalísticas em narrativas longas de não-ficção e acredita que a hegemonia das chamadas *fast news* deve chegar ao fim. No lugar das *fast news*, então, surgiria o *slow journalism*, preocupado com a qualidade das informações que chegam até os leitores sem que elas sejam prejudicadas pela pressão do tempo ou pelo horário de fechamento da edição (Nickel, 2018).

Deste modo, Rosa prossegue caracterizando a lentificação como efeito colateral disfuncional, um efeito cada vez mais comum nas sociedades modernas que se amplia em diversas esferas da vida social e cotidiana. Os exemplos mais caros dessa categoria de inércia podem ser observados nos congestionamentos do trânsito, que se outrora foram característica apenas de megalópoles, agora se tornam visíveis também em cidades de pequeno e médio porte. Todavia, essa categoria não se anexa apenas à técnica. É possível, como aponta Rosa (2019), enquadrar nela a exclusão dos trabalhadores da vida profissional no sentido de que "os motivos estruturais estejam ligados a um aumento da velocidade e da produtividade no processo de produção, de modo que os afetados... não consigam acompanhar o alto ritmo de atividade e inovação exigido na economia" (Rosa, 2019, p. 166). Vale ressaltar que a lentificação ocorre também como modo de dessincronização, ocorrida pela aceleração. Um exemplo claro disso é que em buscas realizadas em ferramentas de pesquisa online, há um descompasso de velocidade e a lentidão se impõe, acarretando uma freagem. Assim, o que era para ser rápido torna-se lento.

A desaceleração intencional, a quarta forma de inércia elencada por Rosa, pode ocorrer: 1. de forma ideológica; e 2. como estratégia de aceleração. A primeira categoria diz respeito às formas de desaceleração consciente que objetivam atender à demanda e a canalizam ao longo da história, constituída por movimentos que negam a modernização em suas diversas esferas. A segunda categoria diz respeito ao aumento da velocidade pela desaceleração, isto é, à parada consciente em prol do aumento das capacidades. Tziminadis (2018) cita o exemplo contemporâneo de empresas de tecnologias que buscam relaxar seus funcionários com *videogames* e espaços de descanso, dentre outras ferramentas.

Por último, Rosa (2019) apresenta-nos a categoria de inércia denominada enrijecimento estrutural e cultural. Tal categoria mostra-se como uma das mais paradoxais, pois parte da premissa de que, em sociedades modernas, o movimento temporal se inverte, isto é, do alto grau aceleratório surge o enrijecimento tanto estrutural quanto cultural. Diferentemente das outras categorias supracitadas de inércia, essa surge de modo orgânico no seio da sociedade e se difunde de

modo silencioso, não permitindo mudanças e cristalizando todos os movimentos contemporâneos. Desse cenário em questão, Rosa dispõe da expressão que sintetiza a situação: frenesi em suspensão.

### O Jornalismo em Suspensão

No campo do jornalismo, uma das propostas para enxergar esse movimento é a disfunção narcotizante. O número exponencial de informações por tempo determinado, como visto em tópicos anteriores, provoca uma imobilidade física e mental, que, por sua vez, em tempos de fragmentação da esfera pública, incapacita o receptor e potencializa a difusão de falsas notícias.

Um mundo em crise que perpassa os telejornais, os *websites*, as notificações *push*, os *podcasts* e outros meios de comunicação, é assistido pelo cidadão médio diária e exaustivamente. As informações excessivas veiculadas em todas essas plataformas muitas vezes contrapõem-se e disputam com outras narrativas concomitantes em campos expressivos de diálogo. Uma resposta sociológica vem de José de Souza Martins ao narrar a vida cotidiana

As grandes certezas terminaram. É que com elas entraram em crise as grandes estruturas da riqueza e do poder (e também os grandes esquemas teóricos). Daí decorrem os desafios deste nosso tempo. Os desafios da vida e os desafios da ciência, da renovação do pensamento sociológico. Se a vida de todo o dia se tornou o refúgio dos céticos, tornou-se igualmente o ponto de referência das novas esperanças da sociedade. O novo herói da vida é o homem comum imerso no cotidiano. É que no pequeno mundo de todos os dias está também o tempo e o lugar da eficácia das vontades individuais, daquilo que faz a força da sociedade civil, dos movimentos sociais. (Martins, 2008, p. 52)

Martins esboça a situação na qual o homem comum se encontra em meio a diversas revoluções e rupturas. Assim, deve-se olhar de modo mais atento para não apenas o cotidiano da comunicação, mas para as mediações que daí decorrem. Desse modo, a temporalidade se estabelece como uma lente teórica ímpar para não apenas analisar o fazer jornalismo nos tempos atuais, mas também para reinventar a prática da comunicação e suas estratégias.

Mas a temporalidade vai além disso, pois no cenário até aqui esboçado, o que se tem, de fato, é um mundo em crise sendo transmitido 24/7 em diversas plataformas, concomitantemente a um regime de atenção difuso no qual o jornalismo caminha a passos lentos. Isto é, os motores propulsores da aceleração social do tempo no campo do jornalismo, que deriva das categorias histórico-analíticas de Rosa (2019), se consolidam no campo da comunicação no entendimento da hiperconcorrência entre as empresas jornalísticas que no tecido social da atualidade disputam a atenção demasiadamente fragmentada do leitor. Isso decorre, de modo claro, da multiplicação das fontes de informação, da ubiquidade dos fatos e da consolidação do jornalismo como setor industrial de grande importância.

Os autores canadenses Jean Charron e Jean de Bonville, em sua obra *Natureza e transformação do jornalismo* (2016), olham o aumento da oferta do mercado midiático com bons olhos, no sentido do aumento da possibilidade de escolha, mas ressaltam algo caro para a obra de Rosa (2019), que é o regime de atenção. Para os autores canadenses, “a dispersão da atenção pelo crescimento da oferta limita a possibilidade de a mídia atrair grandes audiências, enquanto as condições técnicas de captação da atenção se tornam limitadoras para ela, já que pode perder a atenção do consumidor a qualquer momento” (Charron & Bonville, 2016, p. 382).

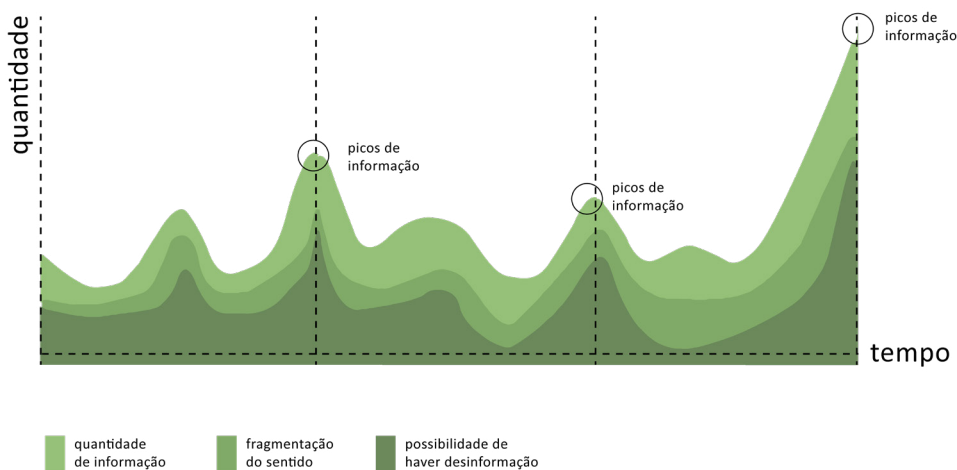
Nesse percurso cognitivo de atenção, ocorre, por sua vez, a fragmentação do sentido pela duração da ação jornalística. Charron e Bonville (2016) trazem a questão ao analisar as diferenças de atenção entre pessoas jovens e mais velhas. Pessoas mais velhas necessitam de uma ligação do começo ao fim do programa para apreenderem seu sentido e significado. Diametralmente opostos a esse padrão, os jovens, nascidos em uma sociedade abundante em produtos midiáticos e digitais, consomem, ao analisar produtos televisivos, programas que trazem seu sentido de



modo imediato, de maneira a facilitar o consumo fragmentado. Assim, “a televisão sequencial e programada dos primórdios cede progressivamente o lugar à TV da hiperconcorrência, interativa e sincrética ...como é a navegação na web” (Charron & Bonville, 2016, p. 382).

Destarte, como hipótese central de investigação deste artigo, com base na bibliografia supracitada, resume-se no gráfico abaixo nossa ideia central. Quanto maior o fluxo informacional derivado da aceleração temporal e de suas respectivas manifestações no plano fenomênico, maior será sua fragmentação de sentido e, portanto, maior será a possibilidade de haver desinformação sobre os fatos. Todavia, nem sempre um grande fluxo informacional leva à fragmentação de sentido.

**Gráfico 1 Gráfico explicativo**



*Nota: Elaborado pelos autores.*

É possível haver, como nos mostra o gráfico, momentos que, embora tenham em sua constituição um alto grau de informação, não elevem a fragmentação de seu sentido. Isso pode ocorrer por diversas razões, como o modo de abordagem do fato pela mídia hegemônica, o local de ocorrência, o agendamento midiático, o nível de reconhecimento social das pessoas envolvidas no acontecimento e o não engajamento do público.

Entende-se aqui como informação o produto noticioso contemporâneo desenvolvido por jornalistas em um contexto que se propõe a relatar acontecimentos – no sentido preconizado por Sodré (2012). Parte-se, portanto, do entendimento de um aumento exponencial desses relatos, que se compreende aqui como o aumento do fluxo informativo. De acordo com Sodré:

A informação pública, sempre a meio caminho entre a produção e o lazer, insere-se na lógica moderna de estruturação do tempo social. A temporalização operada pelo jornalismo realiza uma síntese das continuidades, mudanças e passagens, que, de modo disperso ou caótico, definem o cotidiano. A periodização, que orienta a sequencialidade temporal de jornais e revista (afim à linearidade e sequencialidade do livro) é um exemplo de vinculação da experiência do tempo com os fatos da comunidade). (Sodré, 2012, p. 87)

A periodização que Sodré menciona se dissolve no cenário de aceleração temporal, pois transforma as fronteiras em campos de hibridização, desintegrando o que outrora havia, isto é, marca-se o início de um novo dia com a leitura do jornal impresso, o meio-dia, com o jornal televisivo da hora do almoço ou a hora do jantar com o jornal da noite. A aceleração técnica permite o embaçamento de fronteiras temporais por meio do jornalismo, pois todos os momentos podem ser preenchidos com o consumo jornalístico em suas diferentes plataformas. O fluxo informacional é incessante, apresentando-se “como um fluxo heterogêneo, senão estilhaçado, de dados significativos da existência, sempre sob modalidades de discurso afins ou compatíveis com os microuniversos do cotidiano e sob a regência de ritmos ditados pela produção industrial” (Sodré, 2012, p. 87-88).

Desse modo, o jornalismo em suspensão – para fazer alusão ao frenesi em suspensão de Hartmut Rosa – se codifica pela disfunção narcotizante contemporânea, categorizada principalmente pela base temporal e pela aceleração tecnológica, social e do ritmo da vida, propagandeada e noticiada pelo jornalismo atual. Nesse sentido, o regime cognitivo de atenção que fragmenta o sentido pela duração abre brechas para desinformação e notícias falsas, que derivam, em parte, da fragmentação da esfera pública, que multiplica os centros de debate e cria bolhas sociais e informacionais.

### Algumas Ideias Finais

A teoria da aceleração social do tempo, proposta pelo teórico alemão Hartmut Rosa, é demasiadamente abrangente e não se esgota em apenas poucas páginas. Ao situar a aceleração temporal frente aos estudos em jornalismo, cria-se, pois um crescente fértil de possibilidades de análises. Desse modo, o que foi exposto até aqui traz no bojo algumas de suas principais categorias histórico-analíticas e, portanto, a fenomenologia da aceleração em seu cerne, manifestada na técnica, nos movimentos sociais e nos ritmos da vida. Além disso, vislumbra-se também, nestas páginas, o percurso teórico-histórico da aceleração nas teorias clássicas da sociologia de Marx, Durkheim, Simmel e Weber. Nesse sentido, discorre-se, também, sobre as categorias de inércia, que se desenvolvem em contraponto ao estado de extrema aceleração temporal.

Assim, nesse panorama delimitado, o campo do jornalismo se expande historicamente, conforme a aceleração técnica avança, e esbarra nos movimentos sociais e no ritmo da vida dos indivíduos, o que insere o fenômeno aceleratório em um ciclo retroalimentar. Nesse ciclo, por fim, o cidadão médio se encontra no turbilhão de mudanças e avanços, que recorrentemente o confronta ao novo, ao moderno, de forma que, em um longo processo de enculturação, o indivíduo adapta-se e se prepara para as próximas mudanças que ocorrem rapidamente na contemporaneidade.

Desde o século XIX, as mudanças têm sido apresentadas diariamente por meio das páginas de jornais impressos e revistas noticiosas. Conforme a técnica avança, o mercado jornalístico adentra cada vez mais no cotidiano e na intimidade dos indivíduos sociais por meio de notificações *push*, plantões e redes sociais, em um ritmo frenético de publicação, acarretando, por fim, em uma saturação da consciência do receptor.

Nesse panorama, a aceleração social do tempo se desenvolve no jornalismo por meio da produção exponencial de fatos e acontecimentos que, por fim, são descarregados 24/7 nos indivíduos, conforme a ideia de Crary (2016), alterando as capacidades cognitivas e subjetivas dos receptores no que tange à disfunção narcotizante, em um estado permanente de fragmentação do sentido, ao passo que potencializa a disseminação de falsas notícias, tendo em vista os moldes de operação das múltiplas esferas públicas na contemporaneidade.

### Referências

CHARRON, J., & DE BONVILLE, J. (2016). *Natureza e transformação do jornalismo*. Insular.

CRARY, J. (2016). *24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono*. Ubu.

FRANCISCATO, C. E. (2014). O jornalismo e a reformulação da experiência do tempo nas sociedades ocidentais. *Brazilian Journalism Research*, 10(2), 96-123. <https://doi.org/10.25200/BJR.v10n2.2014.741>

MACIEL, L. A. (2001). Cultura e tecnologia: A constituição do serviço telegráfico no Brasil. *Revista Brasileira de História*, 21(41), 127-144. <https://doi.org/10.1590/S0102-01882001000200007>

MARTINS, J. S. (2008). *A sociabilidade do homem simples* (2a ed.). Contexto.

NICKEL, B. (2018, novembro). *O que é lento no slow journalism? Uma análise da sua relação com o tempo* [Trabalho apresentado]. 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, SP, Brasil. <http://hdl.handle.net/10183/201052>

PRIOR, H. (2019). Populismo e desinformação em tempos de pós-verdade. [Trabalho apresentado]. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Goiânia, GO, Brasil.

ROSA, H. (2013). *Social acceleration: A new theory of modernity*. Columbia University Press.

ROSA, H. (2019). *Aceleração: A transformação das estruturas temporais na Modernidade*. Unesp.

ROUSSEAU, J-J. (2004). *Emílio ou da educação* (3a ed.; R. L. Ferreira, Trad.). Martins Fontes.

SODRÉ, M. (2012). *A narração do fato: Notas para uma teoria do acontecimento*. Vozes.

TZIMINADIS, J. L. F. (2018). *Frenesi em suspensão: Em direção a um modelo crítico a partir da teoria da aceleração social de Hartmut Rosa* (Dissertação de mestrado, Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista). Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Unesp. [https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/153611/tziminadis\\_jlf\\_me\\_arafcl.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/153611/tziminadis_jlf_me_arafcl.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

# A Dimensão Política do Desenho Animado: O Entretenimento e o Comum em *Steven Universe*

## Cláudio Coração

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP).  
Doutor em Comunicação: meios e processos audiovisuais pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Coordenador do Grupo de Pesquisa Quintais: cultura da mídia, arte e política (CNPq-UFOP-Rede Metacrítica).  
E-mail: crcorao@gmail.com.

## Pedro Lavigne

Doutorando em Comunicação e Sociabilidade Contemporânea pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).  
Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Membro do Grupo de Pesquisa Quintais: cultura da mídia, arte e política (CNPq-UFOP-Rede Metacrítica).  
E-mail: pedro.lavigne1@gmail.com.

**Resumo:** Neste trabalho, buscamos identificar os modos de existência do desenho animado enquanto objeto midiático com potencial de atuação política no cotidiano, a partir de breves análises do desenho *Steven Universe*, do *Cartoon Network*. Como parte de um estudo mais amplo, este recorte volta-se especificamente aos modos com os quais o desenho animado se insere nos campos de disputa pelo sentido e pela reivindicação de uma ideia de comum – processos que insistimos em chamar de dimensão política do desenho animado. Por fim, discutimos acerca da natureza própria ao comunicacional em um mundo intenso e constantemente penetrado pelo tecido midiático, no qual o entretenimento parece inseparável da própria noção de subjetivação política, seja enquanto objeto de partilha, seja enquanto sintoma.

**Palavras-chave:** política, entretenimento, comum, midiaticização.

## La Dimensión Política del Dibujo Animado: El Entretenimiento y lo Común en *Steven Universe*

**Resumen:** En este trabajo, buscamos identificar los modos de existencia de la caricatura como objeto mediático con potencial de actividad política en la vida cotidiana a partir de breves análisis del dibujo animado *Steven Universe* creado para *Cartoon Network*. Como parte de un estudio más amplio, prestamos especial atención a las formas en que esta producción se inserta en los campos de disputa por el significado y por la reivindicación de una idea común, lo que insistimos en llamar la dimensión política de la caricatura. Finalmente, discutimos la naturaleza de lo comunicacional en un mundo con la presencia intensa y constante del tejido mediático, en el que el entretenimiento parece inseparable de la noción misma de subjetividad política, ya sea como objeto de compartir o como síntoma.

**Palabras clave:** política, entretenimiento, común, mediatización.

## The Political Dimension of Cartoon: Entertainment and the Ordinary in *Steven Universe*

**Abstract:** By analyzing *Steven Universe*, a cartoon from the *Cartoon Network*, this article aims to tension the modes of existence of the cartoon as a media object with potential for political action in daily life. Being part of a broader study, this section focuses on the means by which the cartoon is inserted within the fields of dispute for meaning and for the claim of an idea of ordinary – what we insist on calling the political dimension of the cartoon. Finally, we discuss the nature inherent to the communication in a world intensely and constantly pierced by the media, where entertainment seems inseparable from the very notion of political subjectivity – either as a sharing object or a symptom.

**Keywords:** politics, entertainment, ordinary, mediatization.

*Steven Universe* é uma série de desenho animado estadunidense que estreou em 2013 na emissora televisiva *Cartoon Network* e é a primeira série produzida pelo *Cartoon Network Studios* a ser criada e liderada por uma mulher, Rebecca Sugar (Sugar, Lelash, Pelphrey, Miller, & Sorcher, 2013-hoje). Em meio às aventuras de Steven, dos moradores de *Beach City* e das alienígenas *Gems*, percebemos, sem muito esforço, que esse desenho animado é atravessado por várias tensões que permeiam o cotidiano das *sociedades midiáticas contemporâneas* – questões sobre gênero, Alteridade, amor e materialismo, por exemplo, emergem constantemente na narrativa. Não se trata de questões que invadem a narrativa do desenho por acaso, mas que aparecem justamente por se constituírem enquanto campos de disputa de sentido nessas mesmas sociedades. Este trabalho surge como desdobramento de um estudo mais amplo e, por isso, nos preocupamos menos em adentrar análises específicas dos episódios de *Steven Universe*, do que em refletir sobre aquilo que estamos considerando como a dimensão política do desenho animado – ou seja, sua existência enquanto objeto comunicacional que participa dos esquemas de circulação e reformulação cotidianos do simbólico.

Partindo de um lugar epistemológico que tenta compreender a organização da sociedade como um conjunto de fenômenos que não podem prescindir da comunicação, nosso enfoque direciona-se ao modo como o desenho animado marca seu lugar na temporalidade a partir das disputas simbólicas que atravessam amplamente a sua existência. Pensamos aqui nas disputas simbólicas como uma parcela dos poderes<sup>1</sup> que circulam na vida conjunta, que obviamente não se limitam à virtualidade dos signos ou dos meios, pois incidem diretamente na motilidade que é inerente ao viver-juntos. De tal modo, a investigação do que consideramos como dimensão política tem como pressuposto a existência de uma continuidade dialética entre o estético e o poético (Martino, 2007), a partir da qual a experiência sensível parece efetivamente imbricada no processo discursivo necessário à apreensão do mundo pelos sujeitos.

<sup>1</sup> Não temos nem intenção, nem pretensão, de discutir as definições epistemológicas da noção de poder. Não utilizamos o termo de maneira categórica (como se o compreendêssemos como limitado ao uso que empreendemos), mas também não de forma meramente genérica. Esta observação serve para esclarecer que vislumbramos aqui apenas um movimento de apreensão do que julgamos um dos possíveis modos de manifestação desse tipo de processo ou fenômeno que se percebe, seja enquanto causa, seja enquanto efeito, nas diferentes capacidades de expressão, atuação, ação e projeção estabelecidas entre grupos ou indivíduos, que convencionamos aqui chamar de *poder*.

É desse modo que a continuidade da estética, pensada enquanto fonte de estímulo sensível (enquanto produção) e entendida, para a poética, como o processo de recepção do estímulo que se configura na mente dos sujeitos (numa interface cognitiva com a experiência e a imaginação), abre espaço para um terceiro nível produtivo que se evidencia como resultante da própria dinâmica controversa das disputas simbólicas. Em outras palavras, queremos dizer que entendemos a dimensão política a partir das constantes disputas pelo sentido – que consideramos uma faceta significativa da manifestação do poder no cotidiano –, de modo que tanto as construções estéticas e linguísticas quanto os exercícios poéticos e discursivos podem ser questionados por meio de suas implicações políticas.

Partindo das reflexões de Iser (1979), se compreendemos o texto como um *jogo* estabelecido entre o ato intencional de intervir no mundo existente, por parte do autor, e o ato de imaginar e interpretar, por parte do leitor que se depara com a obra, não nos parece equivocada considerar que, na continuidade dialética exposta por Martino, tanto a produção quanto a recepção (e, conseqüentemente, a nova produção) serão configuradas a partir do jogo, isto é, de algum tipo de disputa pelo sensível que se desenrola no esforço de identificação dos significados no mundo e na reorganização deles no texto.

É interessante perceber como a leitura de Silverstone (2005) do aspecto de *brincadeira* da experiência midiática também remete a esse potencial transformador (ou melhor, político) da disputa pelo sentido que é inerente à dialética da apreensão do mundo entre a estética e a poética. Tal natureza da experiência midiática, ou da experiência comunicativa, pensada principalmente pelo viés do *jogo textual* na centralidade das disputas sensíveis, explica como o aspecto lúdico de desenhos animados televisivos (e possivelmente do entretenimento midiático de forma ampla) pode ser apreendido politicamente tanto ao revelar uma organização de sentidos que brincam com os limites entre “fantasia e realidade, entre o real e o imaginado”, quanto ao proporcionar um espaço que convida (ou impele) os sujeitos a testarem realidades internas e externas a si, explorando as fronteiras “entre si-mesmo e o outro” (Silverstone, 2005, p. 123). Talvez não seja por mero acaso que o termo *brincadeira*, como consta na língua original do livro de Silverstone, traduz-se como

<sup>2</sup> “at the heart of media culture”, no original.

*play*, que também pode ser entendido como jogo. Tal relação é mais clara no estudo *Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life* (Silverstone, 2002), em que o autor parece reconhecer a centralidade do brincar (ou, por extensão, do jogo) “no coração da cultura midiática”<sup>2</sup>, mostrando como ela se manifesta em ambas as partes do processo comunicacional, determinando os limites, as regras e os mecanismos de confiança estruturantes da mediação (p. 16, tradução nossa).

<sup>3</sup> Apropriamo-nos aqui dos termos de Ranciére (2009) e Yamamoto (2017).

Partindo mesmo da comunicabilidade sensível que está na base de qualquer possível comunicacional (Valverde, 2010), podemos considerar como uma espécie de jogo ou uma processualidade política se instaura na simples apreensão dos estímulos por outrem. Desse modo, consideramos que a Alteridade parte de um contato primordial com o Outro na comunicabilidade sensível e se desdobra numa manifestação comunitária, ou numa dívida comum – termo de Yamamoto (2017). Diante disso, julgamos necessário considerar a natureza ficcional de *Steven Universe* como imbricada num jogo discursivo de construção da realidade, que constantemente reivindica uma espécie de *partilha do comum*<sup>3</sup> na vida social.

<sup>4</sup> Ranciére (2012) fala de uma crítica que reafirma seu próprio objeto ao abdicar de um compromisso de transformação mais profunda do sistema de organização da vida, enquanto Žižek (2006) aponta um esvaziamento no antagonismo desvinculado da luta de classe. Nesse sentido, é válido pontuarmos também o trabalho *Cinismo e Falência da Crítica*, de Safatle (2008), que fala de um esgotamento dos processos críticos num capitalismo que se estrutura na chamada racionalidade cínica. Segundo o autor, o capitalismo tardio se legitima por meio do cinismo que pauta as formas de vida contemporâneas, de modo que tal cinismo consiste na decomposição de valores normativos partilhados entre os sujeitos. Um exercício crítico que parte, segundo o autor, desse esgotamento dos critérios normativos se esvazia pela própria incapacidade de voltar-se contra seus próprios critérios.

Nossa preocupação é justamente com esse nível de partilha que parece indicado no desenho, principalmente por considerarmos o que soa como a ascensão de uma temporalidade marcada pelo *antagonismo esvaziado numa falácia moralista*<sup>4</sup>, entre outras coisas. Levinas (1988), compreendendo uma permanente iminência da *guerra* na existência<sup>5</sup>, entende a política como o exercício próprio da razão pela qual se pretende vencer essa guerra por qualquer meio disponível. Destacamos a ideia de *guerra* justamente por compreendermos que o pensamento do autor pode ser esclarecedor aqui para tensionarmos o nível de disputa sensível, ou de partilha comum, que se supõe imbricado na processualidade do comunicar. O autor compreende que a guerra abstém a moral e anula os imperativos de obrigação com o outro, de modo que “a política opõe-se à moral, como a filosofia à ingenuidade” (p. 9).

<sup>5</sup> Levinas pondera, na abertura de seu livro *Totalidade e Infinito* (1988, p. 9), se “a lucidez – a abertura do espírito ao verdadeiro – não consiste em entrever a possibilidade permanente da guerra”. Entendemos que o filósofo chama atenção para a natureza simultaneamente política e moral da existência, de modo que a *guerra*, em seu texto, é simbólica do caráter amplamente conflituoso que é inerente ao viver-juntos, ou seja, se pensarmos desde a iminência e a persistência dos conflitos político-econômicos globais até os conflitos que se desdobram mais precisamente na vida cotidiana dos sujeitos.

Nesse sentido, se considerarmos as reflexões de Silverstone (2002) sobre a experiência da mediação na vida diária, podemos compreender o cotidiano como o lugar de manifestação da própria guerra, isto é, como um lugar moral no qual constantemente criamos e sustentamos nossa humanidade em comum. É justamente pelo fato de o cotidiano se constituir como esse espaço moral, como lugar de exercício político das disputas, que podemos compreender que, em algum nível, essas disputas passam a agir no intuito de suspender a moral e de anular o Outro – efetivamente agindo em proximidade à ideia de guerra de Levinas (1988). Dessa forma, talvez não seja equivocado pensar que o cotidiano é simultaneamente um lugar e um tempo fundado na controvérsia – a complexidade da vida diária, como afirma Silverstone (2002), está no fato de os sujeitos se confrontarem com uma enorme diversidade de estímulos e modos de vida e buscarem a segurança de uma certa previsibilidade. Por isso, o autor considera que o cotidiano é um lugar duro para a maioria das pessoas, mostrando que não se trata apenas de uma mera celebração da diversidade do mundo e de uma luta por abertura do possível, mas que há uma justa e necessária movimentação de fechamento desse cotidiano, sem o qual a vida se tornaria impraticável. Assim, a vida diária como um lugar primariamente paradoxal, de celebração da diversidade, de luta contra as imposições das ideologias dominantes e de efetivação da multiplicidade política e estética do mundo é, para Silverstone (2002), um luxo das elites. Ainda que lugar do heterológico, do imprevisível e do tático, o cotidiano da modernidade “consiste na constante luta contra o incerto e pela clareza e confiança na conduta da existência diária” (Ibidem, p. 5, tradução nossa). Esse nível de ambiguidade inerente ao cotidiano, como um simultâneo lugar de abertura e fechamento, de ameaça e segurança, parece precisamente construído na canção *Cotidiano* de Chico Buarque, cuja narrativa varia do conforto ao tédio na rotina do eu-lírico, ao revelar uma vontade de quebra da repetição do dia a dia – o que nunca se concretiza, já que ele prefere a segurança da “vida pra levar” em detrimento de sua vontade de “dizer não”<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Canção do álbum *Construção*, lançado em 1971.

Se a vida social ganha sentido na sua própria ordem previsível (Silverstone, 2002), como podemos pensar a atuação efetiva de um antagonismo vendido como mercadoria? Isto é, parece haver um movimento de naturalização da diferença que insere o antagonismo numa certa ordem de *normalidade*, ou de previsibilidade, o que pode ser fruto menos de uma expansão das expressões do possível no cotidiano do que de uma incorporação das lutas antagônicas na ordem do mercado, desvinculando-as

da luta de classe e atingindo uma falsa ideia de igualdade. A diferença fundamental que Žižek (2006) aponta entre o antagonismo e a luta de classe é importante ao considerarmos o questionamento acima, pois se o objetivo da primeira é transformar-se em diferença pacífica ou amenizar o próprio antagonismo social na chave de um tipo de tolerância, a segunda busca exatamente o oposto, isto é, acirrar a relação antagônica entre as classes. No entanto, se a luta antagônica é apropriada por uma lógica de mercado, de preenchimento de demanda para um determinado público, então como pensar o cotidiano se não como o lugar da diversidade, restrita àqueles que são capazes de uma suposta emancipação pela inserção da identidade na esfera do consumo? Por isso nos é cara a noção do cotidiano como expressiva manifestação dos jogos, das disputas políticas que buscam, em grande parte, previsibilidade e segurança, noção que construímos a partir da visada de Silverstone (2002). Se considerarmos o uso do antagonismo como ferramenta de sustentação das demarcações de classes, podemos supor, por exemplo, como o exercício instrumental de uma *pseudo* luta feminista é utilizado para reafirmar a posição intelectualmente superior de determinados grupos frente a outros, de modo a garantir a previsibilidade das relações entre eles, em última instância.

De maneira semelhante, um dos pontos em que *Steven Universe* nos parece particularmente revelador (ou talvez até denunciativo) desse esvaziamento é o processo de representação da heteronormatividade no desenho, principalmente se pensarmos no episódio *The Answer*<sup>7</sup>, que mostra expressivamente a repressão de fusões como Garnet na sociedade das Gems. A partir dele, podemos questionar quais fatores fazem da homoafetividade uma manifestação que contraria uma lógica estabelecida do social. Por exemplo, podemos supor como as Gems, que são construídas para cumprir uma função muito específica na ordem social altamente instrumentalizadora controlada pelas *Diamonds*, se empoderam com a fusão e deslocam-se das lógicas tradicionais dessa organização social. Do mesmo modo, as lógicas consolidadas de acumulação econômica e de organização social podem se ver fragilizadas quando diferentes atores assumem posições mais empoderadas. Nesse sentido, é importante, para a manutenção de uma ideia de *status quo*, que instituições como o sistema judiciário sejam predominantemente ocupadas por um determinado espectro social, por exemplo. Nos parece que *Steven Universe* toca justamente nesse aspecto da complexidade política do viver-juntos, mostrando um expressivo imbricamento do antagonismo com uma ordem social mais profunda.

Podemos até ponderar, assim, uma diminuição da violência no cotidiano pela abertura indicada na subjetivação política por meio do antagonismo que privilegia as identidades, mas se isso só acontece na chave do consumo, a lógica tradicional de violência permanece essencialmente a mesma. A fuga de Garnet da estrutura social de *Homeworld* não aconteceu em prol apenas de uma expressão mais sincera da sua personalidade, mas talvez do estabelecimento de outra relação com as demandas de um tempo social alheio ao seu – o que se resume no diálogo final do episódio, em que Garnet questiona a si mesma, querendo saber o porquê de preferir ser uma fusão, mudando seu destino e abrindo mão de tudo o que deveria ser, ao invés de assumir os papéis anteriormente delegados a ela, ao que Rose Quartz, o símbolo máximo da revolta contra *Homeworld*, responde dizendo: “*no more questions! Don’t ever question this. You already are the answer*”<sup>8</sup>. Portanto, não parece ser no simples elogio à diferença que o desenho vai questionar uma lógica de abertura do possível, e sim no suposto culto à controvérsia, que se manifesta em grande parte num elogio ao *loser* na série e que se apresenta como central na estruturação da narrativa. É esse cotidiano moral que invade o desenho animado e que, ao se tornar mediação, pode ser apropriado pela chave de um moralismo muito avesso à própria proposta que o desenho parece colocar, o que, com efeito, nos indica a necessidade da subjetivação política, isto é, o modo como os sentidos são disputados num viver-juntos atravessado por tal moralismo.

### Política no Entretenimento: entre a Abertura e a Privação da Experiência Mediada

Se a política, a partir de Levinas (1988), pode ser compreendida como um ato comunicacional por excelência, ao lidar diretamente com a possibilidade de transposição dos limites da moral e do possível, seria o moralismo, então, avesso à política (ou, talvez, apolítico)? Arriscamos considerar que provavelmente

<sup>7</sup> Vigésimo segundo episódio da segunda temporada. *Steven Universe: The Answer*. USA: Cartoon Network, 2016.

<sup>8</sup> Em português: “sem mais perguntas! Nunca mais questione isso. Você já é a resposta”. Tradução nossa.

o vazio político carregado no moralismo trabalha (politicamente), se não para um fechamento do possível, para a reafirmação de uma ideia de *status quo* – isto é, o moralismo trabalha travestindo a guerra de “paz messiânica” (Ibidem, p. 10), escondendo um processo político que justifica a violência com o Outro, numa espécie de amoralidade escondida na moral. Esse tipo de processualidade perversa da moral é evidente, por exemplo, em organizações políticas contemporâneas como o Movimento Brasil Livre (MBL), que justifica a violência contra determinados grupos políticos e sociais apelando para a defesa da moral e dos bons costumes de nossas crianças (como no apoio à censura da mostra “Queermuseu – Cartografias da Diferença na Arte Brasileira”, em que o grupo acusa a exposição de apologia à pedofilia e à zoofilia). É precisamente nesse sentido que o discurso moralista é esvaziado de moral, à medida que grupos como MBL parecem querer acabar com a dita violência de governos populistas de esquerda, mas, na verdade, operam na velha lógica neoliberal de fechamento do possível em favor da manutenção do poder político, da reafirmação dos esquemas de acumulação e de concentração de renda.

Como podemos pensar realmente em discutir o racismo enquanto violência cotidiana, se tal luta antagônica passa ao largo de um sistema mundial de globalização que reafirma lógicas seculares de dominação imperialista? Por isso Levinas (1988) considera que a moral, enquanto avesso da política, opera pela escatologia (isto é, por uma visão profética do *deve ser*) que funda a visão maniqueísta que situa guerra e paz como meros opostos. Isso constitui um nível de hipocrisia social que sustenta uma espécie de império da opinião, fonte, por excelência, da escatologia, intensificando, podemos supor, as dinâmicas temporais de retomada dos extremismos políticos nas sociedades contemporâneas. Assim, associamos essa espécie de doutrina escatológica à complexa natureza ideológica da modernidade, que se fundamenta regularmente em noções como progresso, mérito e racionalidade técnica, mas sem deixar de se estruturar no binarismo falacioso da guerra de Levinas (mesmo que pensemos numa guerra das identidades). Aqui, a crítica de Žižek (2016) parece mais clara se pensarmos que, ao contrário do que ora poderíamos supor, a expansão e o desenvolvimento dos processos de mediação aliados à ascensão da racionalidade técnica, culminando na chamada modernidade reflexiva, podem ter mais intensificado esse binarismo escatológico do que efetivamente libertado reflexivamente o ser. Se consideramos, desse modo, que a estrutura simbólica do *nós*, enquanto Alteridade inerente ao agir, é progressivamente colonizada pelos meios de comunicação, então não se trata apenas do efetivo esvaziamento do gesto, mas de que o próprio estabelecimento das distâncias corretas no processo de mediação podem ser significativos para compreendermos tais dinâmicas da subjetivação política contemporânea.

Nessa linha de raciocínio, a *retórica do mal* é um bom exemplo de um problema de distância colocado na mediação. Para Silverstone (2002), a mediação, enquanto processo de reprodução do simbólico através do tecido midiático, é um processo de natureza social e tecnológica imprescindível para que o mundo faça sentido – isto é, é um processo necessário para o estabelecimento de nossa relação com o Outro, à medida que interfere diretamente na relação indivíduo-sociedade (podemos pensar na constituição da Alteridade na chave do Grande Outro). A mediação nos coloca, neste raciocínio, a certa distância desse Outro, de modo que através dela é possível tanto homogeneizar quanto complexificar a experiência do cotidiano. Neste raciocínio, a questão da distância consiste justamente no dilema da processualidade comunicacional que nunca incorpora o Outro plenamente – o que o autor considera ser, simultaneamente, a falha e a salvação da mediação. Por isso, Silverstone (2002) argumenta que a base da moralidade no cotidiano depende da posição assumida pelos sujeitos no engajamento dos dilemas sociais, a partir justamente dos jogos de distância e proximidade com que a mídia nos proporciona a experiência. É assim que a mediação pode tanto nos privar da experiência quanto nos abrir a ela – o que ocorre, precisamente, com o uso da *retórica do mal* que nos revela o Outro como algo tão distante que nos impede, muitas vezes, de entender os esquemas éticos de responsabilidade para com ele (efetivamente nos privando da experiência do e com o Outro).

A privação da experiência na mediação é uma chave interessante para pensarmos o entretenimento, principalmente se considerarmos como a experiência estética



se relaciona com a Alteridade, admitindo, a partir de Jauss (1979), que esta nos permite ter uma espécie de experiência de si no Outro. Talvez esse seja mais um caminho para compreendermos a confusão entre uma real atuação do antagonismo e a expressão de um moralismo que reafirma as distâncias entre classes sociais, confusão essa que estabelece a luta antagônica como o ápice da subjetivação política contemporânea. É obviamente necessário, ou mesmo incontornável, o movimento de constante revisão e subversão dos poderes que se manifestam, por exemplo, na linguagem como expressão de um patriarcado ou de uma heteronormatividade que condiciona os esquemas de visibilidade e invisibilidade do sujeito. Entretanto, há um nível mais subterrâneo da experiência cotidiana de que somos privados e que, com efeito, nos priva do Outro.

Nesse sentido, segundo a leitura que Serelle (2016) faz da obra de Silverstone, a mídia, ao organizar o simbólico que dá sentido aos objetos do mundo, opera por mediações que tendem a parecer transparentes, mas que ocultam certas “estratégias midiáticas de representação” (p. 78). O autor observa como a omissão de estratégias de codificação se relaciona com certas neutralidade e objetividade nos meios, semelhantemente à noção da imagem técnica de Flusser, que parte da ilusão de que nossa relação com o mundo seria imediata e igualmente neutra. A própria racionalidade técnica parece determinante nessa ilusão, se considerarmos, segundo o entendimento de Silverstone (2002), que os mecanismos de confiança que depositamos na estrutura midiática não necessariamente é relativa ao puro conteúdo dos meios, mas sim às regras segundo as quais esses meios se estruturam. É dessa forma que julgamos necessário questionar como o entretenimento, em sua mediação supostamente despreziosa e resguardada sob o véu da ficção, pode nos privar ou nos abrir à experiência do mundo. Se a mediação é necessária para nos posicionarmos a uma distância adequada do Outro, como compreender o modo com o qual somos privados da experiência? A questão seria justamente compreender quando a complexidade social (ou sua falta), estruturada na mediação, volta-nos a sentidos que acirram as distâncias, sustentando um esvaziamento da Alteridade que justifique a negação do Outro, produzindo o que Silverstone (2002), em sua leitura de Shanagan e Morgan, considera uma cultura de suspeita e hostilidade, além da inviabilização do julgamento moral, que envolve uma sensação de responsabilidade com o Outro.

<sup>9</sup> Podemos observar esse tipo de processo em uma gama de outros desenhos contemporâneos ao *Steven Universe*, notadamente em *Adventure Time*, *Irmão do Jorel*, *The Amazing World of Gumball* e *Rick and Morty*.

<sup>10</sup> Consideramos a pós-verdade como um fenômeno em ascensão neste século, que consiste, em linhas gerais, em um tipo de construção ideológica meramente retórica, desvinculada das raízes de legitimidade, como a busca pelo factual do trabalho jornalístico, para se ancorar, por exemplo, na opinião, a qual deve ser pensada a partir do cinismo que é inerente à racionalidade no capitalismo tardio (Safatle, 2008). Segundo Dunker (2017), além do cinismo que se espalha no espaço público, há uma espécie de “cultura da indiferença” que produz uma relação de Alteridade pouco interessada em ocupar o lugar do Outro. Nesse cenário, o autor pondera como a atitude estética é fundamental para a ascensão da pós-verdade, à medida que quem fala passa a ser mais importante do que a própria argumentação, além de uma simultânea “administração calculada do esquecimento” (p. 24). Muitos discursos políticos de Donald Trump (como aquele em que Trump acusa Barack Obama de fundar o Estado Islâmico) e algumas propostas de reformas públicas como o Escola Sem Partido, são exemplos desse tipo de manifestação retórica que passa ao largo de uma ancoragem factual ou científica.

Se tomarmos os discursos atravessados em *Steven Universe* na chave do moralismo, por exemplo, desracionalizamos o Outro ao nos esquivarmos de nossa responsabilidade com ele. Entretanto, se consideramos uma leitura mais ampla, menos sustentada no binarismo escatológico, podemos notar indícios que nos conduzem mais para uma atenção com a Alteridade, clamando por uma responsabilidade ao vincular o antagônico ao sistêmico. Percebe-se isso, no desenho, a partir, por exemplo, da quantidade de personagens que representam corpos desviantes do que é considerado padrão estético na contemporaneidade ocidental, sem que isso seja diretamente problematizado no desenho: o protagonista, além de outras personagens importantes, é gordo, fato que não é usado, em nenhum momento, como objeto de humor na trama de *Steven Universe*.

No esforço reflexivo que propomos aqui, não nos aprofundaremos nas análises das personagens gordas que não são usadas como chacota, da forte presença de relações homoafetivas ou dos lugares ocupados por personagens negras na narrativa de *Steven Universe*, mas vale apontar que esses são três exemplos que evidenciam como esse desenho animado pode manifestar a complexidade das disputas simbólicas que permeiam o viver-juntos. A preocupação em revelar a natureza social pelo culto da controvérsia, no desenho, parece fundamental para a aproximação entre a ideia de Alteridade e a noção de responsabilidade, fazendo com que *Steven Universe* possa ser representativo de uma certa cultura questionadora<sup>9</sup> que não se manifesta na mera escolha de um dos lados do maniqueísmo que reduz a moral à pós-verdade<sup>10</sup>, mas que efetivamente antagoniza ao complexificar a realidade do contato com o Outro no viver-juntos.

É evidente como o entendimento de mediação de Silverstone não coloca os sujeitos numa posição de passividade, como meras vítimas que se alienam frente à força dos conglomerados midiáticos. A noção de responsabilidade serve justamente

para refletirmos se os sujeitos são participantes que corroboram passivamente ou se engajam ativamente numa cultura mediada que, em diversas situações, “falha em entregar sua promessa de comunicação e conexão” (Silverstone, 2002, p. 4). Por isso, tendemos a compreender, com base na leitura de Serelle (2016), que é necessário que o processo de interpretação identifique “as estratégias que tanto conformam uma voz enunciadora como a relação proposta, no texto, com o enunciatário” (p. 82). *Steven Universe*, nesse sentido, não parece ser um processo mediador que busca nos afastar do mundo, para usar o termo do autor, mas parece trabalhar numa ética da relação com o Outro, ao problematizar a diferença num contexto mais profundo de violência e controvérsia, proporcionando um nível de reconhecimento de uma certa comunhão na diferença, em vez da sustentação de um abismo intransponível entre o *nós* e os monstros, por exemplo. Levinas (1988), ao se afastar da ideia de uma subjetividade egoísta, fundada na vontade racional do sujeito livre, considera que esta só pode ser construída pela Alteridade, a partir da relação com o Outro. A reflexão de Serelle (2016) nos é válida aqui por indicar como a subjetivação política exigida na leitura dos textos midiáticos é construída a partir das relações comunitárias, de grupos e classes.

Assim, numa inversão da lógica da imagem técnica, podemos nos preocupar em vislumbrar o real que se manifesta no desenho pela evidência de sua não neutralidade na representação da vida, nos atentando para a ficcionalidade enquanto fenômeno de mediação que aponta para questões que parecem abordar uma problemática que diz da própria estruturação político-econômica da partilha do comum, como evidencia a centralidade do *loser* na estrutura narrativa. A questão seria, então, até que ponto tal estrutura narrativa não cai numa ideia de estetização mercadológica da vida e se um suposto potencial subversivo não se esvaziaria pelo capital despolitizado das corporações de entretenimento. Apesar dessa questão, de difícil solução, reconhecemos a importância de uma mediação que se proponha a mostrar, ainda que com limitações, a vida social mais próxima de sua complexidade, sem uma simplificação excessiva de suas controvérsias, principalmente porque pressupomos a necessidade de uma coabitação que não passe ao largo dessa mesma complexidade da manifestação do viver-juntos. Parece que *Steven Universe* revela, na diversidade dos dilemas sociopolíticos que o atravessam (mesmo aqueles não limitados à representação na diegese, como as reverberações geradas em suas comunidades de fãs), a importância da subjetivação política na sustentação de um convívio que não esvazie completamente nossa relação (e principalmente nossa responsabilidade) com o Outro.

Será ingênuo, então, apostar na sociabilidade pautada na subjetivação política como saída para uma melhor relação comunitária, ou para uma subjetividade mais pautada na Alteridade do que no individualismo? Mas como identificar, nesse caso, as situações em que o próprio vínculo comunitário é utilizado como justificativa da violência com o Outro? Por isso as discussões sobre a modernidade recorrentemente retratam um nível de crise dos sistemas de organização social, que parecem caminhar entre manifestações reacionárias de um apego vazio a antigas formas de partilha e uma busca escatológica por liberdade e comunhão. Temos, nesse sentido, o esvaziamento da ideia de comunidade quando essa se torna um mero objeto de consumo na liquidez das relações modernas, de modo que Bauman (2001) considera que ela não mais se dá na dimensão do encontro quando perde sua categoria de lugar da vida em comum. Como crítica equivalente a essa temporalidade moderna, Žižek (2016) fala do enfraquecimento da estrutura simbólica do Grande Outro e sua conseqüente colonização pela mídia, causando um certo nível de desamparo dos sujeitos frente ao mundo. Já Yamamoto (2017) percebe a necessidade da revisão das noções de comunidade justamente por reconhecer um nível de crise na própria ideia do comum, na medida em que a comunidade seria a manifestação de uma substância comum que permite que nos reconheçamos como iguais e que, simultaneamente, pratiquemos a violência com o diferente.

Assim, é cabível refletir como existe um vazio que tende a ser preenchido pela necessidade de uma autoridade externa, talvez da própria figura do pai castrador de que fala Žižek (2016). Isso é possível considerando a comunidade pelo viés da busca por segurança, sustentada na manutenção de uma política do medo ou mesmo de uma sociedade do risco (segundo as leituras de Bauman e Beck<sup>11</sup>, respectivamente),

<sup>11</sup> Referimo-nos ao livro de Ulrich Beck, *Risk Society: Towards a New Modernity* (1992, apud Žižek, 2016, p. 151).

que faz com que a noção de comunidade se transforme num “bom argumento de venda” (Bauman, 2001, p. 108); bem como a ideia do próprio enfraquecimento das estruturas simbólicas, que outrora vinculavam os sujeitos a esses contextos (tais como a Natureza, a Religião e a Tradição) e que agora permitem que estes sejam supostamente mais libertos das constrições identitárias. Daí a substituição do Grande Outro por um *nós* alimentado midiaticamente, que proporciona, por exemplo, a aposta em figuras perversas e controversas como Donald Trump e Jair Bolsonaro, já que tais figuras apelam para um simulacro de conforto normativo, através da volta a uma suposta simplicidade do passado.

### Efetivação do Comum na Comunidade

Se realmente podemos pensar no surgimento de novas formas de sociabilidade, ou, como afirma Yamamoto (2017), em uma resignificação dos modos tradicionais de partilha, de comunhão, de violência e de extermínio, então seria necessária uma revisão da própria ideia de comum, considerando, inclusive, em que medida o vínculo social ainda se manifesta como objeto primordial da comunicação. Nesse sentido, Soares (2009) observa como o fundamento comunicacional, desde as origens epistêmicas que o sustentam, parece sempre se relacionar a um “ideal de completude” (p. 102), como se o comunicar fosse capaz de tudo preencher e tudo dizer. Entretanto, a autora pondera que, se há uma impossibilidade ou uma falta que é própria ao ser humano, a comunicação estaria se sustentando na ilusão de uma possibilidade de preenchimento, de encontro e/ou de união, impedindo que reconheçamos “a própria falta como estrutura constituinte do humano” (p. 102). Evidentemente, é nessa mesma natureza faltante, como observa a autora, que a comunicação – enquanto necessidade do ser – se sustenta.

Partindo dessas leituras, é possível ponderarmos se *Steven Universe* não seria representativo de uma certa temporalidade de urgências, no sentido de se manifestar tanto como sintoma da efetivação de novas demandas políticas (ou de uma releitura de velhas demandas, em alguns casos) quanto como reivindicação de um desejo por subjetivação política (mesmo que, por vezes, essa subjetivação caia na armadilha do consumo, como um mero adereço à vaidade individualista). Por aqui, possivelmente passaria a resignificação dos modos tradicionais da sociabilidade de que fala Yamamoto (2017), considerando que, para o autor, a sociabilidade consistiria numa dimensão menos técnica do que humana que diz da vinculação dos sujeitos para além de um nível familiar, ou seja, que os coloca em relação com o diferente e o distante. Assim podemos pensar essa relação entre o comum enquanto vínculo (Sodré, 2014), no qual se baseia a sociabilidade, e a noção de uma dívida originária (Yamamoto, 2017), que consiste num nível de obrigação com o Outro que acreditamos como estruturante da natureza dialética da Alteridade (enquanto relação que perpassa o *eu* e o *nós*). Se podemos pensar numa abertura semântica do mundo pela dimensão sensível, isto é, numa reelaboração estética do simbólico para captar novas formas sociopolíticas em *Steven Universe*, semelhantemente à leitura que Yamamoto faz da proposta empirista de abertura do possível de Deleuze, podemos considerar também uma semelhante ampliação semântica nos sujeitos, à medida que as dinâmicas temporais que atravessam e dão forma aos elementos (subversivos ou não) da narrativa do desenho são compartilhados com eles. Parece haver, desse modo, um possível movimento de integração de um *communitas* no processo de significação comunitária (Yamamoto, 2017). Por *communitas* o autor compreende um insistente, isto é, poderíamos pensá-lo como a própria falta, como o possível que se abre pela necessidade de novos modos de subjetivação.

Se o *communitas* pode ser entendido como um tipo de contínuo comunitário, como uma falta que perdura, ele seria, então, relativo ao próprio sentido da subjetividade verdadeira de Levinas (1988), a qual se manifesta unicamente a partir da busca de completude no Outro. De modo semelhante, Yamamoto (2017) refere-se à dívida originária a partir da ideia de que o indivíduo, em qualquer pretensão de formação comunitária, deve abrir mão de si mesmo, de sua individualidade, para efetivamente participar, poderíamos supor, do que Rancière (2009) chama de partilha do sensível. Por exemplo, problematizações como a questão do *ser gordo*, aliadas à perspectiva de uma temporalidade marcada pelo *império do corpo*, parecem agir no sentido de discutir esse comum que sustenta as relações

de Alteridade, buscando uma certa expansão da partilha ao definir novas situações de competências e incompetências – e o desenho não parece se abster desse jogo justamente pela forma como tais lugares sociais são distribuídos e tensionados no seu universo ficcional.

Por fim, com base na leitura de Adorno e Horkheimer (1985), ponderamos brevemente se a alienação do sujeito – que ora pode se manifestar nos processos de mediação, condicionados às lógicas limitadoras da racionalidade técnica e do consumo que tem no lucro a via última do sucesso – não poderia ser análoga a uma alienação que parece ser imprescindível à própria Alteridade. Como pensar qualquer dimensão de contrato ou de laço social, qualquer nível de efetivação do comum, sem essa simultânea alienação de si e do Outro? De modo semelhante à justa apropriação que poderíamos fazer da obra de Adorno e Horkheimer, a questão seria refletir sobre os limites e a atuação da Alteridade nos processos políticos e na organização social das sociedades midiaticizadas – que são significativamente manifestados na mediação. Parece que há um tipo de ironia subterrânea que fomenta a existência de desenhos animados que trabalhem propostas de representação e de subversão do comum de modo semelhante ao do *Steven Universe*, um tipo de ironia que tenta transformar os processos de significação dos *losers*, ou mesmo de algumas minorias, justamente por uma mediação que se assenta nos pressupostos ético-políticos do cotidiano e ao mesmo tempo os nega – como nas representações ancoradas na necessidade de uma diferença pela chave do eu, com uma simultânea necessidade de uma identidade que não seja completamente avessa à conformidade.

### A Noção de Entretenimento e suas Ambivalências Políticas

Talvez mais importante do que justificar as contribuições especificamente subversivas de *Steven Universe*, seja a compreensão de que ele representa um determinado processo simultaneamente social, temporal, comunicacional e político que talvez não se destaque por uma ampliação do espectro de vozes e lugares de fala que ocupam, por assim dizer, as instituições supostamente legitimadas e consolidadas que compõem as bases culturais e organizacionais do mundo capitalista ocidental (pelo menos). Em outras palavras, há uma dinâmica, que insistimos em chamar de temporal, que se revela em *Steven Universe*, a qual não se limita a dar maior alcance a atores antes desprezados ou desamparados (pela mídia e pelo Estado), que agora podem participar ativamente dos enredos das novelas, dos filmes, das propagandas, das músicas, dos telejornais e dos desenhos animados. Antes disso, vislumbramos em *Steven Universe* sintomas de um tempo marcado por controvérsias que pulsam constantemente nas disputas e nos jogos cotidianos, nas subjetividades e nas vidas políticas dos sujeitos – controvérsias que parecem ocupar a centralidade do viver-juntos.

Não nos parece precipitado, neste esforço de alinhar nossas reflexões destas considerações finais, propor que *Steven Universe* reverbera e atualiza sentidos do que entendemos aqui como uma *atmosfera de controvérsia*, que pode ser percebida em diversas produções midiáticas que permeiam a cultura das mídias do século XXI, pelo menos se voltarmos nosso olhar para parcela das produções que inundam a televisão brasileira desde os anos 2000, mas que já se fazia ver com certa expressividade desde os anos 1990. Nesse sentido, trazemos apenas alguns exemplos que nos parecem convenientes: 1. desenhos clássicos de perseguição como *Tom e Jerry* (inclusive as várias versões do *Pica-pau* e dos *Looney Tunes*), que parecem construir o humor majoritariamente na desgraça alheia; 2. algumas animações japonesas (desde desenhos clássicos como *Os Cavaleiros do Zodíaco* e *Yu Yu Hakusho* a filmes como *Akira* e *A Viagem de Chihiro* do *Studio Ghibli*), que lidam em vários momentos com mundos distópicos, na iminência da destruição ou da guerra, nos quais as relações humanas são testadas, muitas vezes em batalhas que se desenrolam menos num nível físico do que psicológico; 3. desenhos em formato de *sitcom* norte-americana (notadamente *Os Simpsons*, *Uma Família da Pesada*, *American Dad*, *South Park*, *O Rei do Pedaco*, entre outros), que se sustentam quase inteiramente na paródia e na ironia e geralmente são finalizados com uma espécie de reconciliação que deixa as coisas sempre do jeito que começaram; e, finalmente, 4. o universo de animação de emissoras norte-americanas, como *Nickelodeon* e *Cartoon Network*, cujos desenhos parecem, em certo sentido, herdeiros do legado

crítico de séries como *The Simpsons* (como *Johnny Bravo*, *A Vaca e o Frango*, *Rocco na Cidade Grande*, *Bob Esponja*, *As Trapalhadas de Flapjack*, *A Hora da Aventura*, *O Fantástico Mundo de Gumball*, entre outros), e que muitas vezes caminham entre a ironia e o *nonsense*, possivelmente como um modo de subverter o malogro em riso, num tipo de ironia quase melancólica.

Sem a pretensão de elaborar um argumento fechado, conclusivo ou limitador, percebemos que esse espírito de controvérsia e ironia, que se desdobra num tensionamento crítico quase melancólico, vai muito além dos desenhos animados. Podemos pensar, por exemplo, no extinto programa *Hermes e Renato*, da MTV Brasil, que apostava na paródia como elemento central para o desconcerto das bases discursivas sociais e midiáticas. Bem, isso não é exatamente original, sobretudo se pensarmos nas diversas manifestações da comédia como gênero discursivo satírico e incisivo no decorrer dos séculos. Em grande medida, porém, o programa se tornou uma espécie de síntese argumentativa reveladora de um mundo *cruelmente* midiaticizado, firmado por uma espécie de cultura debochada, em que a concepção do entretenimento se diluía como marca meramente ilustrativa, motivo pelo qual o entretenimento era o esteio da revelação de uma sociedade condicionada pela própria “farsa da representação”. Daí, possivelmente, emana a força mais particular e “engraçada” do programa.

<sup>12</sup> Evidentemente, poderíamos pensar em diversos outros termos que compreendam esse movimento crítico que se assenta numa cultura midiática irônica, estendida sobre uma atmosfera de controvérsia. Aqui, nos parece válido apontar como esse fenômeno pode ser pensado, particular mas não definitivamente, a partir de uma expressão televisiva notadamente brasileira.

Portanto, não é exagero afirmar, a partir do fenômeno *Hermes e Renato*, que o mundo das representações na sociedade contemporânea se *hermesrenatiza*<sup>12</sup>, na medida em que chaves de compreensão sobre a função da paródia, ou da sátira, se misturam às formas intensas do atributo prescritivo de um fenômeno midiático radical, o qual prevê a memeficação do mundo como elemento decisivo de sociabilidade vigilante na esfera pública. Alegorias à parte, há uma discussão de fundo ancoradas em, no mínimo, três frentes para pensarmos a concepção do entretenimento:

1. A força e a fragilidade do discurso midiático;
2. A presença de um “fascismo” lógico da sociedade do consumo;
3. A mediação dos discursos e os seus ecos políticos.

O que parece sobressair desses itens é a noção fluida do entretenimento ante a intensidade das referências do mundo midiaticizado. Podemos estreitar ou alargar a ideia de modernidade a partir dos inconvenientes das marcas implicadas nessa noção, principalmente a sensação de aceleração do mundo, frequentemente confundida com tal intensidade midiaticizada. No entanto, se pensarmos *Steven Universe* como uma obra que tensiona as temáticas do entretenimento, moldando a reflexão aguda e melancólica no seu eixo central, sua medida discursiva se dá por meio da denúncia dos atributos prescritivos da representatividade e da tenra desconstrução do estigma social, incorporando um regime de visibilidade altamente político. A respeito disso, Soares (2020) nos diz que:

Entre a super-interpretação das imagens – dotando-as com as nossas vozes, como se pudessem tudo dizer – e o esvaziamento de seu sentido – como se elas não tivessem nada a dizer, incorporando quaisquer sentidos – oscilam as tensões em torno das imagens contemporâneas. Esse movimento pendular nos faz retomar, baseados nas produções midiáticas em suas injunções com o espetáculo, o questionamento sobre se tais imagens operam apenas como reforços de discursos estabilizados (ou circulantes) ou se, por outro lado, permitem o surgimento de discursos de ruptura (ou de resistência), deslocando e rearticulando os discursos correntes e, desse modo, interferindo nas políticas da representação e nos regimes de visibilidade. (Soares, 2020, p. 335)

Desenha-se, a partir dessa descrição, uma incorporação fundada teoricamente a respeito das fragilidades de uma política diluída pela forma do entretenimento, nos seus “regimes de visibilidade”. O condicionante dessa demanda do entretenimento firma-se como um tema recorrente das dimensões – e empecilhos – para o próprio processo de divertimento, ou a condução do tempo do entretenimento nas telas, estilizado nesses “universos próprios” da instância da representação.

Parece-nos, a partir dessa premissa, que *Steven Universe* aponta inconstâncias do processo de mediação por meio das realizações de pautas nobres: a discussão de gênero, direitos individuais, diversidade étnica, agendamentos civilizatórios etc.

Entretanto, compreendendo as agruras da alegoria, ou os limites do que é posto como fantasia, a realidade se impõe, em *Steven Universe*, como a materialização de uma ambivalência. Sobre essa condição, Pasolini, em ensaio de 1974, já afirmava que a natureza do semblante do consumo se entrosa na ordem do que ele chama de novo fascismo:

Mesmo se tivéssemos querido, não teríamos podido nos prostrar diante deles [os comportamentos jovens dos anos 1960/1970]. Porque o velho fascismo, ainda que através da degeneração retórica, distinguia, enquanto o novo fascismo – que é algo bem diferente – não distingue mais: não é humanisticamente retórico, é americanamente pragmático. Seu propósito é a reorganização e a padronização brutalmente totalitária do mundo. (Pasolini, 2020, p. 83)

Ou seja, estamos diante de um dilema de apreensão, já que a dimensão política de *Steven Universe* se estende às artimanhas propositivas ou respectivas da *hermesrenatização* do mundo, na medida que não há metáfora ou alegoria suficientemente nítidas para a desconstrução da barbárie fascista do consumo. Nesse sentido, se percebemos outros produtos do canal Cartoon Network (como *Irmão do Jorel* e *Hora da aventura*), a melancolia é marca do impacto da experiência estética medida pela desconstrução dessa natureza fascista da qual Pasolini chama atenção, e que se reveste, de forma contundente, como veio crítico paródico decisivo.

É como se, em outras palavras, o entretenimento propósito do canal, e mais especialmente em *Steven Universe*, estivesse calcado na dinâmica outra do seu estatuto, este fantasma da confusão da mediação como amparo simbólico.

Aqui, a contemporaneidade é, pois, uma temática para a poeticidade no entorno não mais da representação social dosada em tipologias, embora *Steven Universe* faça uso intenso desse dispositivo, mas da indissociabilidade entre o triunfo estético tido como sublime – ou ordenador – e o mundo da memeficação das simbologias da ruína dessa estética. Nas palavras de Serelle (2016):

A mediação das mídias é fortemente inclusiva devido ao fato de as tecnologias de comunicação terem se enredado no cotidiano, sendo praticamente impossível estar fora dela. Mas muito de sua força reside, também, na capacidade que ela tem de nos confortar por meio de uma simbólica viciada, não provocativa, mas familiar e redutora e que nos ajuda a lidar com a complexidade da vida imediata. Entretanto, como denuncia Silverstone, isso tem muito pouco a ver com comunicação ou com um domínio verdadeiramente público capaz de nos abrir para o desafio que é o outro. Se não podemos, de fato, viver fora dessa mediação, cabe-nos, a todo momento, pensar as relações e as frestas entre o vivido e o representado e reconhecer que, embora necessária, a mediação é inevitavelmente incompleta e não deve ser usada para nos afastar do mundo. (Serelle, 2016, p. 89)

Nesses termos, depreende-se que a dimensão política de *Steven Universe* se associa à dimensão do entretenimento com elemento de fundo, na descrição de um mundo corrosivo de mediação, ou da necessidade de compreensão do mundo em seu condicionante de divertimento, cada vez mais privado, em que limites da “epopeia temática” da esfera pública se mostram fantasiosos ou exageradamente fantasmáticos diante da proposta de vivência cultural.

Assim, o entretenimento se edifica pelas deformações de sua face, uma inconstância pouca preocupada com o jogo dos afetos, que os desenhos do canal Cartoon parecem investir de simbologias nobres. Nas ambivalências estabelecidas, então, no que diz respeito à representação e suas demandas de desconstrução simbólica, o ponto central é mesmo a *hermesrenatização* do mundo, um mundo “posto no ridículo e na impossibilidade de ser base de identificação”. Nesse sentido, *Steven Universe* se manifesta como meta utópica e, ao mesmo tempo, materializa-se como diabolicamente divino.

## Referências

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos* (G. A. Almeida, Trad.). Jorge Zahar.
- Bauman, Z. (2001). Tempo/Espaço. In Z. Bauman, *Modernidade líquida* (P. Dentzien, Trad.). Jorge Zahar, 2001.
- Dunker, C. I. L. (2017). Subjetividade em tempos de pós-verdade. In M. C. Pinto, & M. Leão (Org.), *Ética e Pós-Verdade* (pp. 9-42). Dublinenses, 2017.
- Iser, W. (1979). O jogo do texto. In L. C. Lima (Trad. & Org.), *A literatura e o leitor: Textos de estética da recepção*. Paz e Terra, 1979.
- Jauss, H. R. (1979). O prazer estético e as experiências fundamentais da poiesis, aisthesis e katharsis. In L. C. Lima (Org.), *A literatura e o leitor: Textos de estética da recepção* (pp. 85-103). Paz e Terra.
- Levinas, E. (1988). *Totalidade e infinito*. Edições 70.
- Martino, L. M. S. (2007). A produção da consciência significativa. In L. M. S. Martino, *Estética da Comunicação: Da consciência comunicativa ao "eu" digital* (pp. 25-54). Vozes.
- Pasolini, P. P. (2020). *Escritos corsários* (M. B. Amoroso, Trad.). Editora 34.
- Rancière, J. (2009). *A partilha do sensível: Estética e política* (M. C. Netto, Trad.). Editora 34.
- Rancière, J. (2012). *O espectador emancipado*. WMF Martins Fontes.
- Safatle, V. P. (2008). *Cinismo e falência da crítica*. Boitempo.
- Serelle, M. V. (2016). A ética da mediação: Aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone. *Matrizes*, 10(2), 75-90. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v10i2p75-90>
- Silverstone, R. (2002). Complicity and collusion in the mediation of everyday life. *New Literary History*, 33(4), 761-780.
- Silverstone, R. (2005). *Por que estudar a mídia*. Loyola.
- Soares, R. L. (2009). *Margens da comunicação: Discurso e mídias*. Fapesp.
- Soares, R. L. (2020). *Sutileza e grosseria da exclusão nas mídias*. Alameda.
- Sodré, M. (2014). *A ciência do comum: Notas para o método comunicacional*. Vozes.
- Valverde, M. (2010). Comunicação e experiência estética. In B. S. Leal, C. C. Mendonça, & C. Guimarães (Org.), *Entre o sensível e o comunicacional* (Vol. 1, pp. 57-71). Autêntica.
- Yamamoto, E. Y. (2017). *Comunidade e Comunicação: A crise do comum* (Vol. 1). Appris.
- Žižek, S. (2006). *The parallax view*. The Mit Press.
- Žižek, S. (2016). *O sujeito incômodo: O centro ausente da ontologia política*. Boitempo.

## Referências audiovisuais

- Sugar, R., Lelash, C, Pelphrey, J., Miller, B. R., & Sorcher, R. (Produtores Executivos). (2013-hoje). *Steven Universe* [Série de TV]. Cartoon Network Studios.

# A “Múmia” e o “Coronel”: Recepção nas Redes Sociais de Marina Silva e Ciro Gomes<sup>1</sup>

## **Glauce Cunha**

Comunicadora e produtora de TV.  
Mestranda no Programa de Pós-  
Graduação em Linguagens, Mídia e Arte  
da PUC-Campinas.  
E-mail: glaucec@yahoo.com.br.

## **Juliana Doretto**

Jornalista. Doutora em Ciências da  
Comunicação pela Universidade Nova  
de Lisboa. Professora e pesquisadora  
no Programa de Pós-Graduação em  
Linguagens, Mídia e Arte (Limiar) da  
PUC-Campinas. Cofundadora da Recria  
(Rede de Pesquisa em Comunicação,  
Infâncias e Adolescências).  
E-mail: jdoretto@gmail.com.

**Resumo:** O objetivo deste artigo é compreender como Marina Silva é percebida por sua audiência nas redes sociais, enquanto figura pública e mulher negra de origem pobre, no cenário político brasileiro, dominado por homens brancos. Para isso, por meio de um estudo de recepção, levantaram-se os comentários de uma postagem sua no Twitter, no dia 22 de maio de 2020, a fim de os comparar a comentários de um *post* realizado no mesmo dia e na mesma rede social por Ciro Gomes. Analisá-la comparativamente a Ciro Gomes, um político de características semelhantes às dela (extensa vida pública, viés ideológico parecido, participação em eleições presidenciais), é uma forma de compreender como o gênero pode impactar ou não os discursos dos sujeitos que interagem com produções midiáticas de políticos brasileiros. Como resultados, percebe-se que Marina foi mais atacada do que Ciro, com destaque à sua aparência física.

**Palavras-chave:** gênero, recepção, Marina Silva, Ciro Gomes.

## **La “Momia” y el “Coronel”: Recepción en las Redes Sociales de Marina Silva y Ciro Gomes**

**Resumen:** El propósito de este artículo es entender cómo Marina Silva es percibida por su audiencia en las redes sociales, como figura pública y mujer negra de origen pobre, en el círculo político brasileño dominado por hombres blancos. Para eso, a partir de un estudio de recepción, comparamos los comentarios de una publicación de Marina en Twitter el 22 de mayo de 2020 con otros de una publicación realizada el mismo día y en la misma red social por Ciro Gomes. Analizarla con la de Ciro, un político de similares características (amplia vida pública, similar visión ideológica, participación en elecciones presidenciales), es una forma de entender cómo el género puede impactar el discurso de sujetos que interactúan con las producciones mediáticas de los políticos brasileños. Como resultado, Marina fue más atacada que Ciro con énfasis en su apariencia física.

**Palabras clave:** género, recepción, Marina Silva, Ciro Gomes.

## **The “Mummy” and the “Colonel”: Reception of Marina Silva and Ciro Gomes on Social Networks**

**Abstract:** This article aims to understand the way Marina Silva – a black woman of poor origin inserted within the Brazilian political scenario, which is dominated by white men – is perceived by the online audience. This reception study compared the comments of two Twitter posts made on May 22, 2020 – one from Mariana Silva, and the other from Ciro Gomes. As Silva, Ciro has an extensive public life, similar ideologies, and also participated in presidential elections, so that analyzing this figure is a way of understanding how gender may impact the discourse of individuals interacting with media produced by Brazilian politicians. The results indicate that Marina Silva was more attacked than Ciro Gomes, especially regarding her physical appearance.

**Keywords:** genre, reception, Marina Silva, Ciro Gomes.

<sup>1</sup> Uma primeira versão deste trabalho foi apresentada no GT-5, Estudos de Gênero, Sexualidades e Corporalidades, da 9ª edição do Coninter (Congresso Internacional Interdisciplinar em Sociais e Humanidades), realizada de modo virtual entre 17 e 19 de novembro de 2020.



No dia 22 de maio de 2020, às 20h53, a ex-senadora Marina Silva publicou a seguinte mensagem, através de sua conta no Twitter: “Esperamos que Ministério Público Federal, STF e Congresso tomem medidas imediatas para o afastamento do ministro Ricardo Salles. Ao tramar dolosamente contra a própria pasta, demonstra agir com desvio de finalidade”. A mensagem vinha acompanhada de um *link* do site *Observatório do Clima*, de que foi colhida a citação compartilhada por ela. Essa postagem gerou 324 comentários, 726 compartilhamentos e mais de 4,6 mil curtidas<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Dados colhidos em 26 de maio de 2020.

<sup>3</sup> A reunião tinha sido citada, pelo ex-ministro da Justiça Sérgio Moro, como um indício de que o presidente Jair Bolsonaro pretendia interferir na autonomia da Polícia Federal.

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=BWDemNNMbeU>.

<sup>5</sup> <https://saude.abril.com.br/medicina/oms-decreta-pandemia-do-novo-coronavirus-saiba-o-que-isso-significa>

<sup>6</sup> O que dá maior relevância à informação é o fato de o presidente Jair Bolsonaro ser acusado constantemente de envolvimento com membros ativos dessas milícias, que operam como organizações criminosas em comunidades de baixa renda. Bolsonaro e sua família possuem um histórico de longa data de proximidade a membros dessas organizações.

<sup>7</sup> [https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/advogado-de-milicianos-e-nomeado-assessor-especial-do-ministro-da-saude/?aff\\_source=56d95533a8284936a374e3a6da3d7996](https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/advogado-de-milicianos-e-nomeado-assessor-especial-do-ministro-da-saude/?aff_source=56d95533a8284936a374e3a6da3d7996).

<sup>8</sup> Dados colhidos em 6 de junho de 2020.

Nesse mesmo dia, o ministro Celso de Mello, do Supremo Tribunal Federal (STF), tinha acabado de autorizar a divulgação do vídeo da reunião ministerial feita no dia 22 de abril de 2020<sup>3</sup>. A gravação foi exibida praticamente em sua totalidade por diversos veículos de comunicação, causando grande reação pública por parte de diferentes instituições, de personalidades do meio político e artístico e do cidadão comum. A fala do ministro do Meio Ambiente, a que Marina faz referência em sua postagem, defende “passar a boiada” e “mudar regras”, aproveitando o momento em que os meios de comunicação têm sua atenção voltada à pandemia de Covid-19<sup>4</sup>.

No dia 11 de março, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou ao mundo que vivemos uma pandemia: o diretor do órgão, Tedros Adhanom Ghebreyesus, comunicou que o número de casos de Covid-19 tinha aumentado 13 vezes fora da China, o país de origem da doença. O vírus já estava presente em 114 nações<sup>5</sup>. A partir desse dia, governos do mundo todo começaram a tomar medidas preventivas e a trabalhar em mecanismos de alertas e planos de contenção para que a contaminação pelo vírus fosse desacelerada. Diferentes normas e propostas começam a dividir a opinião pública mundial. Como preservar vidas e preservar a economia? Medidas nacionais começam a ser coordenadas pelo Ministério da Saúde juntamente com as normas dos governos estaduais. No entanto, iniciou-se aí um caminho de divergências no enfrentamento da Covid-19 entre o presidente Jair Bolsonaro e a maioria dos governadores de estados. A crise ideológica e política já existente se torna ainda mais profunda.

Nesse contexto, nesse mesmo dia 22 de maio de 2020, Ciro Gomes compartilhou seus posicionamentos através de seu perfil pessoal no Twitter, como também fez Marina Silva. Às 15h12, o político postou a seguinte mensagem: “Perderam completamente a vergonha na cara!” — uma exclamação sobre a notícia anexada à mensagem, veiculada pelo site *Congresso em Foco*, que trazia a seguinte chamada: “Advogado de milicianos<sup>6</sup> é nomeado assessor especial do ministro da Saúde”<sup>7</sup>. Essa postagem gerou 263 comentários, 827 compartilhamentos e 5.880 curtidas<sup>8</sup>.

O objetivo inicial desta pesquisa é compreender como Marina é percebida por sua audiência nas redes sociais, enquanto figura pública, mulher negra de origem pobre, no cenário político brasileiro dominado por homens brancos, a partir dessa postagem. Analisar Ciro, um político de características semelhantes às dela (extensa vida pública, viés ideológico parecido, participação em eleições presidenciais), mas que é seu contraponto como homem branco, é uma forma de compreender como o gênero pode impactar ou não os discursos dos sujeitos que interagem com produções midiáticas de políticos brasileiros. Para isso, adotaremos a perspectiva dos estudos de recepção das mensagens midiáticas, associada à análise de conteúdo. Porém, primeiramente, debateremos a presença das mulheres na política e a participação desses dois atores políticos nas redes sociais.

### Mulheres, Política e Mídia

Castells (1999), ao falar sobre como trabalho e emprego foram transformados pelas mudanças tecnológicas, diz que esse processo não diminuiu o número de vagas de emprego como um todo, pois, apesar algumas categorias terem desaparecido, outras surgiram. Porém, a remuneração não acompanhou o aumento da produtividade e do lucro. Diante desse quadro, muitas mulheres entraram no mercado de trabalho para manter o padrão de vida de suas famílias. E, segundo o autor, “a feminização da força de trabalho afetou substancialmente as bases econômicas do patriarcado e abriu um caminho para a ascensão da consciência feminina” (Castells, 1999, p. VII).

Essa abertura redefiniu alguns papéis sociais de gênero na sociedade, como quando a mulher passou a ser também provedora do sustento da família. Porém, os cargos de liderança e poder não refletem proporcionalmente a presença feminina no mercado de trabalho, inclusive na participação política. Um dos motivos para esse fato, segundo Finamore e Carvalho (2006, p. 353), seriam os estereótipos das funções que os gêneros devem cumprir em sociedade: “as mulheres candidatas a cargos eletivos têm de enfrentar o estereótipo que coloca os homens nos cargos de liderança política, reservando às mulheres o trato dos problemas domésticos”.

No Brasil, é recente a chegada de mulheres ao poder político, especialmente se levarmos em consideração que aqui, até o início do século passado, o voto era um direito exclusivo dos homens. Na Suíça, um país de primeiro mundo, mulheres só puderam votar em 1971; na África do Sul, apenas em 1993; na Arábia Saudita, em 2011.

Em nosso país, a primeira eleitora foi Celina Guimarães, que em 1927, na cidade de Mossoró, RN, exerceu esse direito assegurado por uma lei de seu estado. Em seguida, apelou ao Senado Federal, via telegrama, para que essa garantia fosse estendida a todas as compatriotas: “Algumas fontes enfatizam que Celina não planejava ser a primeira eleitora e ficou surpresa com toda a repercussão que houve. Mas o fato é que a potiguar e o estado do Rio Grande do Norte entraram para a história...” (Schumacher & Ceva, 2015, p. 73).

Isso só foi possível porque outra mulher, Bertha Lutz, em retorno ao Brasil depois de ter concluído seus estudos em Paris, em 1918, iniciou sua luta pelos direitos das mulheres, que incluíam o direito ao voto e o acesso à educação:

Desde que voltou ao Brasil, Bertha mergulhou na luta pelo sufrágio universal, que garantisse os direitos políticos das mulheres, ou seja, a sua participação nas eleições e na carreira pública. Outro tema de sua preocupação se referia à ampliação do acesso à educação, pois a maioria da população brasileira na época era analfabeta – grande parte constituída de mulheres. (Schumacher & Ceva, 2015, p. 67)

Embora tenha havido grandes avanços nesse sentido nas últimas décadas – dos quais o mais notável é a chegada de Dilma Rousseff ao cargo máximo do poder Executivo, em 2011 –, as estatísticas ainda apontam grande desigualdade. De acordo com matéria publicada em março de 2018 pelo jornal *O Globo*, dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em seu estudo “Estatísticas de gênero-indicadores sociais das mulheres no Brasil”, mostram que o país ocupa a 152ª posição no ranking de representatividade feminina parlamentar, de um total de 192 países. Apenas 10,5% do conjunto de deputados federais são mulheres (Pains, 2018).

Segundo Finamore e Carvalho (2006), “a mídia tem papel fundamental na disseminação das representações da realidade sócio-econômica e da imagem das mulheres, e dos políticos, influenciando a formação da opinião pública em diferentes circunstâncias, inclusive durante o processo eleitoral” (Finamore & Carvalho, 2006, p. 359). Para eles, é preciso, pois, investigar os diferentes meios de comunicação pelos quais circulam esses discursos hegemônicos, que cristalizam os estereótipos de gênero, interferindo na percepção social sobre a participação política das mulheres.

Portanto, entender como a cultura de massa consolida o sujeito moderno, no sentido de compreender como ela produz e intensifica seus pensamentos e comportamentos (Morin, 1962), em relações aos padrões sociais estabelecidos, é caminho necessário para aprender sobre a importância e a urgência de aspirações ligadas à representatividade política feminina. Ou seja, na produção midiática de massa, podemos encontrar discursos com os quais nos identificamos e que nos permitem expressar nossos desejos, frustrações e realizações em relação aos papéis sociais de gênero.

A cultura de massa se constituiu em função das necessidades individuais que emergem. Ela vai fornecer à vida privada as imagens e os modelos que dão forma às suas aspirações. Algumas dessas aspirações não podem se satisfazer nas grandes cidades civilizadas, burocratizadas; nesse caso a cultura resgata

uma evasão por procuração em direção a um universo onde reinam a aventura, o movimento, a ação sem freio, a liberdade, não a liberdade no sentido político do termo, mas a liberdade no sentido individual, afetivo, íntimo, da realização das necessidades ou instintos inibidos ou proibidos. (Morin, 1962, p. 90)

Essa liberdade, a realização desses instintos inibidos, encontra lugar ainda mais confortável nos novos meios de comunicação existentes hoje, como as redes sociais? Han (2017) avalia que sim. O sujeito contemporâneo – que ele chama como aquele “de desempenho”, classificado como alguém de positividade excessiva, que se autoestafa em busca de atingir ideais de produtividade e performance (estimulados pela ideologia neoliberal) – é um indivíduo aparentemente livre, mas que, de fato, é escravo de si e desconfia do outro, com quem compete. Nesse sentido, o autor diz que vivemos num mundo carente de alteridade, que em nada nos compele a exercitar nosso pensamento sobre o diferente, algo que empobrece as relações humanas. Nesse contexto, as redes sociais, novos canais de comunicação que surgem com a promessa de fortalecer a diversidade cultural, acabam tomando sentido oposto, fortalecendo nossa resistência ao outro e nossos estereótipos. Mesmo que tenha a totalidade de um mundo virtual a ser explorado, o sujeito se conforma a ficar em um mesmo lugar, e os algoritmos ainda conspiram para que ele veja apenas o que lhe agrada.

O sujeito de desempenho esgotado, depressivo está, de certo modo, desgastado consigo mesmo. Está cansado, esgotado de si mesmo, de lutar consigo mesmo. Totalmente incapaz de sair de si, estar lá fora, de confiar no outro, no mundo, fica se remoendo, o que paradoxalmente acaba levando à autoerosão e ao esvaziamento. [...] Também os novos meios de comunicação e as técnicas de comunicação estão destruindo cada vez mais a relação com o outro. O mundo digital é pobre em alteridade e em sua resistência. (Han, 2017, p. 91)

A seguir, veremos como Marina Silva e Ciro Gomes se apropriam de suas mídias sociais e como os discursos que por ali circulam podem ser analisados sob a perspectiva dos estudos de recepção.

### Metodologia

Depois de ter ocupado cargos públicos importantes, como os de senadora e ministra do Meio Ambiente, Marina Silva ganhou maior projeção e destaque no cenário da política nacional ao participar de três processos eleitorais para a Presidência da República.

Seu perfil no Twitter foi criado em janeiro de 2010, ano em que se lançou pela primeira vez como candidata à Presidência do Brasil. Sua candidatura, que até então era apenas especulada, foi oficializada em junho de 2010<sup>9</sup>. Nessas eleições, a ex-ministra do Meio Ambiente saiu na frente dos demais concorrentes ao ingressar nas mídias sociais, com estratégia própria para os meios digitais<sup>10</sup>. Com pouco espaço na propaganda eleitoral na TV e no rádio e poucos recursos advindos do Partido Verde (PV), Marina obteve 19.636.359 votos, resultado que a posicionou em terceiro lugar e qualificou a terceira colocação com maior percentual de votos (19,33%) desde a primeira eleição democrática pós-ditadura. Assim, mostrou o potencial da internet, até então pouco explorado<sup>11</sup> em processos eleitorais.

Ciro Gomes nasceu no interior de São Paulo e, aos 4 anos, sua família mudou-se para o Ceará. Entrou na política nos anos 80, tornando-se um dos principais nomes políticos do estado. Como Marina, Ciro já participou de três processos eleitorais para a Presidência da República. Em sua última participação, em 2018, mesmo derrotado, antecipou o anúncio de que concorrerá nas eleições presidenciais de 2022. Desde então, vem realizando um trabalho de oposição ao governo Jair Bolsonaro, através de entrevistas concedidas a diversos veículos midiáticos e de postagens em suas redes sociais. Seu ingresso no Twitter aconteceu em abril de 2009, nove meses antes da entrada de Marina Silva.

Estes são os números de seguidores de ambos nas principais redes sociais:

<sup>9</sup> <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,pv-lanca-marina-silva-como-candidata-a-presidencia-nesta-quinta-feira,564037>.

<sup>10</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1602201008.html>.

<sup>11</sup> Artigo escrito e publicado por Caio Túlio Costa, jornalista, doutor em Ciências da Comunicação pela USP, professor de jornalismo e consultor em novas mídias. Foi o coordenador de Mídia Digital da campanha de Marina Silva à Presidência em 2010 e é um dos sócios da MVL Comunicações, empresa responsável pela comunicação da candidatura. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/o-papel-da-internet-na-conquista-de-votos>.

Redes sociais	Marina Silva	Ciro Gomes
TWITTER	2.086.717	1.020.347
FACEBOOK	2.336.889	814.569
INSTAGRAM	216.000	1.000.000
YOUTUBE	18.600	210.000
Total <sup>12</sup>	4.658.206	3.044.916

<sup>12</sup> Números coletados no dia 15 de junho de 2020.

*Tabela 1: Seguidores de Marina Silva e Ciro Gomes nas redes sociais*

*Nota: Elaboração das autoras.*

Vemos que, no valor total, Marina tem vantagem com relação a Ciro, com diferença de mais de um milhão de seguidores, e que tem mais que o dobro de Ciro em suas contas no Twitter e no Facebook. Contudo, é importante perceber que Ciro possui quase cinco vezes mais seguidores no Instagram e quase 12 vezes mais em seu canal de YouTube do que Marina. Tanto Instagram como YouTube são redes sociais mais imagéticas; portanto, a escolha do Twitter neste estudo é relevante por ser uma rede social que valoriza o conteúdo escrito, ainda que ofereça recursos para postagens de vídeos e imagens.

Para a realização desta pesquisa, recolhemos todos os comentários gerados pelas postagens de Marina e Ciro citadas acima. A coleta de mensagens referentes ao post de Marina foi feita manualmente no dia 26 de maio de 2020. Foram desconsiderados os comentários direcionados a terceiros, isto é, que não estavam nominados diretamente a ela. Além disso, mensagens incompreensíveis contendo representações gráficas (*emojis, GIFs*), capturas de telas e *links* também foram descartadas, restando 174 comentários para serem analisados. A coleta referente à postagem de Ciro foi feita manualmente no dia 6 de junho de 2020. A mesma regra de descarte dos comentários à postagem de Marina foi aplicada, restando 150 comentários a serem analisados. Não verificamos aqui marcações de gênero ou região dos comentaristas, em razão do escopo do trabalho.

Vale destacar que, em nossa análise mais geral das duas redes sociais, as postagens mais contundentes, nas quais Marina ou Ciro atacam com mais veemência o presidente Bolsonaro, são as que trazem o maior número de comentários e mais agressividade da parte dos comentaristas. As duas missivas analisadas aqui refletem esse caráter mais genérico.

Em seguida, a partir da leitura do material, os comentários foram categorizados de acordo com os temas e subtemas que se destacaram quanto à frequência. Seguiu-se, portanto, uma das vertentes da análise de conteúdo, a chamada de “categorial”: “é o método das categorias, espécie de gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivos da mensagem” (Bardin, 2002, p. 39).

Como dito, neste trabalho, queremos investigar comparativamente como os sujeitos compreendem as mensagens midiáticas produzidas por duas figuras importantes do cenário político brasileiro, mas de gêneros diferentes, pela perspectiva dos estudos de recepção. Essa linha guiou nossa categorização, exposta acima. Para Sousa (1994), as análises com esse viés enfrentam dificuldade por estarem ligadas à prática acadêmica original que as relaciona aos estudos de consumo, opinião pública, publicidade e marketing. Nesses estudos, no entanto, o sujeito não é visto apenas como um depósito, alvo de uma estratégia comunicacional traçada como ferramental, mas como alguém que pensa sobre o que consome.

Ou seja, é preciso tentar entender como ele se apropria das mensagens midiáticas: se dá novos significados a elas, apenas corrobora e amplia os significados já estabelecidos na sociedade, ou se as rejeita (Hall, 2003). Sobre isso, Canclini (2004) nos acrescenta que essa vertente crítica está ainda ligada à condição de circulação dos diferentes discursos, que é contingenciada pelas lógicas de produção da indústria capitalista, regentes dos meios de comunicação hegemônicos (e das redes sociais também). Em outras palavras: as narrativas circulantes no cenário midiático são circunstanciadas pelos modos de funcionamento da indústria cultural, cenário que possibilita que certas significações de oposição (que fazem frente a determinados

estereótipos de gênero, no caso em tela) ocorram de forma relevante ou não. Aqui, como afirma Han (2017), devemos considerar a aversão à alteridade que sustenta o modo de funcionamento das redes sociais, cujos algoritmos destinam mensagens a usuários que tendem a concordar com elas:

Será que o assunto é apenas uma construção fictícia da mídia, ou também pode haver sujeitos críticos, espectadores que exercem suas próprias iniciativas, apesar das manipulações astutas da mídia? Estudos sobre o lado ativo da recepção mostram que não há mídia onipresente, audiências passivas, mas a concentração monopolista e transnacional das indústrias culturais e a fraqueza das associações de televisão e de consumidores ainda deixam a questão de quanto o capitalismo de redes globalizadas nos permite ser sujeitos. A possibilidade de sê-lo aparece não apenas como a capacidade criativa e reativa dos indivíduos; também depende de direitos coletivos e controles sociais sobre a produção e circulação de informações e entretenimento<sup>13</sup>. (Canclini, 2004, p. 148)

<sup>13</sup> Texto original em espanhol: “Pero ¿es el sujeto solamente una construcción ficcional de los medios, o puede haber también sujetos críticos, espectadores que ejerzan iniciativas propias a pesar de las astutas manipulaciones mediáticas? Los estudios sobre el lado activo de la recepción demuestran que no hay medios omnipresentes, ni audiencias pasivas, pero la concentración monopólica y transnacional de las industrias de la cultura y la debilidad de las asociaciones de televidentes y consumidores dejan aún irresuelta la cuestión de cuánto nos permite ser sujetos el capitalismo de redes globalizadas. La posibilidad de serlo aparece no solo como la capacidad creativa y reactiva de los individuos; depende también de derechos colectivos y controles sociales sobre la producción y circulación de informaciones y entretenimiento.”

Por fim, em outro trabalho (Furtado & Doretto, 2019), já advogamos que os estudos de recepção se caracterizam pela análise dos sentidos construídos pelos sujeitos no circuito da produção-consumo. Assim, a investigação dos comentários coletados nas redes sociais pode ser também uma forma de compreender os significados que se estabelecem no consumo das mensagens midiáticas, a partir de compreensões macrosociais sobre os temas debatidos nas missivas e investigações dos cenários que envolvem a publicação dessas mensagens, como fizemos nesta seção. Como dizem Cogo e Brignol (2011), as redes sociais podem ser um caminho para identificar construções de significados que reforçam o estabelecimento de vínculos entre os sujeitos ali presentes:

Entendemos que é pertinente aos pesquisadores da recepção refletir sobre a internet em suas múltiplas dimensões. Ou seja, partindo da sua concepção como um ambiente comunicacional que permite a produção, circulação e troca de conteúdos e informações, a aproximação entre diferentes formatos e lógicas de mídias, a interação interpessoal e o diálogo, o estabelecimento de vínculos, a construção de projeções das identidades de seus usuários, a configuração de uma memória compartilhada e o estabelecimento de lógicas colaborativas. (Cogo & Brignol, 2011, p. 88)

Por fim, Flaz (1992, p. 218 apud Escosteguy, 2002) diz que os estudos de recepção devem problematizar o gênero para além das diferentes biológicas, de forma a entender como essas concepções “são constituídas e experimentadas e como nós pensamos ou, igualmente importante, não pensamos sobre elas”. Neste trabalho, voltamos nosso olhar ao processo de construção de gênero e às resistências e críticas aos estereótipos que o envolvem.

Em seguida, passaremos a descrever os dados obtidos na análise dos comentários selecionados, buscando compreender como o exposto aqui se articula aos discursos coletados.

### Resultados Alcançados

Como dito acima, as postagens de Marina e Ciro escolhidas para a análise neste artigo ocorreram na mesma data (22 de maio de 2020), apresentam conteúdo semelhante (em que ambos criticam ministérios do atual presidente Jair Bolsonaro) e têm números de interações próximos. Abaixo, seguem duas capturas de tela das respectivas mensagens de Marina Silva e Ciro Gomes:



*Figura 1: Postagem de Marina Silva no Twitter, no dia 22 de maio*  
 Fonte: Reprodução/Twitter



*Figura 2: Postagem de Ciro Gomes no Twitter, no dia 22 de maio*  
 Fonte: Reprodução/Twitter.

Numa primeira etapa de análise, para os comentários às postagens dos dois políticos, foram criadas inicialmente duas categorias, que se destacam na primeira leitura do material: “desfavorável” e “favorável” à mensagem postada. Na categoria “desfavorável”, surgiram 7 principais pontos de destaque (ou subcategorias) e, na “favorável”, dois temas principais surgiram. É importante destacar que em um mesmo comentário pode haver mais de um tópico classificatório; isto é, os temas não se excluem mutuamente, mas se somam. Portanto, o número total de menções classificadas ultrapassa o número de comentários analisados.

Passemos a seguir à análise das manifestações encontradas na mensagem de Marina.

### **Comentários nas postagens de Marina Silva**

Na tabela 2, apresentamos os 7 principais pontos de destaque desfavoráveis à postagem de Marina Silva, que foram classificados da seguinte maneira:

Subcategoria	Descrição do conteúdo	Quantidade
Defesa de Bolsonaro	Comentários de apoio ao presidente Jair Bolsonaro e/ou ao ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles, que implicitamente são desfavoráveis a Marina.	37
Caráter	Comentários contendo ofensas e xingamentos que colocam em questão o seu caráter e sua capacidade intelectual, como “cretina”, “estúpida” e pedidos de “cala boca”.	30
Desaparecimento	Comentários que insinuam um sumiço da parte de Marina Silva ou um aparecimento apenas em ocasiões desfavoráveis aos seus “inimigos” políticos (quem aparece é porque estava supostamente sumido), e, do mesmo modo, mensagens em que o interlocutor sugere que ela volte a um estado de desaparecimento.	28
Atuação política	Comentários contendo palavras ligadas historicamente a questões políticas e ofensas direcionadas a sua gestão ou papel político, como “comunista”, “corrupta” e “incompetente”.	19
Aparência	Comentários que continham substantivos e adjetivos que sugerem, direta ou indiretamente, ligação com sua aparência supostamente grotesca, disforme ou enrugada, num sentido pejorativo, sendo as palavras “tartaruga” e “dinossauro” as mais presentes, seguidas de “ET” (ser extraterrestre). Há muitas menções feitas por representações gráficas ( <i>emojis</i> ), o que reforça o caráter de aparência.	18
Aspecto assustador e raciocínio vagaroso	Comentários que a adjetivam por meio do substantivo “múmia”. Essas mensagens não se enquadram na categoria “Aparência” pelo entendimento de que múmia, além de um cadáver preservado, mirrado, esquelético e magro, evoca algo assustador. E, no sentido coloquial, é termo bastante usado também quando queremos dizer que o sujeito é alguém lerdo, de raciocínio vagaroso.	9
Idade	Comentários contendo o substantivo “velha”, usados numa conjuntura desdenhosa.	4
Total		145

Tabela 2: Comentários negativos na postagem de Marina Silva

Nota: Elaboração das autoras.

Na categoria “favorável” à mensagem postada de Marina, dois principais temas apareceram:

Subcategoria	Descrição do conteúdo	Quantidade
Oposição a Bolsonaro	Desaprovação e crítica de diferentes formas ao presidente Bolsonaro e/ou ao ministro Salles, do Meio Ambiente, ou desaprovação à agenda política da atual gestão da Presidência.	61
Competência	Adjetivos elogiosos ligados à competência, à liderança ou ao desempenho de Marina Silva.	5
Total		66

Tabela 3: Comentários positivos na postagem de Marina Silva

Nota: Elaboração das autoras.

Alguns comentários precisam ser destacados para demonstrar os pontos desta análise, sobretudo os que atacam essa figura pública, já que revelam várias nuances em como ela é compreendida pela sociedade. Temos aqui cinco exemplos que sugerem o sumiço da parte de Marina, como “hibernar”, “voltar para a tumba” e alguns, que aparecerão posteriormente, dizem “volte para o casco, tartaruga”. É interessante notar a evidência dessa ideia do sumiço, da invisibilidade de Marina, que está presente nas mensagens de vários sujeitos (quase 20% dos comentários negativos), tendo em vista que ela foi candidata nas últimas três eleições, tem concedido entrevistas constantes a diversos veículos e, sobretudo, ainda que sua presença nos principais veículos de comunicação fosse inconstante ou inexpressiva, em sua rede social, ela tem frequência diária de postagens:

Volte a hibernar.....2022 está a 2 anos ainda!!! (Classificação “Desaparecimento”, comentário, 22 maio 2020).

Silêncio. Só pode falar em 2022, lembra? (Classificação “Caráter” e “Desaparecimento”, comentário, 22 maio 2020).

Volta pra tumba de onde nunca mais deveria sair... (Classificação “Aspecto assustador e raciocínio vagaroso” e “Desaparecimento”, comentário, 22 maio 2020).

Volta pra tumba, Múmia! #BolsonaroReeleito (Classificação “Aspecto assustador e raciocínio vagaroso” e “Defesa de Bolsonaro”, comentário, 22 maio 2020).

Aparecei a fantasmilha. Vao catar. Babaçu (Classificação “Desaparecimento” e “Caráter”, comentário 22 maio 2020)<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Respeitou-se a grafia original das mensagens.

Nos três comentários a seguir, aparecem palavras que se referem a questões políticas ligadas à ideologia de esquerda e que os integram às categorias de “Atuação política” ou de “Defesa de Bolsonaro”. No primeiro deles, o interlocutor a chama de “guerrilheira midiática”, e a palavra “guerrilheira” aqui usada parece fazer referência a quem está disposto a agir em prol de uma ideologia através do uso de armas. O autor dessa mesma mensagem sugere uma mudança de comportamento em seu histórico, de “doce” a “guerrilheira”. Em seu histórico, porém, manteve-se a luta pelos ideais socioambientais, o que pode sugerir que talvez a mudança tenha acontecido na compreensão do interlocutor.

No segundo comentário fica evidente que ainda hoje Marina tem sua imagem fortemente ligada ao ex-presidente Lula, mesmo que tenha rompido politicamente com ele e com o Partido dos Trabalhadores (PT) em 2009<sup>15</sup>. Foi ainda forte concorrente de Dilma Rousseff nas eleições de 2014 e atuou como opositora política ao PT. Mas o partido parece ainda ser, para alguns missivistas, a única legenda relacionada às esquerdas no país.

<sup>15</sup> <http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1272525-5601,00-MARINA+SILVA+ANUNCIA+SAIDA+DO+PT+E+DEVE+SE+FILIAR+AO+PV.html>.

No terceiro comentário, o interlocutor sugere que o interesse de Marina pelas questões ambientais está ligado à corrupção, além de afirmar que seu marido é condenado por desmatamento. De fato, seu esposo, Fabio Vaz de Lima, foi acusado de ter cometido esse crime, mas nunca foi condenado. Alguns veículos noticiaram que há inúmeras *fake news* ligando o nome de Fabio ao fato e que não existe comprovação dessas acusações<sup>16</sup>. Os comentários são esses:

<sup>16</sup> <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/11/09/verificamos-marina-desmatamento>.



Marina, deu! Chega! Acabou! Todo mundo sabe. O BRASIL apoia o que eles disseram naquela reunião! Lamentável uma pessoa tão doce ter se tornado uma GUERRILHEIRA MIDIÁTICA. É muito triste! Depois de velha cair numa valha dessa. Reaja! (Classificação “Idade”, “Atuação política” e “Defesa de Bolsonaro”, comentário, 22 maio 2020).

Não cuidou nem do Acre quando teve oportunidade, tudo capacho do Lula (Classificação “Atuação política”, comentário, 23 maio 2020).

Marina e seu desejo perturbado do meio ambiente. Mesmo seu marido ou ex ser condenado por desmatamento ela insiste nessa pasta. Algo de muito bom lá deve ter. Ela não quer largar o osso. (Classificação “Atuação política”, comentário, 23 maio 2020).

Há ainda muitos comentários que reúnem três ou mais categorias, dos quais destacamos abaixo um que reuniu cinco. Aqui, além de ser acusada de gestora incompetente, Marina é chamada de “múmia” (que carrega alguns sentidos já definidos por este estudo, na Tabela 1), de “extraterrestre” (que remete à aparência), e de “insignificante”, que aqui aparece como uma ofensa, já que remete a alguém que não possui significado. Além disso, o comentário sugere o desaparecimento de Marina (ao pedir sua volta ao sarcófago) e reitera o apoio a Bolsonaro.

O ET esqueceu que o desmatamento em sua gestão o maior nos últimos 25 anos. Se tranque no sarcófago insignificante. #BolsonaroReeleito (Classificação “Aparência”, “Atuação política”, “Aspecto assustador e raciocínio vagaroso”, “Caráter” e “Defesa de Bolsonaro”, comentário, 22 maio 2020).

Os cinco próximos comentários têm em comum ataques ligados à aparência, que aparecem em 15% do total das mensagens (nas categorias “Aparência”, “Aspecto assustador e raciocínio vagaroso” e “Idade”). Muitas das mensagens possuem representações gráficas (*emojis*) de tartarugas e dinossauros. É comum répteis serem descritos como animais repugnantes (assim como anfíbios e alguns insetos) e, nesse caso, têm em comum um aspecto rugoso, elemento estético que evoca feiura e envelhecimento, no sentido pejorativo. Algumas menções referem-se a ela como “Curupira”, personagem do folclore brasileiro que protege as florestas e os animais:

Sai Dinossauro (Classificação “Aparência”, comentário, 22 mai. 2020).

Pronto, o Currupira saiu da mata. (Classificação “Aparência”, comentário, 22 maio 2020).

Soltaram mais cedo hj kkkkk (em referência a emojis de ET acrescentados à mensagem) (Classificação “Aparência”, comentário, 22 maio 2020).

Afff tartaruga... Volta pro casco (Classificação “Aparência” e “Desaparecimento”, comentário, 22 maio 2020).

Vai dormir tartaruga (Classificação “Aparência” e “Caráter”, comentário, 22 maio 2020).

<sup>17</sup> Marina Silva foi nomeada ministra do Meio Ambiente em 2003, pelo então presidente Lula. Por seu trabalho na área, é reconhecida através de prêmios internacionais, tendo recebido em 2007 a maior condecoração das Nações Unidas, o *Champions of the Earth*, em reconhecimento ao seu trabalho. Através de seu posicionamento contrário à fala de Ricardo Salles, a ex-ministra do Meio Ambiente quer ressaltar a incongruência de uma agenda que não trabalha em favor das causas ambientais. Declarações suas como essa têm sido habituais, em oposição à gestão do atual governo de Jair Bolsonaro.

Marina de fato tem um longo histórico de lutas socioambientais<sup>17</sup>; portanto, seria natural essa relação. Porém, as associações feitas, assim como a que a liga à figura de extraterrestres, parecem sugerir uma descrição ofensiva, ligada, mais uma vez, à aparência física. Ambos os seres (ETs e Curupira) têm aparência corpórea disforme, em relação às proporções mais comuns do corpo humano.

### Comentários nas postagens de Ciro Gomes

Abaixo, apresentamos os 7 principais tópicos de destaque (subcategorias) desfavoráveis a Ciro.

<b>Categoria</b>	<b>Descrição do conteúdo</b>	<b>Quantidade</b>
Atuação política	Comentários sobre possíveis relações com o PT, ou críticas ao partido, e questionamentos a respeito de sua competência como gestor, bem como acusações de corrupção.	14
Defesa de Bolsonaro	Apoio a Bolsonaro, que seria uma crítica indireta a Ciro.	10
Ofício do advogado	Comentários que afirmam que a ética da advocacia obriga esses profissionais a prestar seus serviços a qualquer cidadão (tendo em vista que a notícia postada por Ciro sugere que um advogado de miliciano não é uma boa escolha para um cargo público).	10
Caráter	Comentários contendo ofensas e xingamentos que colocam em questão o seu caráter, como a expressão “vagabundo”.	7
Cobrança	Cobrança de ação da parte de Ciro.	3
Origem	Comentários relacionados à origem nordestina do político, como “coronel” e “cangaciro”, apelido que faz um trocadilho com a palavra “cangaceiro” e seu nome, “Ciro”.	3
Alcoolismo	Menções que fazem referência ao consumo de álcool por Ciro Gomes.	1
<b>Total</b>		<b>48</b>

Tabela 4: Comentários negativos na postagem de Ciro Gomes

Nota: Elaboração das autoras.

Na categoria “favorável” à mensagem postada de Ciro, surgiram dois principais temas:

<b>Categoria</b>	<b>Descrição do conteúdo</b>	<b>Quantidade</b>
Oposição a Bolsonaro	Total concordância com a crítica feita e desaprovação do governo ou do presidente Bolsonaro e/ou desaprovação às táticas adotadas pelo ministro interino da Saúde.	108
Competência	Adjetivos elogiosos ligados à competência, à liderança ou ao desempenho de Ciro Gomes.	5
<b>Total</b>		<b>113</b>

Tabela 5: Comentários positivos na postagem de Ciro Gomes

Nota: Elaboração das autoras.

Assim como tratamos os comentários no post de Marina, trazemos pontos de destaque dos comentários ao post de Ciro. Apresentamos aqui os três únicos exemplos cujo conteúdo é pejorativo, por referenciarem a origem nordestina de Ciro Gomes por meio de expressões como “coronel” e “cangaciro” (em que há o trocadilho da palavra “cangaceiro” com seu nome). Os dois termos fazem parte do imaginário e dos estereótipos ligados ao Nordeste. O interessante é que essas duas figuras da região estão presentes, teoricamente, em lados opostos. O coronel era a figura que explorava os mais pobres em favor de seus próprios interesses, enquanto o cangaceiro era alguém que fazia parte de um movimento social contra o Estado, isto é, contra o próprio coronelismo, tão presente na estrutura social da época. Entretanto, ambos são figuras ligadas à violência e ao poder<sup>18</sup>:

CangaCiro! (Classificação “Origem”, comentário, 22 maio 2020).

CANGACIRO RETROESCAVADEIRA (Classificação “Origem”, comentário, 22 maio 2020).

Coroné do pé rachado está pedindo processo, mais um dos vários (Classificação “Origem” e “Caráter”, comentário, 22 maio 2020).

<sup>18</sup> O coronelismo é um brasileirismo usado para definir uma estrutura de poder que teve início no período regencial, em que os grandes proprietários recebiam a patente de coronel, se utilizavam das forças policiais para a manutenção da ordem e tinham nessas milícias o apoio para execução de seus próprios interesses. O cangaceiro era o homem que fazia parte de um bando armado. O cangaço foi um movimento social disseminado no sertão nordestino entre os séculos 19 e 20. Havia vários grupos distintos, mas todos alinhados com banditismo e inimidade com o Estado. Cangaceiros eram inimigos dos coronéis, que eram opressores dos mais pobres e desfavorecidos.

Os próximos comentários têm em comum referências ao PT e à ligação com esquemas de corrupção, além de questionarem as indicações do partido a alguns cargos do STF. São missivas que aparecem com destaque no corpus analisado. É evidente que o interlocutor associa a imagem de Ciro Gomes ao PT, por ter sido ministro do governo Lula (de 2003 a 2006) ou pela associação desse político a partidos de esquerda e de centro-esquerda, dos quais Ciro fez e faz parte. Outra análise é que, na percepção do comentador, a crítica de Ciro Gomes é seletiva:

Palavrões que não foram ouvidos na reunião ministerial: “propina” “Caixa 2”, “Superfaturamente” “Triplex” “Amante” “Foro de São Paulo” “Pasadena” “Petrolão” “Mariel” “Odebrecht” #BolsonaroReeleito (Classificação “Atuação política” e “Defesa de Bolsonaro”, comentário, 23 maio 2020).

Advogado do PT é nomeado ministro do STF. (Classificação “Atuação política”, comentário, 22 maio 2020).

Cirão dê uma olhada no passado de alguns ministros do STF vai ficar chocado. (Classificação “Atuação política”, comentário, 22 maio 2020).

Realmente o senhor deveria ir para o STF Sr Ciro. És m guardião dos bons costumes! Bolsonaro vai ganhar novamente em 2022. Em 2026 ele escolhe outro para ganhar! (Classificação “Atuação política” e “Defesa de Bolsonaro”, comentário, 22 maio 2020).

Por fim, transcrevem-se abaixo alguns dos comentários favoráveis à postagem, mais presentes aqui do que na publicação de Marina. Isso aponta que, por alguma razão, o papel de oposição que Ciro Gomes ocupa é mais aceito entre seus interlocutores, se compararmos os comentários de seu post aos de Marina Silva.

Em um deles, o interlocutor, apesar de não concordar com a crítica feita na mensagem ao ponderar sobre o ofício do advogado, se refere a Ciro como “presidente”, demonstrando a sua escolha como eleitor. No segundo exemplo de comentário favorável, o sujeito interage em concordância com a crítica do tuíte, mencionando que, desde a reeleição de Dilma Rousseff (PT), o país se encontra perdido, identificando o papel opositor de Ciro Gomes ao PT e demonstrando que o comentarista acompanha com atenção o futuro candidato à Presidência.

Discordando aqui presidente. Nós temos nojo dessa muniça toda. Porém o sujeito é advogado e na época que defendeu esses criminosos estava só fazendo o trabalho dele. e Bem (Classificação “Ofício do advogado” e “Oposição a Bolsonaro”, comentário, 22 maio 2020).

O governo está mostrando sua verdadeira face. Estamos à deriva desde o day after das eleições de 2014. Acredito que o único caminho é deixarmos as diferenças de lado e convergir no rumo da democracia (Classificação “Oposição a Bolsonaro”, comentário, 22 maio 2020).

Ciro 2022 (Classificação “Oposição a Bolsonaro”, comentário, 22 maio 2020).

## Discussões

Pelo exposto nas seções anteriores, percebemos como o nível de hostilidade a Marina entre seus comentaristas é alto. Todas as menções a ela com caráter negativo (que aparecem na Tabela 2, com exceção das missivas de apoio ao presidente), somadas, representam 51% do total de comentários, isto é, há um alto índice de agressão e rejeição à figura de Marina Silva. No caso de Ciro, a porcentagem dessas menções é de 16%, e estão ligadas a tópicos como “Alcoolismo”, “Caráter”, “Cobrança” e “Atuação política”. Somente as menções feitas pejorativamente à imagem corpórea de Marina somam 15% de todas as mensagens negativas. Não há nenhuma missiva pejorativa ligada à aparência de Ciro Gomes. Podemos constatar, portanto, que nesse caso há mais agressões à figura da mulher do que à do homem.

É importante lembrar que Ciro tem, em seu histórico, episódios em que vídeos o registram alcoolizado (em um dos quais profere ataques verbais, com comentários de baixo calão), além de ele ser conhecido por ter emitido ataques explosivos a jornalistas e adversários. No entanto, há apenas uma menção pejorativa que se refere ao problema alcoólico e pouquíssimas referências a seu temperamento. O termo mais negativo usado contra ele é “coronel”, referindo-se à figura que domina certas regiões interioranas do Nordeste, o que pode não ser necessariamente negativo, já que reafirma seus poder e virilidade.

Outro ponto foi o índice de comentaristas que percebem Marina como alguém ausente, desaparecida, sumida ou cancelada, com 13% dos comentários fazendo menções a isso, a despeito de ter presença constante em suas redes e de ter concedido muitas entrevistas em diversos veículos, especialmente no período pandêmico em que ocorreu a postagem. Inicialmente, levantamos a hipótese de que a dúvida do público em relação ao vigor da atuação política de Marina, em sua oposição ao governo de Jair Bolsonaro, deriva do fato de ela não ocupar cargo público no momento. No entanto, Ciro Gomes, que também faz oposição ao governo e tem sido tão atuante neste período quanto Marina, não foi mencionado por seus comentaristas como alguém que esteja sumido, ausente ou cancelado. Há 2% de menções que cobram ação por parte dele, como um pedido de que ele faça mais. Portanto, mais uma vez há percepção diferente, com respeito ao mesmo assunto, da figura da mulher com relação à do homem.

Por fim, as menções a Marina Silva com a expressão “múmia” (bem como referências ligadas a essa expressão) surpreenderam. A palavra “múmia”, além de evocar algo assustador, por não ter vida, também traz os sentidos de esquelético, mirrado, esquelético, magro, por ser um cadáver preservado. Talvez nessa referência seja quando Marina é percebida de forma mais ligada à fragilidade corpórea.

Com relação às menções de apoio ao conteúdo postado por ambos, nota-se bastante diferença também. Ciro recebeu aprovação de sua fala em quase 70% do total de comentários em sua postagem, contra cerca de 30% no caso de Marina, ainda que as críticas colocadas em suas mensagens estejam em desacordo com as agendas ministeriais do atual governo, assim como as de Ciro. Um destaque em comum é que poucos interlocutores mencionam elogios ligados à competência, à liderança ou ao desempenho de Ciro ou Marina.

### Considerações Finais

Na presente pesquisa, procuramos entender como Marina Silva, nortista, mulher e negra, e Ciro Gomes, nordestino, homem e branco, são percebidos pelo público através de suas redes sociais. Notou-se que ela é significativamente mais atacada e que há uma forte presença de estereótipos de gênero nesses comentários, ligando a mulher a ações políticas menos efetivas ou a padrões estéticos. Da mesma forma foi possível aferir, como declara Han (2017), que nas redes sociais percebemos pouco a alteridade que permite o diálogo entre os diferentes, e não a anulação, a invisibilidade e a hostilidade. Ou seja, a identificação dos sentidos dominantes nos comentários analisados revela a força de certas compreensões coletivas preconceituosas sobre a participação política feminina e das estratégias de silenciamento voltadas às mulheres. Isso corrobora a relevância dos estudos dos comentários presentes nas redes sociais pelo olhar da recepção, por ser mais uma forma de revelar estratégias de produção de sentido que se articulam a macroprocessos sociais – no caso, relacionados à construção social do gênero:

Partimos, portanto, do entendimento das redes como estratégias de interações sociais, espaços de intercâmbios flexíveis, dinâmicos e em constante movimento, que não deixam de comportar relações de poder expressas nas disputas, hierarquias e assimetrias que constituem a esfera da comunicação e da cultura. (Cogo & Brignol, 2011, p. 82)

Além disso, os discursos que veiculam ataques a sua aparência sugerem desumanização de sua figura, trazendo um outro questionamento: a cor de sua pele seria um fato provocador dessa visão? Assim, nos parece essencial entender

sexismo e racismo como elementos inseparáveis, como afirma Hooks (2019). Não é possível olhar para Marina apenas pela questão machista ou pela racial para entender por que ela é atacada de forma desumanizada. Portanto, o campo do feminismo e suas interseccionalidades é fundamental para compreender esse fenômeno que se desenha aqui. É o que pretendemos realizar na continuidade deste trabalho.

### Referências

BARDIN, L. (2002). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

CANCLINI, N. G. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de interculturalidade*. Gedisa.

CASTELLS, M. (1999). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.

COGO, D., & BRIGNOL, L. D. (2011). Redes sociais e os estudos de recepção na internet. *MATRIZES*, 4 (2), 75-92, <http://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v4i2p75-92>.

ESCOSTEGUY, A. C. D. (2002). Os estudos de recepção e as relações de gênero: algumas anotações provisórias. *Ciber legenda*, 1 (7), <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36797>.

FINAMORE, C. M., & CARVALHO, J. E. C. (2006). Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso. *Estudos Feministas*, 14 (2), 347-362, <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2006000200002>.

FURTADO, T., & DORETTO, J. (2019). The “young black man” in the photo: the production of meaning in reader comments from the El País Newspaper. *Brazilian Journalism Research*, 15 (1), 148-175, <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n1.2019.1149>.

HALL, S. (2003). *Da diáspora: identidades de mediações culturais*. Editora UFMG.

HAN, B.-C. (2017). *Sociedade do cansaço*. Vozes.

HOOKS, B. (2019). *E eu não sou uma mulher?* Rosa dos Tempos.

MORIN, E. (2007). *Cultura de massas no século XX. Volume 1: Neurose*. Forense Universitária.

PAINS, C. (2018, 7 de março). Brasil tem menos parlamentares mulheres do que 151 países. *O Globo On-line*. <https://oglobo.globo.com/sociedade/brasil-tem-menos-parlamentares-mulheres-do-que-151-paises-22462336>.

SCHUMAHER, S., & CEVA, A. (2015). *Mulheres no poder: trajetórias na política a partir da luta das sufragistas do Brasil*. Edições de Janeiro.

SOUSA, M. W. (1994). Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In M. W. Sousa (Org.), *Sujeito, o lado oculto do receptor* (pp. 13-38), Brasiliense.

# Os Excessos de *Elena*: O Ensaio e o Devir Mulher na Obra de Petra Costa

## Juliana Gusman

Doutoranda em Meios e Processos Audiovisuais pela Universidade de São Paulo. Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela mesma instituição. É membro do grupo de pesquisa Mídia e Narrativa e da Rede Metacrítica. E-mail: jugusman@terra.com.br.

**Resumo:** Este artigo pretende problematizar como o devir feminino é trabalhado no documentário *Elena* (2012), de Petra Costa. O filme, de corte ensaístico e (auto)biográfico, almeja reflexionar sobre as agruras do processo de “vir a ser mulher”, lançando mão de diferentes matérias de expressão articuladas criticamente para tensionar padrões culturais de gênero violentos. Isso posto, objetiva-se analisar não apenas a obra em si, mas também discursos que a tangenciam. Investigarei como outras narrativas audiovisuais – especificamente um conjunto de treze vídeos divulgados nas redes oficiais do filme – extrapolam e excedem os conteúdos do documentário, exercendo uma função paratextual. Supõe-se que *Elena*, além de propor questões centrais à emancipação feminina, consegue potencializar, por meio dos seus “excessos”, sua própria circulação e mediação social.

**Palavras-chave:** Elena, documentário de mulheres, ensaio audiovisual, autobiografia, feminismo.

## Los Excesos de *Elena*: El Ensayo y el Devenir Mujer en la Obra de Petra Costa

**Resumen:** Este artículo pretende problematizar cómo se trabaja el devenir femenino en el documental *Elena* (2012), de Petra Costa. La película, ensayista y autobiográfica, tiene como objetivo reflexionar sobre las dificultades del proceso de “volverse mujer”, utilizando diferentes materiales de expresión articulados críticamente para tensar patrones culturales violentos de género. Dicho esto, el objetivo no es analizar solo la obra en sí, sino también los discursos. Se aborda cómo otras narrativas audiovisuales – un conjunto de trece vídeos publicados en las redes oficiales de la película– superan los contenidos del documental, ejerciendo una función paratextual. Se supone que *Elena*, además de proponer temas centrales para la emancipación femenina, logra potenciar en sus “excesos” su propia circulación y mediación social.

**Palabras-clave:** Elena, documental de mujeres, ensayo audiovisual, autobiografía, feminismo.

## The excesses of *Elena*: Essay and womanhood in the work of Petra Costa

**Abstract:** This article aims to problematize how the process of becoming a woman is approached in *Elena* (2012), a documentary by Brazilian filmmaker Petra Costa. Using different filmic materials critically articulated to tension violent gender norms, the movie, essayistic and autobiographical, intends to reflect upon the hardships of that process. In this sense, this paper aims to analyze the movie itself and a set of thirteen complementary audiovisual narratives released on the Internet that exceed the contents of the documentary, exercising a paratextual function. Besides highlighting important aspects of female emancipation, *Elena* manages to enhance, through its “excesses”, its own circulation and social mediation.

**Keywords:** Elena, women’s documentary, film essay, autobiography, feminism.

*Todo ser humano do sexo feminino não é, portanto, necessariamente mulher; cumpre-lhe participar dessa realidade misteriosa e ameaçada que é a feminilidade. Será esta secretada pelos ovários? Ou estará congelada no fundo de um céu platônico? E bastará uma saia de fru-fru para fazê-la descer à Terra? (Beauvoir, 2016, p. 10)*

Em determinado momento de *Elena* (2012), Petra Costa, em sua narração-carta à irmã morta que nomeia a obra, se pergunta: “qual o meu papel nesse filme?”. Se a resposta não é simples, ou sequer solucionável, a pergunta reticente é, também, mais abstrusa do que se pode aferir. Será que Petra se refere ao seu papel como uma diretora em busca da reconstituição de Elena – que se suicidou nos anos 1990, em Nova York, aos 20 anos –, no emaranhamento não apenas dos fios elétricos do seu sonho com a irmã, mas de uma complexa arqueologia dos rastros e registros da jovem aspirante a atriz de Hollywood? Seria essa uma indagação sobre o objetivo último do documentário, de corporificar a memória e o trauma que a infância de Petra, que tinha apenas sete anos quando Elena morreu, não conseguiu preservar? Ou seria sobre qual papel performa Petra, que reencena e reencarna a irmã, cujo destino sempre assombrou e se confundiu com o da diretora? Quem é Petra? Quem é Elena?

Antes de ser um filme sobre suicídio, *Elena* talvez seja, como definiu Eliane Brum (2014), um filme sobre a procura – e a perda – do próprio corpo, sobre “a trajetória de uma mulher em busca de ser não mais duas, mas uma.” (Brum, 2014, p. 18). O documentário, de corte ensaístico e (auto)biográfico, busca refletir sobre um devir feminino, ou devir mulher, que parece se sobressair como questão medular nesta produção cinematográfica, ponto que pretendo, neste artigo, problematizar. Não obstante, tomarei como referência não apenas a obra em si, mas também alguns discursos que a tangenciam. Na ocasião do lançamento, Petra Costa divulgou, tanto no canal do YouTube, quanto no site oficial do filme, uma série de treze vídeos, ordenados tematicamente, com trechos que foram cortados de *Elena*. Trata-se de entrevistas, registros de performances, materiais de arquivo na íntegra e depoimentos sobre a feitura do documentário. Tomando emprestado um conceito da literatura, podemos dizer que essas pílulas audiovisuais operam como paratextos (Genette, 2018), como uma espécie de “franja” da narrativa principal, que interferem na sua acolhida e propõem novas reflexões sobre ela.

Meu objetivo é problematizar como esses vídeos – estes *excessos de Elena* – podem orientar leituras e espectadorialidades do documentário, interferindo em seu caráter ensaístico e, conseqüentemente, no tratamento dos dilemas que atravessam o processo inexorável do “vir a ser mulher”. Tenciono analisar como materiais audiovisuais que extrapolam a obra podem potencializar tanto o argumento fulcral de *Elena*, como a leitura que podemos efetuar a partir de sua fruição.

### **As mulheres e o documentário**

O filme de Petra Costa, em verdade, ressoa experiências similares no campo do documentário brasileiro contemporâneo. Conforme Carlos Alberto Mattos (2018), obras de cunho pessoal e autobiográfico marcaram a produção nacional nos últimos anos e, em grande medida, com o trabalho de realizadoras mulheres. Além de *Elena*, *Diário de uma Busca* (Flávia Castro, 2011), *Os Dias com Ele* (Maria Clara Escobar, 2013), *Morada* (Joana Oliveira, 2013), *Uma Longa Viagem* (Lúcia Murat, 2012) e os mais recentes *Fico te Devendo uma Carta sobre o Brasil* (Carol Benjamin, 2020) e *Êxtase* (Moara Passoni, 2020), por exemplo, exploram agruras familiares ou íntimas para refletir sobre questões sociais, históricas e políticas mais amplas, como a própria ditadura militar (1964-1985), tematizada, em maior ou menor medida, por quase todas elas. Trata-se de filmes, sugere Paola Labbé (2017), que almejam exercer uma função reparadora diante de sofrimentos individuais e coletivos.

Entretanto, como nos lembra Denise Tavares (2017), o protagonismo feminino no terreno do documentário ainda espelha a condição subalternizada das mulheres. Segundo Karla Holanda (2017a), os documentários dirigidos por elas ganhariam

<sup>1</sup> Nesse contexto, é importante o trabalho de Helena Solberg, que a partir de *A entrevista* (1966), começou a propor representações nas quais sua autoinscrição narrativa operava como dispositivo político. Para Holanda (2017b), observa-se um impulso de subjetividade na obra da realizadora, muito influenciada pelos estudos feministas.

<sup>2</sup> Cabe destacar, no entanto, que não entendo que essa “autoria feminina” corresponda a uma perspectiva de ver a realidade a partir de uma identidade natural ou essencialista. Compreendo, a partir de Paul B. Preciado (citado por Sara Llano, 2014), que se trata de um processo em que a mulher, um sujeito político subalternizado, reivindica a escritura – em diferentes suportes e linguagens – como uma arma de transformação para redefinir e reinterpretar processos sociais.

<sup>3</sup> A título de comparação, o documentário mais visto nos cinemas em 2019, conforme dados da Ancine, foi *Estou me guardando para quando o carnaval chegar*, de Marcelo Gomes, que teve pouco mais de 10 mil espectadores. A audiência típica para um documentário no Brasil é de cerca de 5 mil ingressos vendidos.

<sup>4</sup> Conforme dados divulgados pelo Observatório Brasileiro de Cinema e Audiovisual.

<sup>5</sup> Conforme Corrigan (2015), o filme *Carta da Sibéria* (1958), de Chris Marker, é considerado um marco do surgimento do filme-ensaio, nomenclatura cristalizada por André Bazin ao se referir à obra, tomando como base a tradição literária e fotográfica que se instituíram no pós-guerra. Em diversas entrevistas, Petra Costa referencia Marker, apontando seu trabalho como uma de suas principais referências.

impulso somente a partir dos anos 1970<sup>1</sup>, e em franca desigualdade. Por isso, indica a autora (2015), as narrativas que emergem nos últimos anos parecem almejar não somente o preenchimento das lacunas das histórias que ambicionam retratar, mas o preenchimento dos hiatos de representatividade de gênero do próprio cinema brasileiro. “Ou seja, não se trata somente de uma busca de uma história perdida, mas de uma busca também de si, de um espaço nem sempre ocupado” (Holanda, 2015, p. 357). Suponho, então, que *Elena* seja um documentário representativo desse conjunto mais dilatado de obras de autoria feminina<sup>2</sup> que buscam, através de uma narrativa posicionada e particular, tensionar questões prementes do nosso tempo, marcadamente aquelas voltadas à condição das mulheres neste contexto.

Isso posto, o filme de Petra Costa talvez tenha sido, entre eles, o que conseguiu alcançar uma projeção mais expressiva. *Elena* foi o documentário mais visto em 2013 (Tavares, 2017), com mais de 57 mil<sup>3</sup> espectadores no cinema no seu ano de exibição<sup>4</sup>. O filme ficou em cartaz por 10 semanas no Rio de Janeiro e em São Paulo, além de ter circulado e ter sido premiado em diversos festivais como o *Festival de Brasília*, o *Festival Internacional de Cinema de Guadalajara* e o *Festival de Havana*. Atualmente, está disponível na plataforma *Taturana*, onde contabiliza 2401 espectadores, em 44 sessões registradas; e na *Netflix*, que disponibilizou todos os filmes de Petra Costa depois do lançamento de sua obra mais recente, *Democracia em Vertigem* (2019), indicado ao Oscar em 2020.

Ainda, *Elena* contou com uma forte campanha pela Internet. Conteúdos sobre o filme foram disponibilizados no site oficial e em um blog, abertos à movimentação do público. Textos, frases e vídeos enviados à produção foram publicados nesses veículos, que também reuniram críticas e resenhas. *Elena* arrematou cerca de 140 mil seguidores no Facebook e 1,5 milhão de visualizações no seu canal oficial do YouTube. O vídeo *Quem é Elena?*, encenado por atores e atrizes que assistiram ao filme e quiseram ajudar em sua divulgação, contabiliza mais de 750 mil visualizações nessa plataforma. É nela que hoje podemos encontrar os treze vídeos que exercem a função paratextual que pretendo discutir neste artigo. Os excertos, que quase compõem uma nova narrativa sobre a irmã da cineasta, somam aproximadamente 89 mil visualizações.

Dessa forma, questões politicamente fundamentais às mulheres extrapolam a diegese do filme em uma mediação cultural rizomática, na qual as conversações sobre *Elena* atuam na produção de novos sentidos sobre a obra. Acredito, logo, que uma reflexão sobre as dinâmicas em torno dessa produção cinematográfica possa estimular um debate interessante para pensarmos, ainda que timidamente, a potência do documentarismo feminino brasileiro. O trabalho de Petra Costa parece apontar para possíveis horizontes da produção audiovisual que não somente tematizam debates pertinentes às mulheres, como engendram formas de fazer proliferar esses discursos.

Neste artigo, irei, então, destacar algumas características que julgo centrais ao filme, como seu caráter ensaístico e (auto)biográfico, para, depois, problematizar como essas estratégias narrativas, articuladas a diferentes matérias de expressão, são acionadas para problematizar processos de constituição e elaboração de feminilidades. Em seguida, pretendo refletir sobre como os vídeos paratextuais, os excessos da obra de Petra Costa, atuam na remontagem da vida e da morte de Elena.

### Os vultos de Elena e as lacunas do ensaio

Se, como propõe T. Corrigan (2015), o filme-ensaio<sup>5</sup> surge em um contexto em que se tentava elaborar a síntese de uma tragédia inenarrável – o Holocausto –, podemos afirmar, com o autor, sua aptidão para lidar com traumas. O ensaio, nesse sentido, tem uma vocação para os discursos impossíveis. Não por acaso, é com essa linguagem que Petra Costa sustenta a narrativa, a princípio invertebrada, disforme, de sua “memória inconsolável”; conforme Henri Gervaiseau (2015), a forma do ensaio permite que o cinema trabalhe, justamente, nos limites de sua capacidade de representação. *Elena*, consciente da sua própria insuficiência, é uma obra lacunar e inconclusiva à procura de “uma verdade que jamais terá em mãos” (Bense, 2018). Dessa maneira, o filme nos oferece apenas fragmentos mnemônicos que Petra tenta



reconstituir em uma audiovisualidade poética. A diretora parece almejar, como sugere Adorno (2003), criar condições, ainda que precárias, para que um objeto – neste caso, um sujeito, uma irmã morta – se torne novamente visível, mesmo que de maneira incompleta. A materialização fugidia de Elena será, inevitavelmente, rascunhada e espectral.

A obra tenta exprimir texturas da experiência subjetiva traumática, e, portanto, fissurada, de Petra Costa. Como outros documentários de cunho ensaístico, busca sobrepor imagens materiais e imagens psíquicas com intuito de figurar o trabalho, sempre melindroso, de memória (Gervaiseau, 2015). Para fabular e concretizar suas lembranças da irmã, Petra utiliza uma Super 8mm, a mesma câmera que, no passado, registrou Elena em vida; para filmar sua procura no presente, a diretora lança mão de uma Canon 5D, reservando, assim, estéticas distintas, embora entrelaçadas, para marcar as duas ações que impulsionam o percurso narrativo. Essas imagens são articuladas, ainda, a variadas matérias de expressão. Como pontua Gervaiseau, o filme-ensaio, de fato, se constitui em um jogo intertextual complexo – em *Elena*, imagens de arquivo familiares, gravações de performances teatrais, músicas diegéticas e a voz *over* contribuem com a arquitetura desse palimpsesto audiovisual. A narração tateante, melancólica e reflexiva de Petra, inclusive, é um artifício fundamental no processo de subjetivação da jornada da própria diretora, como coloca Denise Tavares (2017). Para a autora, esse recurso garante, também, a “universalização dos embates com a dor” (p. 203).

No ensaio, mesmo quando se discorre sobre experiências individuais, elas adquirem um caráter mais abrangente (Gervaiseau, 2015). Segundo Corrigan (2015), uma expressão pessoal pode se transformar em um debate coletivo, processo metonímico reiterado, em *Elena*, pelo seu caráter (auto)biográfico, capaz promover um “elo entre o singular e o universal” (Tavares, 2017). A obra estimula, como propõe Corrigan, uma “atividade do pensamento público” a partir de vivências particulares capazes de sintetizar outras que as ultrapassam. O suicídio, as relações familiares e os problemas de gênero presentes em *Elena* alegorizam dramas sociais. Logo, o filme se constitui como uma “escrita de si” que reverbera a vida de outros sujeitos. Ele ecoa, para mais, o lema da segunda onda do movimento feminista estadunidense dos anos 1960, ramificado em disputas atuais: “o pessoal é político”.

Curiosamente, o gênero literário das “escritas de si” – originado, conforme Adorno (2003) e Bense (2018), com os *Ensaaios* (1580) de Montaigne – começou a ser significativamente apropriado por mulheres a partir do século XIX. Segundo Maria Rita Kehl (2016), as mulheres oitocentistas passaram a reivindicar sua condição humana por meio de seus registros autobiográficos, que tentavam dar conta da experiência cotidiana marcada pela feminilidade, um objeto de reflexão, até o momento, de exclusividade masculina. No cinema, percebemos, hoje, a recuperação e a resignificação dessa maneira de narrar, também atravessada por questões de gênero. O devir feminino pôde encontrar, nesse terreno fértil, um potente lugar de autoenunciação e, sobretudo, crítica. Afinal, trata-se de um padrão cultural coercitivo e, muitas vezes, impetuoso, uma vez que “não existe mulher para quem a condição feminina não signifique uma derrota de outras pretensões” (Kehl, 2016, p. 153).

### **As mulheres-narrativa, as escritas de si e o devir feminino**

Para Simone de Beauvoir (2016), apesar de as mulheres tentarem reclamar seu papel na elaboração do mundo, “esse ainda é um mundo que pertence aos homens” (Beauvoir, 2016, p. 17). Se a alteridade, conforme a filósofa, é uma categoria fulcral do pensamento humano e se, no jogo das diferenças, nenhuma coletividade se define sem produzir distinções e hierarquias, podemos afirmar que a mulher é, historicamente, o Outro do homem. Ele, o “Sujeito”, “só se põe em se opondo: ele pretende afirmar-se como essencial e fazer do outro o inessencial, o objeto” (Beauvoir, 2016, p. 14). Dessa maneira, a mulher é uma categoria negativa, cuja determinação será, quase sempre, assinalada pela limitação. Essa inferioridade feminina depende, em muito, dos modos de inscrição dos sujeitos no discurso. Afinal, as relações de gênero, segundo Maria Rita Kehl (2016), são fruto de uma “trama simbólica que constitui a cultura, que nos designa lugares, posições, deveres, traços identitários” (Kehl, 2016, p. 23) – trama

que as mulheres raramente conseguiram controlar. Assim, “a feminilidade é uma construção discursiva produzida a partir da posição masculina à qual se espera que as mulheres correspondam” (Kehl, 2016, p. 56).

O conjunto de predicados que compõe a ideia hegemônica da feminilidade, cristalizada, principalmente, no século XIX – como a fragilidade, a capacidade procriadora, o recato, a docilidade, a passividade – operou coercitivamente no afastamento das mulheres do espaço público. Elas seriam inaptas ao trabalho, aos estudos e a quase todos os esforços físicos. A mulher oitocentista é, conforme Kehl, uma “eterna doente”. Eterna, pois sua subordinação escapa do “caráter accidental do fato histórico”, como coloca Beauvoir – o feminino se apresenta como uma condição natural, essencialista, e que, por isso, desafia qualquer tipo de mudança. No entanto, o “manual de instruções” dos papéis de gênero, de acordo com Kehl, não dá conta “da tarefa de tornar-se homem ou tornar-se mulher, tornar-se sujeito do próprio desejo em oposição à alienação inicial a um discurso de autoridade” (Kehl, 2016, p. 23). A inscrição das mulheres no discurso, apesar das tentativas de sedimentação, não é fixa.

De fato, a vida das mulheres sofre uma transformação na modernidade; neste contexto, consolidam-se novos padrões discursivos que reorganizam o campo simbólico, que se torna mais vasto para a formação dos sujeitos. Apesar da forte codificação da experiência feminina, há um alargamento das suas possibilidades de manifestação através da emergência de diferentes expectativas em torno dela, muitas vezes contraditórias. Essa pluralização, no entanto, veio acompanhada, segundo Kehl, de novos sofrimentos íntimos e coletivos, do desamparo diante do destino pessoal e do desenraizamento. O ajuste das mulheres aos papéis de gênero legitimados sempre se deu com conflitos, cada vez mais radicalizados.

Aos ideais de submissão feminina contrapunham-se os ideais de autonomia de todo sujeito moderno. Aos ideais de domesticidade contrapunham-se os de liberdade; à ideia de uma vida predestinada ao casamento e à maternidade contrapunha-se a ideia, também moderna, de que cada sujeito deve escrever seu próprio destino, de acordo com a própria vontade. (Kehl, 2016, p. 38)

“Para cada mulher nascida no século XIX, e ainda hoje, apresenta-se a questão de ser um sujeito” ou de “colocar-se como objeto do discurso do Outro, segundo os ideais de feminilidade construídos no mesmo período” (Kehl, 2016, p. 38). É sobre os dilemas dessa escolha que *Elena* parece reflexionar. Não por acaso, a imagem síntese da obra é uma releitura de Ofélia, personagem shakespeariana que se mata afogada, literal e figurativamente, “no rio de desejos e sensações, de excessos do sentir e do querer” (Brum, 2014, p. 19). Ofélia, para Márcia Tiburi (2010) é a figura da passividade, sempre referenciada pela fala de outros personagens de *Hamlet*, cuja morte – uma tentativa de fuga deste aprisionamento discursivo – sacraliza a imobilidade que lhe cabe na cultura dominante. “O corpo feminino se torna um corpo sem narrativa, sem história” (Tiburi, 2010, p. 315), vítima de uma alienação subjetiva. As Ofélias retratadas na obra de Petra Costa conjuram as mulheres cujos “anseios latentes não encontram lugar ou palavra” (Kehl, 2016), que sucumbiram no *entrelugar* de sujeito-objeto. A natureza feminina é o rio no qual, diante de uma encruzilhada, submergem, sem conseguir voltar à superfície.



Figura 1: As Ofélias em *Elena*

Nota: *Elena* (Petra Costa, 2012).

É contra essas águas turbulentas que se luta; um elemento que, inclusive, assinala repetidamente a narrativa do documentário. Está presente nos créditos iniciais, recobrando flores, folhas e vestidos; emoldura, também, o rosto flutuante de Lian, mãe da cineasta, quando ela discorre sobre seu desejo prematuro de morrer; retorna numa assombrosa lembrança infantil do filme *A Pequena Sereia* – na história original, contou Elena a Petra, a sereia perde sua voz e morre ao tentar escapar do seu destino no mar. A água compõe as performances de Elena no grupo de teatro *Boi Voador* e, também, os primeiros trabalhos de Petra como atriz, já enredada no trágico destino de Ofélia. Uma concha é o objeto escolhido pela irmã mais velha para fantasiar, de Nova York, um telefone sem fio imaginário com a caçula no Brasil. A água, o rio e o mar costuram a busca difluente da diretora nas correntezas da imagem, mas também são símbolos da natureza gendrada que não cessa em lhe ameaçar.

O documentário, suponho, é uma tentativa da própria Petra de sobrenadar nas águas, na verdade sintéticas, da feminilidade. *Elena* parece denunciar os enfrentamentos de um processo de assujeitamento doloroso e, nesse sentido, afirma a capacidade do cinema de enfrentar discursividades dominantes sobre o gênero. Representações alternativas e críticas do devir mulher, presentes nesse filme, podem estimular outros processos de subjetivação e interpelação, não ancorados em perspectivas hegemônicas. Enquanto a morte de Elena, no meio do filme, institui a agressividade de certos padrões culturais, a sobrevivência de Petra diante de uma trilha perigosa esboçada pela irmã, que sustenta o restante da narrativa, afirma a possibilidade de se resistir. O cinema, como uma tecnologia sexual, tal qual caracteriza Teresa de Lauretis (2019), é capaz, também, de mobilizar sentidos mais libertadores sobre o corpo feminino. Se, para a psicanálise, o domínio das nossas práticas linguageiras pode ser uma possibilidade de cura, podemos encarar *Elena* como um “fármaco-filme” que, ao reivindicar um lugar disruptivo no jogo das mediações, abre espaço para “falas emergentes, para a expressão do recalcado, do que ainda não tem lugar no discurso” (Kehl, 2016, p. 85).

Como mencionado anteriormente, o teor ensaístico do documentário permite, em grande medida, a manifestação da sua criticidade. Com Kehl, sabemos que a apropriação de certos códigos literários das “escritas de si” por parte das mulheres do século XIX e, hoje, a reinterpretação desses códigos em novas linguagens audiovisuais provocam uma “inflação do imaginário” capaz de perturbar as regras da feminilidade. As mulheres – de escritoras a diretoras – passam a reclamar uma posição de sujeito do discurso e a reordenar os sentidos de suas próprias experiências. *Elena* parece, até mesmo, reverenciar essas outras narrativas íntimas, autobiográficas e autorreflexivas das quais é tributário ao se ancorar, por exemplo, na materialidade das cartas e diários da personagem que titula o filme, em uma espécie de cartografia dos lugares possíveis de afirmação desse “eu” feminino em crise.

O diário é, pelo menos desde o século XIX, uma prática ritualística entre meninas adolescentes que nele encontram, segundo Philippe Lejeune (2014), uma possibilidade de subterfúgio. “O diário é um espaço onde o eu escapa momentaneamente à pressão social, se refugia protegido em uma bolha onde pode se abrir sem risco, antes de voltar, mais leve, ao mundo real” (Lejeune, 2014, p. 303). Ele pode ser uma ferramenta de construção positiva da autoimagem, sem se eximir da sua capacidade de provocar questionamentos e introspecções. O diário de Elena, descoberto por Petra aos 18 anos, foi, justamente, a semente do documentário; como um disco rígido da memória, instrumento de solidificação de vestígios, ele permitiu que a diretora se deparasse com as aflições e desejos que compartilhava, mutuamente, com a irmã. Assim como o diário, a carta também foi um gênero bastante cultivado entre as mulheres oitocentistas com pretensões autorais e um elemento marcadamente explorado na obra de Petra Costa. Conforme Kehl, a correspondência foi a forma primeira de expressão das mulheres, que constituíam, por meio dessas escritas pessoais, redes de compartilhamento e identificação. *Elena*, como caracteriza Mattos (2016), é ele próprio um filme-carta – para a irmã destinatária e para espectadoras – lido pela diretora em tom menor, saudosos. Ainda, as cartas de Elena para a família – ou melhor, as vídeo-cartas<sup>6</sup>, já que ela mesma experimentava escrever com a câmera – são capazes de proporcionar lampejos de sua existência, sublinhada, entre outras coisas, pela depressão. É na releitura desses videotextos que Petra, mimetizando o forte sotaque mineiro da

<sup>6</sup> A única carta de Elena escrita em papel, mostrada pelo filme, é sua carta de suicídio. As últimas cartas gravadas expostas pelo filme evidenciam, talvez coincidentemente, que Elena acreditava estar perdendo sua voz.

irmã, a encena pela primeira vez, obnubilando as fronteiras materiais e subjetivas que separam uma mulher da outra.

<sup>7</sup> Conforme Henri Gervaiseau (2015), o ensaio pode projetar ficcionalizações; a ficção pode operar como uma “máscara do teatro” para tratar de aspectos do real. Em *Elena*, esse recurso torna-se ainda mais interessante ao lembrarmos que as duas irmãs trabalharam como atrizes. Por meio do teatro, Petra consegue reelaborar a vida de Elena, tão marcada por essa expressão artística.

A confusão entre corpos – manifestada, também, através de outras formas de reencenação<sup>7</sup> – parece se afirmar como uma das principais estratégias narrativas para tornar uma história pessoal, política. Para além de estreitar os sofrimentos compartilhados por Petra e Elena, certas escolhas retóricas enfatizam o aspecto alegórico dessa indistinção. Das tentativas da diretora de repetir os gestos da irmã, às expressões verbais que explicitam, diretamente, a indiscernibilidade entre as duas – escutamos, por exemplo, diferentes vozes sobrepostas que destacam suas semelhanças enquanto Petra, reconstituindo os passos de Elena, caminha pelas ruas de Nova York –, objetiva-se engendrar, em verdade, a escrita de um “nós”, capaz ecoar experiências femininas plurais. As aflições porosas que atravessam e embaralham a vida de duas mulheres podem, também, implicar outros sujeitos interpelados por afetos similares.

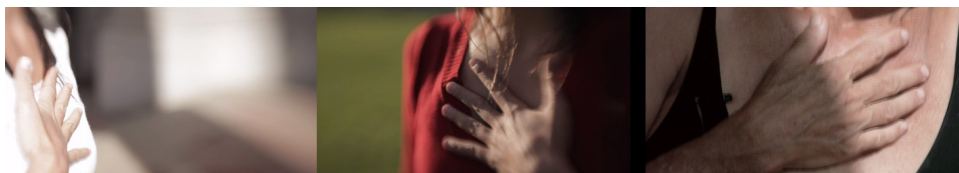


Figura 2: Petra e Lian levando a mão ao peito, como fazia Elena para falar da sua angústia  
Fonte: *Elena* (Petra Costa, 2012).

Implicam, ainda, uma terceira personagem, Lian, que assim como as filhas, manifestava a ambição de ser atriz – ela sonhava em ir pra Hollywood e beijar Frank Sinatra –, o desejo de morrer – deu-se um prazo, até os 16 anos, para encontrar um sentido na vida, quando conheceu, enfim, o pai das meninas – e a necessidade de escapar de um mundo em que se via desadaptada como mulher. As três compartilham, também, a intimidade com a câmera; no filme, misturam-se as imagens gravadas por Elena e Lian, com a Super 8mm dos anos 1980, e as imagens produzidas por Petra, que restaura memórias com o mesmo equipamento. Nesse sentido, há, por vezes, uma fluidez não apenas entre as suas identidades, mas no próprio lugar da autoria cinematográfica. Subverte-se, aí, o caráter plenamente autobiográfico da obra; se o pacto desse tipo de escrita pressupõe uma relação clara entre autor, narrador e personagem, como propõe Lejeune (2014), há, em *Elena*, uma tentativa de superação dessa rigidez esquemática. O filme é tanto sobre Petra, quanto sobre a irmã e a mãe enlutada; é sobre “subjetividades em trânsito” (Labbé, 2017), fragmentadas e dispersas; é uma obra erguida a partir de reflexões sobre dores em alguma medida indiscrimináveis. “É desse labirinto intrincado entre posições – mãe, filha, irmã... mulheres enlaçadas (e misturadas) – que fala o filme de Petra Costa. Diz também – e muito – desse lugar impossível, que é o da filha que sobrevive diante de uma mãe inconsolável” (Brum, 2014, p. 20).

Para Lejeune, “transformar a sua vida em narrativa é simplesmente viver. Somos homens-narrativa” (Lejeune, 2014, p. 86). *Elena* parece se afirmar, logo, como um registro da luta por sobrevivência de Petra e Lian. Como discurso, o documentário reelabora performativamente experiências de desamparo para que a diretora possa exercer, de alguma maneira, algum controle sobre sua própria história e sobre as arestas da feminilidade que atravessam, por vezes violentamente, os corpos assinalados por ela. O filme, suponho, é uma tentativa de vocalizar e resgatar Ofélias emudecidas; assim, Petra, Elena e Lian, mas não só elas, podem e precisam ser mulheres-narrativa.

### As franjas de Elena: as reinterpretações do paratexto

A retomada de uma discussão sobre *Elena*, ensejada por este artigo, é mobilizada não somente pela forma como a obra coteja questões de gênero – cuja presença no debate público é, hoje, inquestionável –, mas pela maneira como se instaurou sua conversação social. Como defendido anteriormente, os treze vídeos divulgados no canal do YouTube e no site oficial do filme – apenas uma parte dos produtos que ampliaram os debates sobre o documentário – podem ser encarados como discursos

paratextuais. Esse conceito da literatura, tomado a partir de Gérard Genette (2018), dá conta dos textos que “cercam e prolongam” a obra principal, garantindo sua presença no mundo e norteando sua recepção e consumo. Os paratextos engendram espaços de acompanhamento, estratégicos na ação com o público, com intuito de orientar e amparar o acolhimento da narrativa. Esses excessos de *Elena* parecem, então, potencializar os debates propostos pelo filme em sua mediação e circulação cultural.

Nesses vídeos, observa-se a retomada de elementos fulcrais à construção da crítica à feminilidade presente no documentário de Petra Costa, destacados anteriormente. As imagens das Ofélias, por exemplo, iniciam essa narrativa ao mesmo tempo paralela e complementar; os três primeiros excertos – intitulados, respectivamente, *I Turn to Water*, *Ofélias* e *Memórias do Mar* – recuperam a discussão do filme acerca de uma natureza feminina que se deve enfrentar para não morrer. No primeiro vídeo, observamos uma única Ofélia, ao som da música homônima de Maggie Clifford<sup>8</sup>, dançando no rio que representa sua sina. No segundo, várias jovens são figuradas nas suas buscas do “vir-a-ser-mulher” – entre elas, Petra – numa expansão do fragmento metafórico que sumariza a grande questão da produção documental. Os tecidos dos vestidos se misturam, mais uma vez, com folhas e vitórias régias, consubstanciando, visualmente, mulher e natureza. No terceiro vídeo, particulariza-se essa narrativa que se inicia coletiva – na contracorrente do filme, que vai do drama pessoal aos problemas comuns –, aproximando-a de experiências vividas, somente, pelas duas irmãs. Nele, tenta-se reelaborar a primeira ida de Petra à praia – que, desde pequena, parece ter medo do poder destruidor das águas. Recupera-se, nessas passagens, a dinâmica da universalidade/particularidade de um devir feminino coercitivo e tormentoso, que se voltará, emblematicamente, contra a diretora e sua irmã.

A centralidade dos diários e cartas – importantes lugares de registro das histórias das mulheres, conforme apontado neste trabalho – também é reafirmada nos vídeos paratextuais. No quarto trecho, *Elena num Diário Japonês*, observamos Petra (re) iniciar sua busca pelas escritas pessoais de outra pessoa, um possível amigo ou namorado da irmã, que relata, à diretora, uma ida prosaica ao cinema nos anos 1990. No oitavo, aprendemos que foi através de um recorte de jornal escondido nos diários de Elena que Petra conseguiu rastrear seus colegas do grupo *Boi Voador*. No último trecho, de número treze – *Memórias de uma Criação* – aspira-se ao registro do processo de realização do documentário. A equipe – majoritariamente feminina – reflete sobre inspirações, desafios da montagem, a construção do roteiro e as transformações inerentes a toda dinâmica criativa, em uma espécie de diário audiovisual do próprio filme. Afirma-se, aí, as principais estratégias narrativas da obra junto ao público: a associação não linear entre imagem e som; a busca da fluidez na figuração da memória; o anseio por enquadramentos dançantes, conquistados com o abandono do tripé; as inspirações shakespearianas; a ambição de organizar uma narrativa representativa da experiência de outros sujeitos. Evidencia-se, ainda, que se almejava retratar apenas alguns aspectos da sua personagem-título, sem pretensões de apresentar uma perspectiva realista. Se o diário de Elena, a menina-mulher, orientou o percurso de edificação do filme, este diário de *Elena*, o documentário, orienta o percurso de sua recepção, conforme, obviamente, os desejos de sua realizadora.

No sexto vídeo, *Uma Passagem pelos EUA*, que se inicia com Elena armada de sua Super 8mm, temos acesso a imagens diarísticas do seu cotidiano e, também, às cartas de e para ela, em vídeo e áudio. (Re)descobrimos, pela variedade dos registros, que essa forma de comunicação era a preferida da então adolescente para atualizar família e amigos acerca de suas aventuras novaiorquinas. É nesse extrato audiovisual que escutamos a voz original dessas correspondências, dubladas no documentário por Petra, lembramos, numa primeira tentativa de reencenação. Nesse sentido, com a manifestação de uma enunciação mais juvenil, mais fina, mais mineira, Elena vai ganhando, nas narrativas paratextuais, um corpo próprio, distinto da caçula que vê, nela, sua própria vida espelhada.

Há, nos paratextos audiovisuais, uma perda do embaralhamento identitário que assinala, tão marcadamente, a obra principal. Neles, dispõe-se de uma maior variedade de imagens de arquivo de Elena, que vai se despindo de seu caráter

<sup>8</sup> A música foi adaptada pela artista a partir do texto de Guimarães Rosa, autor que influenciou Elena em sua carreira como atriz. No documentário, a escutamos declamar, repetidamente, as palavras de *Corpo de Baile*: “Bem, estou adoecida de amor. Põe a mão em mim, que eu viro água. Volta, me escolhe, me leva”.

fantasmático. Se, no filme original, poucas gravações e fotografias se repetem, em uma espiral da memória, nas narrativas que o excedem reconhecemos melhor a fisionomia, os modos e as diferentes facetas da irmã da diretora. Elas se tornam, assim, sujeitos plenamente distinguíveis. O efeito de separação dos corpos é ainda mais acentuado nos vídeos em que outras possíveis personagens – o pai, a avó, os amigos de Elena do *Boi Voador*, a família com a qual a jovem se hospedou em sua estadia nos Estados Unidos – entram em cena, oferecendo seus depoimentos para o documentário. Nas entrevistas, Elena vai se tornando mais encarnada e mais múltipla, distanciando-se da imagem precariamente conservada pela lembrança de Petra. Elena, como memória coletiva, tem seu papel especular de irmã mais velha diluído entre outros possíveis – de amiga confidente, de estudante de intercâmbio, de atriz em ascensão. As dificuldades compartilhadas entre as duas – e outras – mulheres, no processo do “vir a ser”, vai perdendo, nos paratextos, o protagonismo temático. Petra não ocupa mais o lugar de personagem, mas de uma entrevistadora em busca de um retrato, mais bem delimitado, de uma irmã que pouco conheceu.

Ao apreciarmos a obra à luz dos paratextos que a ela se referem, é possível imaginar o que o filme poderia ter sido – uma biografia de Elena, elaborada a partir das declarações das testemunhas da sua vida. Elena teria tido, talvez, um destino mais parecido com o de Ofélia: se tornaria, tão somente, um objeto do discurso alheio. Ao organizar uma narrativa excedente, que evidencia aquilo que foi deixado fora do filme<sup>9</sup>, Petra Costa revela as camadas de suas escolhas criativas, propondo um outro tipo de reflexividade, voltado para seus processos de montagem, de seleção de planos e de engendramento de uma voz autoral implicada numa jornada que é, também, subjetiva. Em uma reiteração do desejo ensaístico do documentário, é possível problematizar, a partir dos discursos paratextuais, a própria feitura dessa experiência cinematográfica.

<sup>9</sup> Quem sugeriu que Petra tirasse todos os homens do filme, após assistir a um corte inicial da obra por intermédio de João Moreira Salles, foi ninguém menos que Eduardo Coutinho – que, inclusive, sempre privilegiou mulheres em cena.

### **Dançando com *Elena*: breves considerações**

*Elena* propõe um recorte temático politicamente relevante, capaz de abarcar discussões que afetam as mulheres, grupo socialmente subalternizado. Contempla, em sua estrutura narrativa, elementos discursivos que potencializam experiências desses sujeitos: reclama-se as “escritas de si” dos ensaios, dos diários e das cartas para perscrutar as contradições da feminilidade – um padrão cultural hegemônico que mascara sua condição histórica, situada e, não obstante, abusiva. Ainda, o documentário de Petra Costa conseguiu, por causa de uma produção paratextual, ampliar sua capacidade de circulação, alargando as conversações sobre o devir mulher para além das salas de cinema. Outros sentidos sobre a obra puderam percorrer o ciberespaço, atingindo e implicando um número maior de espectadores. Para além de possibilitar esse alcance maximizado, os paratextos audiovisuais parecem reiterar, também, a criticidade de *Elena*, ratificando a relevância de certas matérias de expressão e jogos de linguagem, ou propondo novas inflexões na reflexividade que a obra reivindica.

Porém, é preciso ponderar sobre quais mulheres o documentário parece tratar. As experiências de sofrimento diante da feminilidade doméstica, adoecida e frágil dizem respeito a uma mulheridade branca, burguesa, e pouco correspondem às espoliações que afetam pessoas racializadas, das classes populares. Expulsos da própria categoria “mulher”, como pondera María Lugones (2011), esses sujeitos sempre tiveram que enfrentar as agruras do trabalho braçal e exploratório. As manifestações da violência se dão por outros caminhos, muitas vezes distantes daquele sublinhado pelo “ideal feminino” que marginaliza as personagens figuradas na obra de Petra Costa. Não obstante, a produção cinematográfica não perde sua importância; trata-se de uma narrativa limitada, circunscrita a um aspecto, específico, do devir mulher, mas que pode apontar para novas formas de gestar a crítica às estruturas de opressão que privam certos corpos do direito de ordenar, discursivamente, suas próprias vidas.

## Referências

- ADORNO, T. (2003). O ensaio como forma. In T. Adorno, *Notas de Literatura* (pp. 15-45). Duas cidades/34.
- BEAUVOIR, S. (2016). *O segundo sexo: Fatos e mitos*. Nova Fronteira.
- BENSE, M. (2018). O ensaio e a sua prosa. In P. R. Pires (Org.), *Doze ensaios sobre o ensaio* (pp. 100-124). IMS, 2018.
- BRUM, E. (2014). Em busca do próprio corpo. In *Elena: O livro do filme de Petra Costa* (pp. 16-21). Arquipelago, 2014.
- CORRIGAN, T. (2015). Sobre a história do filme ensaio: De Vertov a Varda. In T. Corrigan, *O filme ensaio: Desde Montaigne e depois de Marker* (pp. 53-78). Papyrus, 2015.
- COSTA, P. (Diretora). (2012). *Elena* [Filme]. Busca Vida Filmes. <http://www.elenafilme.com/>.
- DE LAURETIS, T. (2019). A tecnologia de gênero. In H. B. Hollanda (Org.), *Pensamento feminista: Conceitos fundamentais* (pp. 121-155). Bazar do Tempo, 2019.
- GENETTE, G. (2018). *Paratextos editoriais*. Ateliê.
- GERVAISEAU, H. A. (2015). Escrituras e figurações do ensaio. In F. E. Teixeira (Org.), *O ensaio no cinema* (pp. 92-119). Hucitec, 2015.
- HOLANDA, K. (2015). Documentaristas brasileiras e as vozes feminina e masculina. *Significação*, 42(44), 339-358. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2015.103434>
- HOLANDA, K. (2017a). Da história das mulheres ao cinema brasileiro de autoria feminina. *Famecos*, 24(1). <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2017.1.24361>
- HOLANDA, K. (2017b). Helena Solberg: Entre o pessoal e o político. *Devires*, 14(2), 184-203.
- KEHL, M. R. (2016). *Deslocamentos do feminino*. Boitempo.
- LABBÉ, P. (2017). Documental y experiencia introspectiva: Relaciones, correspondencias y tensiones para explorar el espacio de las prácticas cinematográficas autorrepresentacionales. *Devires*, 14(2), 226-251.
- LEJEUNE, P. (2014). *O pacto autobiográfico: De Rousseau à Internet*. Editora UFMG.
- LLANO, S. M. (2014, 4 de fevereiro). "Si la escritura no es un arma, estamos perdidos". *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/noticias/cultura/si-la-escritura-no-es-un-arma-estamos-perdidos>
- LUGONES, M. (2011). Hacia un feminismo descolonial. *La manzana de la discordia*, 6(2), 105-119. <https://doi.org/10.25100/lamanzanadeladiscordia.v6i2.1504>
- MATTOS, C. A. (2016). *O cinema de fato: Anotações sobre o documentário*. Jaguatirica.
- MATTOS, C. A. (2018). Documentário contemporâneo (2000-2016). In F. P. Ramos, & S. Schvarzman (Orgs.), *Nova História do Cinema Brasileiro* (vol. 2, pp. 474-512). Sesc.
- TAVARES, D. (2017). Documentário biográfico e protagonismo feminino. In K. Holanda, & M. Tedesco. *Feminino e plural: Mulheres no cinema brasileiro* (pp. 199-212) Papyrus, 2017.
- TIBURI, M. (2010). Ofélia morta – Do discurso à imagem. *Estudos feministas*, 18(2), 303-318, <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2010000200002>

# O Mercado de *Streaming* na Coreia do Sul: Disputas Internas e a Invasão Estrangeira

## Daniela Mazur

Doutoranda e Mestre em Comunicação no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense (UFF) e Bacharel em Estudos de Mídia pela mesma Universidade. Coordenadora do projeto Série Clube (UFF), dedicado ao estudo da ficção seriada televisiva. Pesquisadora associada ao MidiÁsia (UFF) e ao TeleVisões (UFF). E-mail: danielamazur@id.uff.br.

## Melina Meimaridis

Doutora e Mestre em Comunicação no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense (UFF) e graduada em Estudos de Mídia pela mesma Universidade. Pesquisadora associada ao TeleVisões (UFF) e ao projeto Série Clube (UFF). E-mail: melmaridis@hotmail.com.

## Daniel Rios

Doutorando e Mestre em Comunicação no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense (UFF) e Bacharel em Estudos de Mídia pela mesma Universidade. Pesquisador associado ao TeleVisões (UFF) e ao projeto Série Clube (UFF). E-mail: daniel\_rios@id.uff.br.

**Resumo:** Através da *Hallyu*, a Coreia do Sul tem se tornado um polo significativo de produção de cultura pop. Devido às particularidades do mercado de TV e internet no país, as empresas de *streaming* estrangeiras têm tido dificuldade para crescerem lá. Em contrapartida, a Coreia se estabeleceu como um dos maiores mercados nacionais de *streaming* de vídeo na Ásia. A partir de uma revisão da literatura e de matérias jornalísticas, identificamos dois fenômenos significativos. Primeiro, um grupo de conglomerados locais se juntaram para formar a plataforma *Wavve* com o objetivo de enfrentar o “mal estrangeiro”, representado pela presença da Netflix no país. Segundo, a indústria sul-coreana está se utilizando da influência global das plataformas estrangeiras para expandir o alcance da *Hallyu*. Este estudo de caso, então, revela nuances e estratégias de uma indústria de mídia em ascensão na periferia global.

**Palavras-chave:** *Hallyu*, Coreia de Sul, *streaming*, *Wavve*.

## El Mercado de *Streaming* en Corea del Sur: Disputas Internas e Invasión Extranjera

**Resumen:** A partir de *Hallyu*, Corea del Sur se convierte en un importante centro de producción de la cultura pop. Debido a las particularidades del mercado de televisión e internet de ese país, las empresas de *streaming* extranjeras tienen dificultades para crecer ahí. Por otra parte, Corea del Sur es uno de los mayores mercados nacionales de *streaming* de vídeo en Asia. Basándose en una revisión de la literatura y en artículos periodísticos, identificamos dos fenómenos significativos. Primero, un grupo de conglomerados locales se unió para formar la plataforma *Wavve* con el objetivo de enfrentar el “mal extranjero” representado por la presencia de Netflix en el país. Segundo, la industria surcoreana está utilizando la influencia global de plataformas extranjeras para ampliar el alcance de la *Hallyu*. Este estudio de caso apunta los matices y las estrategias de una industria mediática en ascenso en la periferia global.

**Palabras clave:** *Hallyu*, Corea del Sur, *streaming*, *Wavve*.

## The Streaming Market in South Korea: Internal Disputes and the Foreign Invasion

**Abstract:** South Korea has become a significant center for the production of pop culture through *Hallyu*. Due to the particularities of the TV and internet market in the country, foreign streaming companies have struggled to grow. In contrast, Korea has established itself as one of the largest national video streaming markets in Asia. From a review of the literature and journalistic articles, we identified two significant phenomena happening in the country: first, to face the “foreign evil” represented by Netflix, a group of local conglomerates came together to form the *Wavve* platform; and second, the Korean industry is taking advantage of the global influence of foreign platforms to expand *Hallyu*'s reach. This case study reveals the nuances and strategies of a rising media industry in the global periphery.

**Keywords:** *Hallyu*, South Korea, streaming, *Wavve*.



O cenário do *streaming* na Coreia do Sul esquentou nos últimos anos com a chegada de novos agentes. A Coreia, hoje, é um dos maiores mercados consumidores de *streaming* de vídeo na Ásia (Gupta, 2019), alimentado especialmente pela alta inserção nacional das tecnologias de vídeo e da internet banda larga (Kim et al., 2017). O país possui infraestrutura tecnológica altamente desenvolvida, cenário local de *streaming* bem arquitetado, 100% de penetração da TV a cabo nas casas sul-coreanas e pacotes baratos de canais por assinatura e de internet (Buckthought, 2020; Park, 2018). Em vista disso, a chegada da Netflix no país em 2016 foi hostil. A imprensa aponta palavras de confronto para descrever o cenário, como indicam as manchetes de notícias a seguir, de tradução nossa: “Guerra de *streamings* de vídeo esquentam na Coreia do Sul” (<https://bit.ly/3wNdtzo>), “Emissoras sul-coreanas se unem contra a Netflix com um novo serviço de *streaming*” (<https://bit.ly/3gWPt6c>) e “Serviços de vídeo online da Coreia do Sul enfrentam batalha difícil contra a Netflix” (<https://bit.ly/3zRVnOD>). Esses veículos midiáticos, dessa maneira, apresentam uma narrativa que coloca a empresa de *streaming* estadunidense como o “perigo estrangeiro”.

A televisão leste-asiática é considerada atualmente como um verdadeiro fenômeno global (Kim, 2014). A Coreia do Sul é a décima segunda maior economia do mundo e detentora da *Hallyu* (Onda Coreana), o grande fenômeno transnacional da cultura pop sul-coreana. Os lucros de exportação com a *Hallyu* ultrapassaram pela primeira vez em 2019 a marca de 10 bilhões de dólares e, em 2020, o governo sul-coreano designou 1,42 bilhão de dólares em incentivos para continuar apoiando a criação de conteúdo cultural local (Jun, 2020) em favor do crescimento dessa influência pelo mundo. É por meio da *Hallyu* que o país está movimentando seu mercado interno e apresentando uma imagem atualizada da nação para o resto do mundo, especialmente através do audiovisual. Por isso, a fim de manter o controle da narrativa nacional e assegurar os lucros com sua produção de conteúdo, movimentações internas estão acontecendo em favor de fortalecer e proteger o mercado local de *streaming* das forças estrangeiras.

A chegada da Netflix ao país não ocorreu sem esforços, uma vez que os mercados nacionais de televisão e *streaming* já eram bem estruturados. Contudo, o crescimento da plataforma nos últimos dois anos é inegável, com a adequação da empresa às demandas locais. Tal crescimento acelerado assusta agentes locais, em vista do reconhecimento da força global dessa plataforma. Além disso, o mercado de *streaming* como um todo está em destaque no mundo em razão da pandemia de Covid-19, que manteve diferentes países em isolamento social e aumentou em 51% o consumo global de serviços de *streaming* de vídeo (Jun, 2020), o que compõe um cenário de grande interesse sul-coreano. A própria Coreia do Sul tornou-se uma peça essencial nesse momento, uma vez que, diferentemente de outros países, sua produção de entretenimento audiovisual basicamente não parou devido à pandemia, graças ao desempenho do governo frente à crise de saúde pública, que regulamentou e monitorou as produções (Tai, 2020). Tal fato tornou essa indústria fundamental para alimentar diversas plataformas de *streaming* pelo mundo, assim como a própria Netflix, nesse momento de crise.

Nesse sentido, a guerra de *streamings* na Coreia do Sul acontece em meio a diferentes estratégias locais e estrangeiras. A partir da abordagem do imperialismo de plataforma (Jin, 2015), revisão de literatura atualizada e análise de matérias jornalísticas locais, o presente artigo se propõe a entender esse mercado e os entraves que atualmente acontecem nele. Investigamos como a indústria de entretenimento sul-coreana tem lidado com o avanço da plataforma estrangeira no território nacional e examinamos as estratégias do país frente a essa expansão. Argumentamos que ocorreram dois fenômenos distintos no país. Primeiro, os conglomerados de mídia local se uniram para formar a Wavve, uma plataforma de *streaming* nacional, que tem o objetivo de enfrentar o “perigo estrangeiro” que a Netflix representa para o mercado. Segundo, a indústria sul-coreana está transformando o alcance das plataformas estrangeiras em um instrumento para expandir a *Hallyu* globalmente. Portanto, é uma estratégia de mão dupla, na qual a indústria nacional se utiliza da Netflix para atingir públicos estrangeiros, mas localmente é hostil à empresa.

## A ascensão da televisão sul-coreana

A indústria televisiva sul-coreana se desenvolveu em meio ao cenário do avanço acelerado da economia do país e de grandes transformações na sociedade. Os primeiros aparelhos de televisão chegaram à Coreia do Sul em 1956, no pós-guerra. Contudo, foi apenas no início dos anos 1960, com o levante da ditadura militar<sup>1</sup>, que a televisão foi devidamente regulamentada no país, já que o governo ditatorial idealizava a rápida modernização da nação, progresso do qual a TV era um símbolo. Foi nessa década que o formato Drama de TV foi importado do Japão e começou a ser produzido regularmente no país, entretanto, a produção nacional ainda era limitada devido à pouca infraestrutura e à censura em voga, que regulava vigorosamente a mídia. Na época, as grades de programação eram preenchidas por meio da importação de produtos estrangeiros, majoritariamente estadunidenses (Lee, 2004).

A entrada expressiva de conteúdo estrangeiro representou um momento de trocas culturais, mas, especialmente, de preocupação com a preservação da cultura local. Incentivou-se, assim, a produção de programas televisivos para suprir a demanda interna de modo a diminuir a dependência dessas importações. Em razão das medidas protecionistas governamentais e da gradual estruturação televisiva nacional, a partir da década de 1980, o apelo da televisão sul-coreana começou a crescer entre o público local e, conseqüentemente, esse mercado se tornou menos dependente da importação de programação televisiva (Y. Kim, 2019). Esse protecionismo se repetia nos países vizinhos, que também enxergavam os influxos ocidentais como uma ameaça. Por essa razão, davam preferência ao consumo de produtos culturais da região, porque eles se mostravam mais “inofensivos” por dialogarem com questões identitárias compartilhadas no cenário do leste asiático, reafirmando valores locais. Além disso, tal “ameaça estrangeira” também se tornou um incentivo para o desenvolvimento das indústrias culturais nacionais, em favor da produção de seus próprios conteúdos midiáticos, estruturando indústrias que hoje alimentam os mercados locais e comercializam produtos entre si, criando, assim, novas lógicas regionais no âmbito cultural.

A década de 1990 foi essencial para a compreensão da cultura como um setor econômico em potencial para o desenvolvimento da Coreia do Sul. O governo de Kim Youngsam (1993-1997) despertou a concepção da indústria cultural como parte de um plano de estratégia econômica nacional, o que foi mantido e expandido pelos governantes posteriores. Além de decretar leis a fim de atrair investimentos na indústria cinematográfica (Jang & Paik, 2012; Shim, 2006), também requereu apoio financeiro dos conglomerados empresariais, os *chaebols*, para desenvolver o setor local. Então, o cenário que estava começando a se formar pela liberdade vivenciada com a transição democrática, a entrada de capital privado nas emissoras e a introdução da televisão a cabo no país criou um ambiente mais plural para a televisão nacional (Nam, 2008; S. Shim, 2008). Ainda nessa década, a emissora SBS foi fundada, arquitetando-se, assim, o que hoje é conhecido como “*Big Three*”, os três maiores canais da TV aberta sul-coreana: KBS, MBC e SBS. Com isso, a demanda por dramas de TV aumentou significativamente, tornando esse gênero a maior fonte de lucro da indústria televisiva e um dos maiores potenciais de exportação cultural da Coreia do Sul à época (Ju, 2017). E, após a Crise Financeira Asiática de 1997<sup>2</sup>, o país enxergou na reestruturação de sua indústria cultural uma estratégia com potencial de renovação econômica. A instabilidade financeira da época possibilitou a implementação da tática de redução de preço de seus produtos televisivos, colocando-os abaixo da média do mercado regional e atraindo importadores (D. Shim, 2008).

A China foi a primeira grande importadora da produção de entretenimento sul-coreano e parte essencial para o desenvolvimento da cultura pop da Coreia do Sul como um fenômeno transnacional (Joo, 2011; Shim, 2006). Esse consumo inicial ocorreu especialmente porque os dramas de TV sul-coreanos, mesmo estrangeiros, dialogavam com a cultura chinesa, então, eram vistos pelo governo chinês como uma alternativa mais segura do que os conteúdos ocidentais. Esse diálogo cultural se repetiu com outros países da região, razão pela qual o conceito de Proximidade Cultural (Straubhaar, 1991) é relevante para entender a circulação dos produtos sul-coreanos nesse mercado. Essa região compartilha um fluxo cultural construído por

<sup>1</sup> A Coreia do Sul passou por um período de ditadura militar que se estendeu oficialmente entre 1961 e 1987, enquanto o país ainda se reestruturava em seu pós-guerra e se compreendia como uma nova nação depois da divisão do território peninsular. Esse período foi marcado por intensa censura, limitada liberdade de expressão, planos de aceleração econômica e ataques violentos àqueles que se rebelavam contra o regime. O fim do regime em 1987 não foi concreto em mudanças democráticas no país, já que o regime ditatorial ainda influenciava o cenário político. O processo de democratização se estendeu pelos anos seguintes e apenas no fim dos anos 1990 mudanças concretas nesse aspecto foram colocadas em prática (Hwang, 2010).

<sup>2</sup> A Crise Financeira Asiática de 1997 espalhou-se por grande parte do Sudeste e Leste Asiático e atingiu em cheio a Coreia do Sul, desestabilizando a economia do país que estava em processo de aceleração desde os modelos desenvolvimentistas da ditadura (Hwang, 2010). Dois fatores contribuíram para desencadear especificamente a crise na indústria sul-coreana: o uso de financiamento externo para compensar os prejuízos e continuar o processo de expansão dos negócios, além da queda no sentimento de transparência com o aumento de escândalos de corrupção (Jang & Paik, 2012). Com isso, os bancos nacionais acabaram com uma dívida externa impossível de pagar, o que levou à falência inúmeras empresas e ao aumento da taxa de desempregados. Todavia, a longo prazo, a crise foi um dos principais impulsionadores da reestruturação do setor financeiro e das estratégias utilizadas pela indústria sul-coreana (Mazur, 2018).

séculos de trocas, interlocuções e intervenções devido à cercania geográfica, aos fluxos migratórios e a atos político-diplomáticos. Tal fluxo perpassa genericamente esses países, criando certo sentimento de proximidade e familiaridade entre os públicos consumidores, um imaginário generalista de uma “identidade leste-asiática”. Desse modo, as audiências leste-asiáticas apresentam-se receptivas a produtos próximos culturalmente (Keane et al., 2007), desenvolvendo interconexões culturais entre essas nações e facilitando o fluxo regional do mercado audiovisual.

Hoje, a Coreia do Sul simboliza, em meio aos fluxos internacionais, um centro pulsante de tendências e formatos de sucesso, que se expande regional e globalmente. Esse fenômeno cultural é chamado de *Hallyu* (Onda Coreana), que abarca o fluxo de produtos e influências culturais originários da Coreia do Sul que estão alcançando diferentes públicos pelo mundo (Hanaki et al., 2007; Shim, 2006). A produção televisiva do país é essencial para entender as lutas de poder construídas dentro e fora da Ásia em favor da cultura pop e da identidade contemporânea nacional, além de ser o primeiro termômetro do potencial sul-coreano como produtor e exportador global de cultura.

Assim, mesmo em uma posição ainda desfavorável frente à força ocidental e globalizante dos Estados Unidos, a Coreia do Sul trava desafios à hegemonia midiática ostentada pelo país anglófono. Mazur, Meimaridis e Albuquerque (2019), por exemplo, argumentam que a Coreia do Sul se utiliza de sua influência televisiva regional e do potencial da indústria local para adaptar narrativas estadunidenses aos paradigmas ficcionais televisivos nacionais e, conseqüentemente, regionais, em vista de sua forte presença no mercado leste-asiático. Dessa forma, o país peninsular tenciona a dominância estadunidense, uma vez que a autoridade legitimadora passa dos Estados Unidos para a Coreia do Sul, já que o poder de adaptar uma narrativa à realidade local significa definir-se como o centro de uma nova ordem estabelecida (Mazur et al., 2019, p. 92).

As narrativas televisivas sul-coreanas são intensos instrumentos de poder e, de fato, a demanda por produtos da indústria cultural sul-coreana vem crescendo também fora da Ásia, como na América Latina (Min et al., 2018), na África (Kim, 2017) e na Europa (Sung, 2014). Em especial, destacamos a popularidade das produções sul-coreanas no próprio contexto brasileiro (Mazur, 2018; Urbano, 2020). Tal demanda levou emissoras sul-coreanas, como MBC e SBS, a lançarem seus próprios canais no Youtube com parte do seu conteúdo legendado em diferentes idiomas. Esforços como esse se dão em favor de maximizar o alcance da *Hallyu* pelo mundo. Em 2019, a Coreia do Sul lucrou 12.3 bilhões de dólares apenas com a exportação de produtos culturais, um aumento de 22.4% em comparação ao ano anterior (Yonhap News Agency, 2020a). Por isso, o mercado de *streaming* é um espaço de grande disputa, com problemáticas que podem ser observadas não apenas na Coreia do Sul, mas também em outras potências do Leste Asiático.

### **Tendências no mercado de *streaming* do Leste da Ásia**

O Leste Asiático atualmente se posiciona como uma importante região no cenário mundial, onde vários países se destacam, tanto pelo rápido progresso econômico nas últimas décadas quanto pela consolidação de suas indústrias midiáticas nacionais. Japão e Coreia do Sul se configuram como efervescentes polos de produção, distribuição e consumo de programas televisivos: os animes japoneses e os dramas sul-coreanos são produtos de exportação a nível global (Chua & Iwabuchi, 2008; Kim, 2014). Mas, se antes a circulação de conteúdo audiovisual era feita exclusivamente pelas redes de televisão tradicional, seja ela via radiodifusão ou satélite, cada vez mais observa-se o papel da internet nesse processo (Wee, 2016, p. 209). Nesse sentido, na última década o desenvolvimento de plataformas de distribuição digital tem complexificado o fluxo de programação televisiva da região.

Sem dúvida, o Leste da Ásia é um território extremamente heterogêneo, tendo em vista que é constituído por uma grande pluralidade de países e culturas. Contudo, identificamos duas tendências que nos permitem ilustrar a paisagem atual do mercado de *streaming* na região. Por um lado, há iniciativas nacionais de criação de plataformas, muitas vezes capitaneadas por conglomerados midiáticos pré-

estabelecidos. Ao mesmo tempo, há também a inserção de plataformas estrangeiras, especialmente as estadunidenses Netflix e Amazon Prime Video, que têm como objetivo abocanhar o mercado da região. Essas duas tendências guardam muitas semelhanças com casos registrados em outras regiões periféricas, como a América Latina (Meimaridis, Mazur, & Rios, 2020; Rios & Scarlata, 2018).

<sup>3</sup> Baidu é a empresa que controla a principal plataforma de pesquisa online da China. Atualmente, a plataforma chinesa é a segunda maior ferramenta de pesquisa online do mundo, perdendo apenas para a estadunidense Google (Curtin & Li, 2018).

Por exemplo, podemos observar a força da gigante iQiyi na China. Comandada pela Baidu<sup>3</sup>, a plataforma de *streaming* é, desde 2013, o principal serviço de vídeo sob demanda da China (Curtin & Li, 2018). O modelo de negócios é centrado na lógica do conteúdo *freemium*: há a opção de utilizar o serviço gratuitamente mediante a visualização de anúncios, e a de pagar uma taxa de assinatura que livra o usuário da publicidade. A iQiyi oferece conteúdo variado, com produções chinesas e estrangeiras, tanto de países asiáticos, como de países ocidentais. Além disso, assim como a Netflix, a iQiyi também produz conteúdos originais para a plataforma. Em 2020, a plataforma chinesa contratou o antigo vice-presidente de políticas públicas da Netflix Ásia-Pacífico, Kuek Yu-Chuang, para ser seu vice-presidente de negócios internacionais. A contratação faz parte da atual estratégia de expansão da iQiyi pela região do Sudeste Asiático (Frater, 2019a). Curtin e Li (2018) argumentam que um dos principais públicos-alvo da iQiyi são os jovens, tendo em vista que estão cada vez mais se distanciando da programação televisiva tradicional e buscando o consumo de vídeos no meio digital, principalmente pelos *smartphones*.

Já no caso do Japão, observamos um cenário tomado pelo sentimento de cautela com a chegada da Netflix no país. De acordo com Tse (2020), desde que a empresa estadunidense iniciou suas atividades no território japonês, em meados de 2015, a indústria midiática local passou a chamar a plataforma de “*black ship*” (*kurofune*). O termo é derivado de uma expedição militar estadunidense ocorrida na segunda metade do século XIX que forçou o Japão a abrir sua economia para o mundo ocidental depois de passar duzentos anos em reclusão. Atualmente, a analogia do “*black ship*” tem sido “usada pelo público para descrever o lançamento de um produto, serviço ou empresa ocidental (geralmente estadunidense), assim como seu impacto no mercado interno” (Tse, 2020, p. 144, tradução nossa). Ainda que contenha uma carga negativa, a utilização do termo pela mídia japonesa muitas vezes se apresenta ambivalente: ao mesmo tempo que a empresa ameaça a indústria local, também representa a diversificação de conteúdo para a audiência nacional.

### O “mal estrangeiro”

A Coreia do Sul também é um mercado valioso para a Netflix, não apenas pelos novos assinantes em potencial, como também pela possibilidade de exportação de conteúdos locais. Segundo Greg Peters, diretor de *streaming* e parcerias, “a Coreia é um mercado incrível de criação e consumo de conteúdo” (Lee, 2016, tradução nossa), o que demonstra que a empresa está interessada não apenas em vender seu serviço no mercado sul-coreano, mas também em ser proprietária de “conteúdos sul-coreanos” e exportá-los para outras regiões. Então, como parte da expansão à Ásia, a Netflix chegou ao território sul-coreano em janeiro de 2016. A plataforma adentrou o mercado de forma tímida, conquistando apenas 300 mil assinaturas até o final de 2017, mas, rapidamente, em fevereiro de 2019, chegou ao número de 2.4 milhões e no primeiro semestre de 2020 já somava 3.28 milhões de assinantes (Yang, 2020).

Desde o início, a empresa procurou surfar na Onda Coreana: em 2017, a primeira tentativa foi o longa-metragem *Okja* (2017), dirigido pelo reconhecido cineasta Bong Joon-ho, que teve investimento de pouco mais de 48 milhões de dólares e resultou no aumento de 70 mil assinantes sul-coreanos para 200 mil após o lançamento do filme na plataforma (Kim & Oh, 2020). Apesar desse sucesso, a Netflix manteve baixo desempenho na Coreia do Sul nos dois primeiros anos de atividade no país (Gupta, 2019; Kim & Oh, 2020). Um dos grandes trunfos da Netflix no mundo, a espetatorialidade por meio de dispositivos móveis (Daidj & Egert, 2018), já não era novidade para os sul-coreanos: parte do conteúdo televisivo no país já era produzido com intuito de ser consumido também através de *smartphones*.

Além disso, quando a plataforma estadunidense chegou à Coreia do Sul, encontrou o mercado de *streaming* já fortalecido e com grandes nomes do cenário local. A plataforma de *streaming* POOQ, por exemplo, já estava em atuação desde 2011. Formada a partir de um empreendimento conjunto controlado pelas três maiores emissoras abertas do país, KBS, MBC e SBS, a POOQ era voltada especialmente a *catch-up TV*, transmitindo canais sul-coreanos, além de seu catálogo de filmes e dramas de TV. Ademais, a empresa de telecomunicações SK Broadband lançou em 2016 a Oksusu. A plataforma nasceu da fusão entre a Btv e a Hoppin, serviços de *streaming* também controlados pela SK Broadband. Assim como a POOQ, a Oksusu também oferecia uma combinação entre serviços de vídeo sob demanda e transmissão linear de canais disponíveis no país, com destaque para aqueles relacionados a campeonatos esportivos (Kim, 2016). As plataformas POOQ e Oksusu se consolidaram no mercado local e até 2019 davam conta da grande maioria do consumo de *streaming* nacional, quando a primeira tinha dez milhões de assinantes e a segunda, quatro milhões (H. Kim, 2019).

Ainda que a TV a cabo possua 100% de penetração no país; que em 2019 mais de 33 milhões de sul-coreanos fossem assinantes desse serviço (numa população de 51 milhões, atualmente) (Buckthought, 2020); e que o país tenha demonstrado a força de sua TV aberta, o mercado de *streaming* de vídeo sul-coreano está em crescimento acelerado. Em 2016, os sul-coreanos gastavam anualmente a média por usuário de 97 dólares em serviços de assinatura, enquanto no Japão a média era de 103 e na China, 31. As previsões locais, já em 2017, apontavam para um grande avanço no setor, antecipando que até 2021 a indústria do *streaming* no país triplicaria os números de 2016, quando valia 142 milhões de dólares (Cher, 2017). Contudo, na realidade, esse crescimento foi ainda superior: em 2020, o mercado de *streaming* de vídeo na Coreia do Sul foi estimado em aproximadamente 658 milhões de dólares (Chae, 2020).

Esse cenário foi atrativo para a Netflix, um interesse alimentado também pela necessidade de mediação ao resto do mercado leste-asiático, uma vez que a empresa estadunidense falhou em adentrar o mercado chinês, o maior em potencial consumidor do mundo atualmente e um mediador importante na região. O governo chinês impõe medidas restritivas às empresas estrangeiras que pretendem entrar no mercado a fim de salvaguardar a economia e cultura local, empecilhos em razão dos quais a Netflix desistiu da empreitada (Riley, 2016). O interessante é que a Coreia do Sul, hoje, encontra-se em um cenário previsto pela China, em que o “perigo estrangeiro” se manifesta e intimida o mercado local, então algumas medidas tardias estão sendo tomadas pelo governo e indústria sul-coreanos.

Se inicialmente a Netflix encontrou certa resistência da audiência sul-coreana, atualmente a situação parece estar se revertendo. Entre 2018 e 2019, o número de assinaturas da plataforma estadunidense quadruplicou, atingindo 1,86 milhões na Coreia do Sul (Lee & Lee, 2019). Para além de disponibilizar conteúdos estrangeiros que não eram exibidos na televisão sul-coreana e comprar licenciamento de programas locais, a empresa também passou a investir em produções e coproduções locais, como *Busted!* (2018-presente), *Love Alarm* (2019-2021) e *Kingdom* (2019-presente). Também recorreu a planos mais acessíveis específicos para *smartphones*, em vista da grande inserção desse tipo de dispositivo no país.

Ao que tudo parece, a expansão da Netflix na Coreia do Sul é motivada também pelo sucesso da *Hallyu*, a fim de chegar em países onde esse fenômeno tem entrada mais facilitada do que a empresa estadunidense, especialmente nações do Leste e Sudeste Asiáticos, uma vez que é percebido que a indústria estadunidense tem falhado em se manter relevante em mercados com forte tradição em conteúdo televisivo local e regional (Keane et al., 2007). Portanto, as produções sul-coreanas se tornam veículos atrativos para a conquista de assinantes em novas partes do mundo, além de serem oportunidades de aproveitamento de um consumo de nicho em ascensão no mundo, como é o caso da Onda Coreana.

Com o crescimento da Netflix na Coreia, a indústria de entretenimento local ficou dividida quanto a como se posicionar. As maiores emissoras nacionais se recusaram a licenciar seu conteúdo mais recente para a Netflix. De acordo com

a *Korean Broadcasters Association*, uma aliança com a Netflix seria o “ponto de partida da destruição da indústria midiática” (Seo, 2018). Alternativamente, os canais fechados e produtoras, como a Studio Dragon, continuaram vendendo seus produtos para a empresa, com o argumento de que a *Hallyu* poderia ser abalada caso não acontecessem parcerias da indústria cultural sul-coreana com o Youtube, a própria Netflix e outras plataformas de OTT (Seo, 2018). “Se o governo sul-coreano não é capaz de bloquear a Netflix e o YouTube como o governo chinês fez, vender conteúdo para a Netflix pode ser uma forma de comercializar produtos midiáticos”, argumentou um executivo da One TV (Seo, 2018, tradução nossa). O embate trata-se, na realidade, de uma disputa entre interesses econômicos locais e globais, na qual a Coreia do Sul ainda depende da Netflix para adentrar os fluxos audiovisuais globais, mas, ao mesmo tempo, deseja proteger seu mercado doméstico.

Mesmo nesse cenário conturbado, a Netflix parece não oscilar e continua investindo em conteúdo local a fim de manter seu crescimento no país e alimentar a demanda de produtos da *Hallyu* em âmbito global. No final de 2019, a Netflix assinou uma aliança com a maior provedora de conteúdo da Coreia do Sul, a CJ ENM, e a JTBC Content Hub para a produção de conteúdo pelos próximos anos. A empresa estadunidense também adquiriu recentemente uma participação de 4,99% no Studio Dragon e um contrato de exclusividade com a LG U+. E o investimento da Netflix em conteúdo coreano deve continuar a aumentar. De acordo com Ted Sarandos, diretor de conteúdo da Netflix, “como o mundo gosta tanto do conteúdo sul-coreano, faremos um grande investimento na Coreia como parte importante da expansão asiática” (Kim & Oh, 2020). Para a Netflix, é importante garantir os direitos de propriedade intelectual por meio de investimento em custos de produção, porque a plataforma precisa que o conteúdo seja continuamente distribuído. Se apenas os direitos de transmissão forem garantidos, haverá restrições ao uso do conteúdo a médio e longo prazo, então a empresa tem apostado incessantemente nessas produções, especialmente as estratégicas. As produções sul-coreanas, por exemplo, abrem entrada para o mercado regional e dialogam com o cenário global. “Mais da metade das horas de conteúdo asiático assistidas na Netflix este ano são vistas fora da região, então temos confiança de que nossa próxima lista de produções asiáticas encontrará fãs em seus países e no exterior”, apontou Sarandos (Lui, 2018, tradução nossa).

### **A reação sul-coreana**

A principal reação à expansão da Netflix e outras empresas estadunidenses em mercados locais tem sido por meio de propostas de regulamentação das plataformas de *streaming*. No caso da Coreia do Sul e de outros países da periferia global, como Brasil e México, essa questão se torna particularmente relevante, tendo em vista as assimetrias existentes nas indústrias audiovisuais locais (Baladron & Rivero, 2019). Além das comprovações históricas dos impactos do imperialismo cultural e da globalização pelo mundo, a preocupação governamental e mercadológica da Coreia do Sul frente às forças estrangeiras possui raízes também no que Jin (2015) descreve como Imperialismo de Plataforma.

Tal fenômeno representa um novo tipo de imperialismo, que continua concentrando capital e reafirmando o lugar de domínio do Ocidente, especialmente dos Estados Unidos, nos jogos de poder no cenário global. Em razão dos Estados Unidos continuarem afirmando seu poder por meio, também, das plataformas online (Facebook, Google, Apple, Netflix, entre outras), o Imperialismo de Plataforma evidencia o papel das corporações transnacionais, especialmente as estadunidenses, que comungam de privilégios nas relações de poder com países não-ocidentais (Jin, 2015, p. 50) e de trocas tecnológicas e fluxos de capital desiguais, implicando, assim, a contínua dominância desse cenário. No Imperialismo de Plataforma, as formas de dominação desses países de fora do eixo central pelos Estados Unidos são diferentes, porque a propriedade intelectual e os valores comerciais estão embutidos em plataformas, de maneiras mais efetivas para a acumulação de capital e expansão de poder (Jin, 2015, p. 12), potencializando, assim, as assimetrias e a manutenção da hegemonia.

A preocupação em proteger as conquistas locais em um cenário global hostil aos agentes não-ocidentais evidencia a necessidade de medidas regulatórias para

conter o avanço globalizante no ambiente nacional e regional. A indústria sul-coreana apresentou em 2020 novas restrições, como a proposta de “Taxa de uso da rede” (“*Network usage fee*”, tradução nossa). Com ela, os fornecedores de acesso à internet (*Internet Service Providers*, ISPs) acusam os provedores de conteúdo estrangeiros, como a Netflix, de “pegarem carona” (“*free riders*”, tradução nossa) e os pressionam a pagar taxas extras, já que esses serviços estão aumentando o tráfego de internet (Yang, 2020). A Netflix deve pagar a taxa para que seu serviço de *streaming* possa ser fornecido aos usuários locais com qualidade de transmissão.

Também em 2020, a Assembleia Nacional da Coreia do Sul aprovou o projeto de lei apelidado de “Lei Netflix”, exigindo que ISPs e provedores de conteúdo se responsabilizem por manter a qualidade do serviço de rede. A empresa estadunidense alegou, em ação civil, que não pode pagar essas taxas e que os ISPs domésticos não têm o direito de as impor. Contudo, além disso, a Comissão de Comércio Justo do governo da Coreia do Sul também sinalizou que seria mais rígida nas avaliações de empresas estrangeiras de OTT e demandou à Netflix alterações nos termos de uso que são considerados injustos, como as mudanças em planos e preços sem o consentimento do consumidor (Shim, 2020). Oficiais estadunidenses do Departamento de Estado dos EUA interferiram, alegando preocupações de que as regras visavam injustamente as plataformas estrangeiras (Shim, 2020).

Por outro lado, a estrutura do “nacionalismo pop” também é útil para entender o caso sul-coreano. O termo foi introduzido por Joo (2011) apontando para o surgimento de discursos nacionalistas em países que alcançaram sucesso exportando seus produtos culturais, gerando certo orgulho nacional para o povo. O autor foi diretamente inspirado pelo trabalho de Iwabuchi (2001) sobre “trans/nacionalismo”, em que percebeu os vieses nacionalistas nos discursos dos japoneses ao abordar as exportações de conteúdo de cultura pop para o resto do mundo (Joo, 2011). Devido ao alcance e popularidade da *Hallyu*, o nacionalismo pop também é uma questão importante no mercado de *streaming* sul-coreano, transformando a paisagem coreana em uma disputa ainda mais complexa.

De fato, o nacionalismo pop influenciou as estratégias da Coreia do Sul para impedir o avanço da Netflix no país. Diferentemente de outros países periféricos onde o mercado local conta com diversas empresas disputando a atenção do público, como é no caso do Brasil (Meimaridis et al., 2020) e do México (Cornelio-Marí, 2017), a decisão geral da indústria do entretenimento sul-coreana se concentrou em outra solução: fundir as duas maiores empresas nativas de *streaming* do país, POOQ e Oksusu, em uma única plataforma, a Wavve.

### O surgimento da Wavve

A Wavve é uma *joint venture* entre a gigante das telecomunicações SK Telecom e as emissoras abertas KBS, MBC e SBS. O CEO da SK Telecom chamou o novo serviço de “Netflix da Ásia” e apontou planos de expansão no Sudeste Asiático, com foco na produção de conteúdo original a ser vendido no exterior (Doyle, 2019). A Wavve estreou em setembro de 2019 com aproximadamente 14 milhões de assinantes herdados da fusão. No entanto, nem todos os assinantes são clientes pagantes, uma vez que a Comissão de Comércio Justo somente aprovou a fusão com a condição de que as três emissoras não comesçassem a cobrar pelo conteúdo que já forneciam gratuitamente. Também firmou parcerias com outras plataformas asiáticas, como ViuTV (Hong Kong), iflix (Malásia) e iQiyi (China). A empresa tem interesse em expandir o potencial da televisão sul-coreana e *streaming* nos mercados asiáticos e globais. O governo nacional apoiou a fusão entre a Oksusu e a POOQ a favor da criação da Wavve com base em estratégias de proteção do mercado nacional. Essa estratégia não é nova, já que o mecanismo de busca local Naver foi e é exitoso em impedir que o Google domine o mercado sul-coreano, ao tornar o seu conteúdo exclusivo indecifrável ao rastreamento da ferramenta estadunidense (Doyle, 2019).

A Wavve se comprometeu não apenas a defender o mercado nacional da Netflix e do YouTube, mas também a avançar no exterior, competindo globalmente por meio da produção de conteúdo original. A empresa, assim, visa conquistar públicos locais e regionais. A plataforma vai investir mais de 250 milhões de dólares para produzir

conteúdo exclusivo até 2023 (Chae, 2020), além de fornecer serviços de mídia com tecnologias locais de realidade virtual e aumentada (Frater, 2019b). Somado a isso, a indústria cultural coreana também investiu, por meio da Wavve, em acordos com plataformas internacionais para continuar expandindo a influência do conteúdo televisivo e cinematográfico da *Hallyu* pelo mundo. Recentemente, a Wavve fechou acordo com a plataforma estadunidense NBCUniversal para a exportação de conteúdo original (Kim, 2020). Além disso, as cinco maiores emissoras e conglomerados sul-coreanos (SBS, KBS, MBC, JTBC e CJ ENM) também trabalham diretamente com a plataforma hongconguesa ViuTV, que assegura mais de 90% do conteúdo sul-coreano para o seu público (Lim, 2020).

Durante seu lançamento, a Wavve teve como objetivo acumular 5 milhões de assinantes pagantes e vendas anuais de 500 bilhões de won (cerca de 2 bilhões de reais) até 2023. A assinatura da Wavve disponibilizaria mais de mil títulos, incluindo filmes e dramas de TV nacionais e internacionais. No entanto, um ano após a estreia da Wavve, o desempenho da plataforma não foi tão positivo quanto o esperado. A Wavve iniciou seus serviços em setembro de 2019 oferecendo três planos de *streaming*, *Basic*, *Standard* e *Premium*, custando aproximadamente de R\$37,00 a R\$65,00 reais por mês. Esses preços são mais acessíveis do que os da Netflix, que variam entre R\$44,50 e R\$68,00 reais<sup>4</sup>. Nos primeiros meses, a plataforma sul-coreana conseguiu se manter na liderança, conforme o esperado com a herança de assinantes de PPOQ e Oksusu (Yonhap News Agency, 2020b). O sucesso, entretanto, foi prejudicado inicialmente pela pouca diversidade de conteúdo do catálogo, pela dificuldade de acesso aos canais a cabo por meio da plataforma e pela instabilidade na qualidade de vídeo do serviço (KoreaTechToday, 2019). O número de usuários ativos mensais do *streaming* local diminuiu no final de 2019, enquanto o da Netflix disparou, consolidando seu lugar no topo.

<sup>4</sup> Valores aproximados segundo a tabela de conversão de won sul-coreano para o real brasileiro em 27 de setembro de 2020.

Em dezembro de 2019, a Netflix ultrapassou a Wavve, tornando-se a plataforma mais popular da Coreia do Sul. O sucesso recente da Netflix nesse mercado alimentou a guerra de *streamings*, com a Wavve investindo ainda mais em conteúdo original, especialmente visando os fãs da *Hallyu*. O mais recente é o primeiro reality show do grupo de K-pop SuperM, intitulado de “M-topia”. O programa é uma parceria da plataforma com a maior e mais antiga empresa de K-pop, a SM Entertainment. O SuperM é um grupo com estratégia de expansão global, já que é fruto de uma parceria com a Capitol Records, prestigiosa gravadora estadunidense. Além disso, o grupo é formado por grandes nomes de grupos da SM de sucesso, que participam do projeto paralelamente aos seus grupos originais. Os ídolos do K-pop Taemin, do grupo *Shinee*, Baekhyun e Kai, do *EXO*, Ten e Lucas, do *WayV* e Taeyong e Mark, do *NCT 127*, fazem parte do grupo especial, que estreou com seu primeiro álbum no topo da lista Billboard 200, tornando-se o segundo grupo de K-pop da história a liderar essa parada musical dos Estados Unidos. Porém, a Netflix está tentando se familiarizar o mais rápido possível também com esse potencial de venda: o primeiro documentário da plataforma estadunidense sobre um grupo de K-pop foi lançado em outubro de 2020 e abordou um grupo também de massivo sucesso global: o BlackPink (Lee, 2020), grupo de K-pop com o videoclipe mais visto do Youtube atualmente e o ato feminino sul-coreano de maior sucesso na Billboard Hot 100 (Rolli, 2020).

O potencial de diálogo com conteúdo atraente no mercado local, regional e global da *Hallyu* pode ser a arma essencial para o real crescimento da Wavve, uma vez que a Netflix ainda não está completamente familiarizada com as particularidades do fenômeno. Por outro lado, o fato de a Wavve estar investindo principalmente no mercado interno e em parcerias com plataformas de *streaming* estrangeiras para vender direitos de licenciamento é um movimento estratégico, considerando o potencial existente para as produções culturais sul-coreanas. O plano da Wavve é produzir “dois terços do conteúdo coreano de apelo comercial suficiente para viajar para o exterior” (Doyle, 2019), enquanto tenta avaliar e desafiar a força avassaladora das empresas estrangeiras de *streaming* no país.

Concomitantemente, enquanto o Globoplay no Brasil busca se consolidar no mercado local e a mexicana Blim tenta conquistar o mercado latino-americano, a sul-coreana Wavve apresenta ambições tanto locais quanto globais. Só o tempo dirá qual estratégia funcionará melhor, dando retorno lucrativo para essas empresas.



Por ora, destacamos o fato de que, em vários outros países da periferia global, conglomerados de mídia local estão buscando estratégias para se manterem relevantes em um momento em que, cada vez mais, a experiência de consumo televisivo se encontra fragmentada e desterritorializada.

A Coreia do Sul, parte essencial do que conhecemos hoje como periferia global, apresenta-se como um dos países com maior destaque de *soft power* (Nye, 2004) no cenário internacional. Um de seus instrumentos mais eficazes de influência moderada é a cultura. Atualmente, a periferia global busca espaço e diálogo, a fim de alimentar sua força contra o centro. Por isso, a luta nas guerras de *streamings* é extremamente significativa para o Leste Asiático e, principalmente, para a Coreia do Sul, por ser este o maior nome em poder brando da região. Essas plataformas apresentam-se como espaços eficazes de disponibilização e divulgação de conteúdos nacionais. Plataformas locais e periféricas como a sul-coreana Wavve, a chinesa iQiyi, e a brasileira Globoplay são espaços não só para o escoamento de produtos estrangeiros, mas também para a criação e distribuição de produções locais, que contribuem para o fortalecimento da resistência periférica global em meio ao ambiente internacional que ainda valoriza as empresas e o conteúdo estadunidense.

### Considerações finais

O fenômeno da *Hallyu* ainda está crescendo globalmente e permanece vinculado a um nicho de consumo de usuários que acessam produtos culturais pela internet. A Coreia do Sul está conseguindo exportar um estilo de vida, uma identidade atualizada do que significa ser sul-coreano, por meio dos diversos aspectos culturais que compõem a Onda Coreana. A presença, em particular, de dramas de TV em canais ocidentais e plataformas de *streaming*, está expandindo o potencial transnacional da televisão sul-coreana, que, apesar de suas limitações idiomáticas e culturais, está lentamente ganhando espaço no cotidiano ocidental e se tornando parte vigente da dinâmica dos fluxos televisivos globais.

Pesquisadores interessados em analisar a chegada e a consolidação da Netflix no mercado sul-coreano precisam ser cautelosos. A empresa de *streaming* é uma oportunidade e uma ameaça ao país. Por causa disso, a Coreia é hostil e cautelosa no mercado local, mas vê a Netflix e outras plataformas de *streaming* estrangeiras como uma forma essencial de continuar a expandir a *Hallyu* para mercados fora da Ásia. Diante do Imperialismo de Plataforma realizado pelos Estados Unidos por meio dessas empresas transnacionais, a indústria do entretenimento sul-coreano tenta se defender e sobreviver, mesmo com os avanços estrangeiros em seu território. Contudo, na tentativa de conquistar mais espaço no cenário internacional, o país aposta nessas próprias plataformas estrangeiras. O estudo de caso da Wavve apresentado neste artigo chama a atenção porque revela os esforços de um país oriental e periférico em meio aos fluxos globais ao lidar com os avanços das plataformas ocidentais e centrais em seu país. Embora a Wavve esteja em seus estágios iniciais, a plataforma já nos mostra como o campo de batalha do *streaming* na Coreia do Sul está esquentando rapidamente, apontando para estratégias atualizadas para sobreviver a novos tipos de imperialismo. A Coreia do Sul, dessa forma, desponta cada vez mais no cenário dos fluxos televisivos globais e revela-se um importante e complexo agente da periferia global em ascensão.

### Referências

- Baladron, M., & Rivero, E. (2019). Video-on-demand services in Latin America: Trends and challenges towards access, concentration and regulation. *Journal of Digital Media & Policy*, 10(1), 109-126. [https://doi.org/10.1386/jdmp.10.1.109\\_1](https://doi.org/10.1386/jdmp.10.1.109_1)
- Buckthought, J. (2020). *The Asia Video Report 2020*. Asia Video Industry Association. [https://avia.org/wp-content/uploads/\\_pda/2019/11/The-Asia-Video-Industry-Report-2020.pdf](https://avia.org/wp-content/uploads/_pda/2019/11/The-Asia-Video-Industry-Report-2020.pdf)

- Chae, Y.-H. (2020, 8 de junho). *Homegrown OTT players to take on Netflix with new original content*. Yonhap News Agency. [https://en.yna.co.kr/view/AEN20200708003400320?section=search&fbclid=IwAR0xgbddDHV-cwW9duVM\\_YX7AtGuhOd7iFCEYW\\_-2wr39488Haykph7M9os](https://en.yna.co.kr/view/AEN20200708003400320?section=search&fbclid=IwAR0xgbddDHV-cwW9duVM_YX7AtGuhOd7iFCEYW_-2wr39488Haykph7M9os)
- Cher, B. (2017, 8 de junho). *South Korea's paid-for video market to triple by 2021*. The Drum. <https://www.thedrum.com/news/2017/06/08/south-korea-s-paid-video-market-triple-2021>
- Chua, B. H., & Iwabuchi, K. (2008). *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave*. Hong Kong University Press.
- Cornelio-Marí, E. M. (2017). Digital delivery in Mexico: A global newcomer stirs the local giants. In C. Barker, & M. Wiatrowski (Eds.), *The Age of Netflix: Critical essays on streaming media, digital delivery and instant access* (pp. 201-228). McFarland & Company.
- Curtin, M., & Li, Y. (2018). iQiyi: China's Internet Tigers Take Television. In D. Johnson (Org.), *From Networks to Netflix* (pp. 343-353). Routledge.
- Daidj, N., & Egert, C. (2018). Towards new coopetition-based business models? The case of Netflix on the French market. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(1), 99-120. <https://doi.org/10.1108/JRME-11-2016-0049>
- Doyle, J. (2019, 14 de janeiro). *'Netflix of Asia' to take on US streaming giants like YouTube as Korea's Oksusu and Pooq team up*. South China Morning Post. <https://www.scmp.com/week-asia/economics/article/2181578/screen-grab-korean-broadcasters-join-forces-fight-netflix>
- Frater, P. (2019a, 10 de junho). *China's iQIYI Hires Netflix Executive Kuek Yu-Chuang For Asia Expansion Role*. Variety. <https://variety.com/2020/biz/asia/china-iqiyi-netflix-kuek-yu-chuang-asia-1234631191>
- Frater, P. (2019b, 21 de agosto). *Korean Regulators Approve Four-Way Streaming Merger*. Variety. <https://variety.com/2019/digital/asia/korean-regulators-approve-four-way-streaming-merger-1203308973/>
- Gupta, R. (2019, 5 de setembro). *Netflix cuts price to attract subscribers in South Korea*. Market Realist. <https://marketrealist.com/2019/09/netflix-cuts-price-to-attract-subscribers-in-south-korea/>
- Hanaki, T., Singhal, A., Han, M. W., Kim, D. K., & Chitnis, K. (2007). Hanryu sweeps East Asia: How winter sonata is gripping Japan. *International Communication Gazette*, 69(3), 281-294. <https://doi.org/10.1177/1748048507076581>
- Hwang, K. M. (2010). *A history of Korea*. Macmillan International Higher Education.
- Iwabuchi, K. (2001). Uses of Japanese popular culture: Trans/nationalism and postcolonial desire for 'Asia'. *Emergences: Journal for the Study of Media & Composite Cultures*, 11(2), 199-222. <https://doi.org/10.1080/10457220120098955>
- Jang, G., & Paik, W. K. (2012). Korean Wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 2(3), 196-202. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2012.23026>
- Jin, D. Y. (2015). *Digital platforms, imperialism and political culture*. Routledge.
- Joo, J. (2011). Transnationalization of Korean popular culture and the rise of "pop nationalism" in Korea. *The Journal of Popular Culture*, 44(3), 489-504. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5931.2011.00845.x>
- Ju, H. (2017). National television moves to the region and beyond: South Korean TV drama production with a new cultural act. *Journal of International Communication*, 23(1), 94-114. <https://doi.org/10.1080/13216597.2017.1291443>

Jun, B. (2020, 17 de junho). *Korean Wave Hallyu Brings Cultural Power, Tech Influence*. INDVSTRVS. <https://indvstrvs.com/korean-wave-hallyu-brings-cultural-power-tech-influence>

Keane, M., Fung, A. Y. H., & Moran, A. (2007). *New television, globalization, and the East Asian cultural imagination*. Hong Kong University Press.

Kim, B.-W. (2020, 12 de abril). *Streaming platform Wavve partners with NBCUniversal to export Korean content*. The Korea Herald. [http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200412000158&fbclid=IwAR3b0wsJK5ZxWftXmJkeVfXYEcPgM9I\\_4jeRMsjB1uixLU7\\_bWQAQnKOPu%200](http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200412000158&fbclid=IwAR3b0wsJK5ZxWftXmJkeVfXYEcPgM9I_4jeRMsjB1uixLU7_bWQAQnKOPu%200)

Kim, H.-J. (2019, 16 de setembro). (LEAD) *Homegrown S. Korean OTT platform to launch this week*. Yonhap News Agency. <https://en.yna.co.kr/view/AEN20190916005251320#:~:text=SEOUL%2C%20Sept.,providing%20the%20service%20said%20Monday>

Kim, J. (2014). *Reading Asian Television Drama: Crossing Borders and Breaking Boundaries*. Ib Tauris.

Kim, M. S., Kim, E., Hwang, S. Y., Kim, J., & Kim, S. (2017). Willingness to pay for over-the-top services in China and Korea. *Telecommunications Policy*, 41(3), 197-207. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2016.12.011>

Kim, S. (2017). Who watches Korean TV dramas in Africa? A preliminary study in Ghana. *Media, Culture & Society*, 40(2), 296-306. <https://doi.org/10.1177/0163443717706069>

Kim, S.-H. & Oh, S.-H. (2020, 8 de abril). *Okja, Kingdom, Extracurricular... A verdadeira razão pela qual a Netflix está trabalhando duro na Coreia*. Naver. <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=001&oid=008&aid=0004449763>

Kim, Y. (2019). The invention of the Mideu: Redefining American television in South Korea. *Media, Culture & Society*, 42(1), 109-125. <https://doi.org/10.1177/0163443719846611>

Kim, Y.-W. (2016, 26 de janeiro). *SK Broadband unveils new mobile media platform*. The Korea Herald. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20160126001142>

KoreaTechToday. (2019, 26 de setembro). *Wavve Off To A Rocky Start*. <https://www.koreatechtoday.com/wavve-off-to-a-rocky-start/>

Lee, D. (2004). A local mode of programme adaptation: South Korea in the global television format business. In A. Moran, & M. Keane (Eds.), *Television across Asia: Television industries, programme formats and globalization* (pp. 36-53). Routledge Curzon.

Lee, J.-Y. (2016, 7 de janeiro). *Netflix launches Korean service*. The Korea Herald. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20160107001107>

Lee, M. (2020, 9 de setembro). *Blackpink, protagonista do primeiro documentário sobre K-pop da Netflix*. Newsen. <https://entertain.v.daum.net/v/20200909090608245>

Lee, Y.-I. & Lee, H.-Y. (2019, 29 de agosto). *Global video streaming giants make fast proliferation in Korea*. Pulse. <https://pulsenews.co.kr/view.php?year=2019&no=677149>

Lim, S. (2020, 3 de julho). *How streaming platform Viu is riding the Korean Wave*. The Drum. <https://www.thedrum.com/news/2020/07/03/how-streaming-platform-viu-riding-the-korean-wave>

Lui, J. (2018, 8 de novembro). *Netflix announces slate of 17 made-in-Asia shows at content showcase in Singapore*. The Straits Times. <https://www.straitstimes.com/lifestyle/entertainment/netflix-announces-slate-of-17-made-in-asia-shows-at-content-showcase-in>

- Mazur, D. (2018). *Um Mergulho na Onda Coreana, Nostalgia e Cultura Pop na Série de K-dramas "Reply"* [Dissertação de mestrado em Comunicação, Universidade Federal Fluminense].
- Mazur, D., Meimaridis, M., & Albuquerque, A. (2019). Paradigmas televisivos em transição: A adaptação de dramas americanos na Coreia. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 17(31), 84-94.
- Meimaridis, M., Mazur, D., & Rios, D. (2020). The streaming wars in the global periphery: a glimpse from Brazil. *Series - International Journal of TV Serial Narratives*, 6(1), 65-76. <https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/10457>
- Min, W., Jin, D. Y., & Han, B. (2018). Transcultural fandom of the Korean Wave in Latin America: through the lens of cultural intimacy and affinity space. *Media, Culture & Society*, 41(5), 604-619. <https://doi.org/10.1177/0163443718799403>
- Nam, S. (2008). The politics of compressed development in new media: a history of Korean cable television, 1992-2005. *Media, Culture & Society*, 30(5), 641-661. <https://doi.org/10.1177/0163443708094013>
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs.
- Park, E. (2018). Business strategies of Korean TV players in the age of over-the-top (OTT) video service. *International Journal of Communication*, 12, 4646-4667.
- Riley, C. (2016, 18 de outubro). *Netflix admits its plan for China has failed*. CNN Business. <https://money.cnn.com/2016/10/18/technology/netflix-china/>
- Rios, S., & Scarlata, A. (2018). Locating SVOD in Australia and Mexico: Stan and Blim contend with Netflix. *Critical Studies in Television*, 13(4), 475-490. <https://doi.org/10.1177/1749602018798158>
- Rolli, B. (2020, 22 de janeiro). *BlackPink's 'Ddu-Du Ddu-Du' Is The Most-Watched Music Video By A Korean Group On YouTube*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/bryanrolli/2019/01/22/blackpinks-ddu-du-ddu-du-is-the-most-watched-music-video-by-a-korean-group-on-youtube/#487cb6b06a25>
- Seo, H. S. (2018, 15 de outubro). *Media industry divided on whether to block or promote Netflix*. The Korea Bizwire. <http://koreabizwire.com/media-industry-divided-on-whether-to-block-or-promote-netflix/125968>
- Shim, D. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1), 25-44. <https://doi.org/10.1177/0163443706059278>
- Shim, D. (2008). The growth of Korean cultural industries and the Korean wave. In B. C. Huat, & K. Iwabuchi (Eds.), *East Asian pop culture: Analysing the Korean wave* (pp. 15-32). Hong Kong University Press.
- Shim, S. (2008). Behind the Korean broadcasting boom. *NHK Broadcasting Studies*, 6, 205-232.
- Shim, W.-H. (2020, 15 de janeiro). *Netflix in Korea ordered to change unfair terms of use*. The Korea Herald. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200115000598>
- Straubhaar, J. D. (1991). Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Media Communication*, 8(1), 39-59. <https://doi.org/10.1080/15295039109366779>
- Sung, S.-Y. (2014). K-pop reception and participatory fan culture in Austria. *Cross-Currents: East Asian History and Culture Review*, 3(1), 56-71. <https://doi.org/10.1353/ACH.2014.0011>

Tai, C. (2020, 5 de agosto). *Korean K-dramas and Hallyu films are #Alive and well, but Bollywood hits rock Bellbottom amid coronavirus slump*. South China Morning Post. <https://www.scmp.com/week-asia/lifestyle-culture/article/3096022/korean-k-dramas-and-hallyu-films-are-alive-and-well>

Tse, Y. K. (2020). Black Ships? Locating Netflix in Taiwan and Japan. *JCMS: Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3), 143-148. <https://doi.org/10.1353/cj.2020.0036>

Urbano, K. (2020). Produções televisivas japonesas e sul-coreanas na Netflix Brasil: apontamentos iniciais. *Comunicacao, Midia e Consumo*, 17(50), 559-579.

Wee, C. J. W.-L. (2016). East Asian pop culture and the trajectory of Asian consumption. *Inter-Asia Cultural Studies*, 17(2), 305-315. <https://doi.org/10.1080/14649373.2016.1184428>

Yang, S.-J. (2020, 29 de maio). *[Digital Simplicity] Netflix faces major regulatory setback in Korea*. The Korea Herald. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200528000846>

Yonhap News Agency. (2020a, 14 de abril). *Exports of Korean culture products soar 22.4 pct last year*. <https://en.yna.co.kr/view/AEN20200414009800315>

Yonhap News Agency. (2020b, 17 de junho). *Local OTT giant Wavve sees drop in active users, Netflix soars: report*. The Korea Herald. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20200617000526>

# Alice em São Paulo: Atravessamentos do Corpo na Metrópole Inacabada

## João Vitor Resende Leal

Pós-doutorando com bolsa Fapesp do Programa de Pós-Gradua o em M ltimesos do Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (PPGMM-IA-Unicamp).  
E-mail: jv.leal@gmail.com.

**Resumo:** O artigo busca examinar alguns dos princípios que regem a representa o da metrópole contemporânea na produ o audiovisual brasileira. Para além do progresso e do dinamismo t picos da cidade moderna, o discurso contemporâneo aborda a metrópole como espaço de desorienta o, que catalisa e amplifica experiências sensoriais. Investigaremos em particular a representa o de São Paulo na série televisiva *Alice* (2008), na qual a protagonista tem a vida afetiva atravessada por suas descobertas da cidade, numa “estratégia feminina de leitura do espaço” (Bruno, 2007). Destacando outras produ es paulistanas da primeira década dos anos 2000, refletiremos ainda sobre as estratégias de abordagem do espaço urbano no cinema contempor neo, questionando a tend ncia de “retorno ao real” através da sensorialidade.

**Palavras-chave:** São Paulo, espaço urbano, cinema, realismo, *Alice*.

## Alice en São Paulo: Cruces del Cuerpo en la Metr poli Inacabada

**Resumen:** Este artículo pretende analizar algunos de los principios de la representación de la metrópoli contempor nea en la producción audiovisual brasileña. Además del t pico progreso y dinamismo de la ciudad moderna, el discurso contempor neo aborda la metrópoli como un espacio de desorientación, que cataliza y amplifica las experiencias sensoriales. Para esto, se centra, m s específicamente, en la representación de São Paulo en la serie de televisión *Alice* (2008), en la cual la protagonista tiene su vida emocional con sus descubrimientos de la ciudad, en una “estrategia de lectura del espacio femenino” (Bruno, 2007). Se destaca otras producciones de la ciudad de la primera década del 2000 para reflexionar sobre las estrategias de abordaje del espacio urbano en el cine contempor neo, cuestionando mediante la sensorialidad la tendencia de la “vuelta a lo real”.

**Palabras clave:** São Paulo, espaço urbano, cine, realismo, *Alice*.

## Alice in São Paulo: The Entangled Body in the Unfinished Metropolis

**Abstract:** This paper seeks to examine some of the principles governing the representation of the contemporary metropolis in Brazilian audiovisual media. Beyond the progress and dynamism inherent to the modern city, contemporary discourse addresses the metropolis as a disorienting space that catalyzes and amplifies sensory experiences. Thus, we will investigate the representation of São Paulo in the television series *Alice* (2008), whose protagonist’s life is pierced with her impressions of the city as she engages in a “feminist strategy of reading space” (Bruno, 2007). Based on other audiovisual representations of the city from the first decade of the 2000s, we also intend to discuss the strategies employed by the contemporary world cinema for addressing the urban space, questioning its tendency to use sensory appeals towards the “return of the real”.

**Keywords:** São Paulo, urban space, cinema, realism, *Alice*.

Dentre as muitas “cidades invisíveis” imaginadas pelo escritor Italo Calvino (1990), Tecla se destaca por oferecer uma paisagem dominada por guindastes e armaduras metálicas, parcialmente ocultos por tapumes e defesas de pano. Os habitantes de Tecla não se ocupam de outra coisa senão de sua perpétua construção:

À pergunta: Por que a construção de Tecla prolonga-se por tanto tempo?, os habitantes, sem deixar de içar baldes, de baixar cabos de ferro, de mover longos pincéis para cima e para baixo, respondem:

– Para que não comece a destruição. – E, questionados se temem que após a retirada dos andaimes a cidade comece a desmoronar e a despedaçar-se, acrescentam rapidamente, sussurrando: – Não só a cidade. (Calvino, 1990, p.117)

Cidade não planejada e de crescimento desordenado e infinito, povoada por uma massa de trabalhadores cuja única função é construí-la, Tecla oferece uma síntese da metrópole contemporânea. Ela se distingue da típica metrópole moderna – aquela que tem como modelo a Paris da multidão, dos veículos e do *flâneur*, exaltada pela poesia de Baudelaire e pelo ensaio de Benjamin que a projeta como “capital do século XIX” (Benjamin, 1991). De fato, Tecla se dá menos ao olhar descompromissado e admirador do *flâneur* do que ao olhar exausto e desinteressado do trabalhador anônimo. Sua paisagem é menos definida por construções imponentes de funcionalidade e beleza do que pelos canteiros de obras. É uma metrópole que nunca está pronta, e interromper sua construção equivaleria a iniciar sua destruição.

A identidade de Tecla, como a de toda metrópole contemporânea, não pode ser definida em termos de uma estabilidade ou de uma utopia possível. Ao contrário, essa identidade só poderá estar (caso o usemos mesmo afirmar sua existência) em uma tentativa de definição já desiludida de qualquer possibilidade de alcance. Como sugere o antropólogo Marc Augé, “O paradoxo do mundo atual é que o desenvolvimento da cidade parece fazê-la desaparecer: nós temos o sentimento de ter perdido a cidade, mesmo que aí não exista nada mais senão ela” (2010, p. 91). Assim, na grandeza das distâncias, no vai e vem dos corpos, na proliferação das máquinas e das imagens e na mutação dos espaços urbanos (paisagem, arquitetura), o habitante de Tecla, ou então seu visitante ocasional, se perde na cidade e perde a cidade.

Escrito em 1972, *As Cidades Invisíveis* traz uma ideia que foi posteriormente revisitada por diversos autores: superado o fascínio da modernidade e as utopias que associam o progresso industrial e urbano ao bem-estar social e à realização individual, a metrópole se revela uma miragem, como o oásis sempre mais adiante em meio às dunas móveis do deserto. Para Augé, a metrópole contemporânea “como utopia realizada, não existe em parte alguma”, sendo antes uma ilusão cujos termos básicos – transparência, luz e circulação – apenas aludem àquilo que ela nunca será (2010, p. 93). Sua identidade, como diria Zygmunt Bauman (2001), mais do que frágil, é líquida, ou seja, não possui forma definida, mas sim uma natureza fluida, como das coisas que transbordam ou escorrem por entre os dedos.

<sup>1</sup> O nome Tecla pode ser retrçado a Santa Tecla, primeira mulher mártir do século I, convertida ao cristianismo pelo apóstolo Paulo de Tarso, conhecido hoje como São Paulo.

<sup>2</sup> A padronagem foi desenvolvida pela arquiteta Mirthes dos Santos Pinto e adotada pela prefeitura de São Paulo após um concurso municipal realizado em 1965 (TV Folha, 2015).

Não é difícil convocar São Paulo como cidade real, capaz de traduzir a Tecla imaginada por Calvino. Para além do parentesco etimológico<sup>1</sup>, veremos que a capital paulista se aproxima da fictícia Tecla por ser frequentemente descrita como uma cidade de múltiplas identidades (ou, por isso mesmo, de identidade fragmentada), uma “selva de pedras” ou um “mar de prédios” a perder de vista no horizonte. O balanço das árvores nessa “selva” ou das ondas nesse “mar” se expressaria nas variações de luzes, na intensidade do trânsito, nas transformações urbanísticas e arquitetônicas. A nosso ver, até a padronagem clássica das calçadas – cuja forma geométrica evoca um mapa estilizado do estado de São Paulo<sup>2</sup> – sugere, com seus encaixes angulosos, uma repetição sem fim (Figura 1).



Figura 1: Padronagem clássica das calçadas paulistas

Nota: Folha de S.Paulo, 2015

Em sua análise das representações visuais de São Paulo, Rubens Machado Jr. aponta uma “pobreza iconográfica” decorrente da ausência de referências perenes e estáveis – não há na cidade uma Torre Eiffel, um Corcovado, uma Estátua da Liberdade (Machado Jr., 2008, pp. 192–193). O pesquisador comenta a inconstância dos cartões postais da capital paulista, observando a grande variedade de lugares eleitos para representar a cidade: “Mais do que qualquer grande metrópole do século, em São Paulo não será muito fácil encontrarmos traços comuns entre os cartões postais mais vendidos de cada década” (Machado Jr., 2007, p. 118). Assim como Tecla, em perpétua construção, São Paulo não nos daria uma imagem visual acabada e plena de si mesma.

Tal imaginário da metrópole é reafirmado naquela que é, muito provavelmente, a representação mais disseminada da cidade na cultura popular – a canção “Sampa”, composta por Caetano Veloso em 1978. Fazendo do cruzamento de duas avenidas centrais (Av. Ipiranga e Av. São João) sua paisagem central, a canção descreve uma experiência de desorientação (“é que quando eu cheguei por aqui eu nada entendi”) em um espaço atravessado por forças incessantes (“a força da grana que ergue e destrói coisas belas”). Talvez diante da falta de outros predicados capazes de sintetizá-la, a cidade é classificada como “o avesso do avesso do avesso do avesso”.

Neste artigo, partimos dessas reflexões iniciais sobre São Paulo para observar os princípios que regem a representação típica da metrópole contemporânea. Diferente das errâncias do *flâneur* moderno e para além dos signos habituais da modernidade urbana e industrial – a “cidade-máquina” do trabalho e da vontade de progresso (Xavier, 2006) –, veremos que os discursos acerca da São Paulo contemporânea priorizam estratégias fundamentalmente afetivas de leitura do espaço urbano, conjugando transparência, luz e circulação a experiências subjetivas de desorientação. Nesse trajeto, analisaremos como princípios associados à identidade da metrópole em geral, e de São Paulo em particular, têm sido expressos em termos narrativos e estéticos no meio audiovisual, mantendo-nos atentos a eventuais rachaduras ou emendas que possam surgir nessas representações. Através da análise da série televisiva *Alice* (2008), esperamos revelar como esse espaço, descrito em termos de fluxos ininterruptos e intensas transformações, catalisa e amplifica estímulos sensoriais, de modo a alimentar o imaginário que faz da metrópole um sedutor “país das maravilhas” (Carroll, 2010) – espaço não apenas destinado ao trabalho-progresso ou ao trabalho-alienação, mas também lugar de um encantamento voraz. Ao longo do texto, consideraremos ainda alguns filmes paulistas da primeira década dos anos 2000, a fim de compreender melhor em que medida suas representações audiovisuais da cidade dialogam com certa tendência de “retorno ao real” que marca o cinema contemporâneo.



## O Averso do Averso

Está claro que a carência ou inconstância iconográfica é algo que, em algum grau, suscita ou legitima o discurso que exalta o dinamismo da metrópole. Nesse sentido, tecendo reflexões à luz de Benjamin, a antropóloga Paula Montero (2008) sugere que, em São Paulo, “Tudo flui, tudo é pressa, tudo é rapidez. A materialidade da cidade se perde na cinética do movimento” (p. 195); assim, continua ela, a “experiência cotidiana do urbano enquanto fluxo é a epítome da metrópole” (p. 192). A nosso ver, a imagem do “fluxo” evocada por Montero retoma a trinca transparência-luz-circulação de Augé e se revela capaz de encapsular os elementos básicos da identidade metropolitana, tornando-a relativamente consistente – ou, talvez, assumindo melhor sua inconsistência. Nesse sentido, o “fluxo” não deixa de ser uma miragem destinada a dissimular o fato de que não haveria identidade alguma passível de descrição. É, pois, de sua indescritibilidade que a metrópole contemporânea parece extrair sua identidade:

A identidade de São Paulo está muito mais ancorada nas imagens criadas a respeito dela do que verdadeiramente no que ela é: múltipla, fragmentada e, portanto, pouco reconhecível e apreensível. A narrativa histórica associou seus acontecimentos mais significativos à velocidade, mobilidade, trabalho e progresso, palavras acessíveis e de simples compreensão, de grande impacto, quase como um slogan publicitário, que criam na “terra da garoa” uma bruma, uma neblina que envolve a memória do paulistano, induzindo-o a tomar essas palavras como elementos essenciais da identidade de São Paulo. (Leonarde, 2014, p. 209)

Assumindo o papel de definir o que é a metrópole ou servindo como uma cortina de fumaça que nos impede de ver que ela é indefinível, a imagem do “fluxo” ecoa no imaginário popular e, também, nas representações audiovisuais. Alguns filmes recentes, além de explorar a visualidade de São Paulo, parecem interessados em fazer da cidade um objeto de reflexão – continuando a tradição iniciada pelo documentário *São Paulo, a Sinfonia da Metrópole* (Adalberto Kemeny e Rodolpho Lustig, 1929) e revigorada, à época do Cinema Novo, por *São Paulo S/A* (Luís Sérgio Person, 1965). Filmes como *Jogo Subterrâneo* (Roberto Gervitz, 2005), *Os 12 Trabalhos* (Ricardo Elias, 2006), *Não por Acaso* (Philippe Barcinski, 2007), *A Via Láctea* (Lina Chamie, 2007), *A Casa de Alice* (Chico Teixeira, 2007) e *Linha de Passe* (Walter Salles e Daniela Thomas, 2008) tomam São Paulo não como “tema”, “assunto” ou “cenário”, mas como “um organismo vivo”, “uma instância fundamental de mediação da vida social” (Feldman, 2008).

É nesse contexto que se situa a série *Alice*, produzida pela HBO Latin America com recursos da Ancine e direção geral dos cineastas Karim Aïnouz e Sérgio Machado. *Alice* teve uma única temporada (13 episódios), exibida entre setembro e dezembro de 2008, e foi concluída com dois telefilmes em novembro de 2010. Como veremos a seguir, ao longo da série, a urbanidade de São Paulo instiga e responde às inquietações da protagonista que por ela perambula. Mais do que oferecer representações realistas da cidade, a série filtra a realidade urbana nas experiências afetivas de Alice, propondo uma cartografia afetiva que evoca a *Carte du pays de Tendre* de que nos fala Giuliana Bruno<sup>3</sup>. Dessa forma, nossa discussão não irá se preocupar em fazer distinções entre a cidade real e sua representação. Ao contrário, optamos por assumir, sem buscar superar, o risco de confundir a cidade real com uma cidade imaginada, tendo aprendido com Calvino (1990, p.59) que há uma relação entre elas e, com Machado Jr. (1989, p. 1), que “as cidades que vemos no cinema transformam as cidades em que vivemos”.

### *Pela Toca do Coelho*

Alice (interpretada por Andréia Horta) é uma jovem de Palmas, Tocantins, que tem sua vida planejada em torno da família, do trabalho como guia de turismo e do casamento previsto para dali a um mês. Ela e o noivo já compraram o apartamento onde irão morar e escolheram nomes para os futuros filhos. Tudo isso é estabelecido no prólogo de “Pela Toca do Coelho”, primeiro episódio da série, através de uma montagem com farto uso de fotografias. À inércia dessa vida planejada (e das imagens estáticas), será oposta uma viagem: ao receber a notícia da morte do pai,

<sup>3</sup> A *Carte du pays de Tendre* é um mapa desenhado em 1654 pela escritora francesa Madeleine de Scudéry que traça a cartografia de uma “paisagem interior”, possibilitando representar viagens emocionais entre localidades como “Estima”, “Esquecimento” e “Tepidez”, dentre outras. Ele serve de inspiração para Giuliana Bruno em seu livro *Atlas of Emotion: Journeys in Art, Architecture and Film* (2007), sendo apresentado na introdução e discutido diversas vezes nos capítulos subsequentes.

de quem não tem notícia há anos, Alice decide ir a São Paulo para comparecer ao enterro e tratar da herança com a madrastra – herança que a colocará em posse de um galpão abandonado no bairro da Barra Funda. Ao final da série, ela ainda não terá retornado a Palmas. Na sequência dos episódios, que narram as aventuras de Alice na cidade, ela fará novos amigos e viverá novos romances, redescobrendo, por fim, através da revitalização do galpão herdado e com a ajuda da meia-irmã dez anos mais jovem, a verdadeira identidade do pai.

É interessante observar que a série mobiliza inicialmente uma estrutura narrativa similar àquela identificada por Cecília Mello no artigo “Um conto de duas cidades” (2013). Assim como os filmes analisados por Mello – *Terra Estrangeira* (Walter Salles e Daniela Thomas, 1995), *Contra a Parede* (Fatih Akin, 2004), *Import/Export* (Ulrich Seidl, 2007) e *Que Horas são aí?* (Tsai Ming-liang, 2001) –, *Alice* nos apresenta, logo de entrada, uma nítida oposição entre imobilidade (*stasis*) e movimento, num encontro entre duas geografias que suscita “questões relacionadas ao tempo, ao espaço e à fabricação da memória” (Mello, 2013, p. 120). No lado da imobilidade está Palmas, cidade planejada que é vivida por Alice, de vida igualmente planejada, como signo de adequação e acomodação – guia de turismo, Alice “domina” a cidade. Já ao lado do movimento, no oposto de Palmas, está a capital paulista, cujas primeiras imagens nos são dadas pela vinheta de abertura da série (Figuras 2-5): uma montagem dinâmica em espelhamentos e efeitos caleidoscópicos, que alterna imagens em *timelapse* do trânsito paulistano a *close-ups* do corpo da personagem. Sem surpresas, a vinheta termina com planos gerais de um “mar de prédios”<sup>4</sup>. Em entrevistas, o diretor Karim Aïnouz explica que, para a protagonista, a adequação equivaleria à morte (Feldman & Eduardo, 2007, p. 14), e que São Paulo, “teia infinita de possibilidades”, é usada na série “como imagem e espelho da personagem” (Mello, 2007). Ao decidir não retornar a Palmas, a personagem deixaria claro seu desejo de permanecer em movimento, em construção.

<sup>4</sup> Vale notar também os efeitos *neon* dos créditos de abertura, que remetem ao pós-modernismo do “neon-realismo” – movimento paulistano dos anos 1980 marcado por filmagens em estúdio que proporcionavam representações deliberadamente artificiais da cidade. Sobre o “neon-realismo”, ver Pucci (2008).



Figuras 2-5: Frames da vinheta de abertura

Nota: *Alice*, HBO, 2008

<sup>5</sup> Não custa lembrar, com a fenomenologia, que estamos corporalmente entrelaçados à “carne do mundo”: “a minha própria carne é um dos sensíveis no qual se faz uma inscrição de todos os outros, o sensível pivô do qual participam todos os demais, sensível-chave, sensível dimensional” (Merleau-Ponty, 2003, p. 234).

Se a vinheta propõe um entrelaçamento conceitual e visual do corpo de Alice à topografia e à paisagem de São Paulo, é porque seus deslocamentos pela cidade se darão como uma jornada de autoconhecimento – jornada que visa uma elaboração da memória (do pai) e uma reativação dos desejos do corpo, ponto de contato basilar com o mundo<sup>5</sup>. Alice fica emaranhada à cidade: ao final do primeiro episódio, após perder o voo que a levaria de volta a Palmas, ela desce do táxi em meio ao trânsito e submerge no fim de tarde paulistano. Sua jornada não se dá meramente pela superfície das ruas, mas na espessura da cidade que ela mesma produz para si enquanto caminha.

Já nessas primeiras experiências de Alice, São Paulo se mostra uma cidade de faróis e buzinas impacientes, transeuntes apressados em todas as direções, vendedores ambulantes. A experiência subjetiva da personagem orienta tal descrição do espaço, cumprindo a máxima segundo a qual não existe espaço neutro – como afirma a geógrafa Doreen Massey (2008, p. 30), “O espaço não existe antes de identidades/entidades e suas relações”. Com desfoques e rápidas correções de enquadramento, planos fechados que abstraem as relações espaciais, quebras de eixo, descontinuidades e sobreposições das camadas sonoras, o espectador é feito, com Alice e assim como ela, de “passageiro que atravessa um terreno háptico e emotivo” (Bruno, 2007, p. 16). A experiência de estar perdido potencializa os estímulos sensoriais produzidos pela metrópole e, com isso, evidencia o espaço como produto de nossa própria percepção. Estar perdido é, pois, não conseguir situar o próprio corpo no espaço – uma experiência distante das “excursões prazerosas e sem rumo do *flâneur* que, por não ter destino definido, sempre chega onde quer” (Sobchack, 2004, p. 15). Em sua representação de São Paulo, *Alice* enfatiza o espaço como algo a ser construído pela/na experiência afetiva individual, um meio físico (*site*) muito além da vista que oferece (*sight*). Fazendo da personagem uma espécie de espectador “por procuração” da própria cidade, a série suscita uma postura espectral mais próxima à do viajante (*voyageur*) que do mero observador (*voyeur*). Essas passagens do *sight* ao *site* e do *voyeur* ao *voyageur* convocam o háptico numa “estratégia feminina de leitura do espaço” (Bruno, 2007, p. 16)<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Numa passagem curiosa, Vivian Sobchack argumenta que, nas sociedades ocidentais, a prerrogativa de postular e organizar o espaço é tida como masculina, com as mulheres frequentemente confrontadas por “olhares que as situam e as convidam a existir apenas como corpos posicionados de modo imanente no espaço”. A diferença na forma de vivenciar o espaço faria da desorientação um “problema hermenêutico” ameaçador para a identidade masculina, mas, “para as mulheres, pedir orientação é uma atividade mais familiar, mundana e reconfortante, que não provoca crise existencial alguma” (Sobchack, 2004, pp.29–35).

Outra maneira de atentar para a centralidade da relação entre corpo e cidade em *Alice* é evocando a recorrência de elementos da vida noturna em seu enredo. Boa parte das experiências da personagem se dão em ambientes marcados pela dança, consumo de drogas e sexo. A música eletrônica reforça a vocação contemporânea e global da metrópole, ao mesmo tempo que traz à tona sua sensualidade. Em sua primeira noite sozinha em São Paulo, Alice acaba em uma festa e se deixa levar para casa pelo DJ. A sequência termina ao amanhecer, com a montagem alternando imagens do noivo de Alice em seu carro na arborizada Palmas e da própria Alice caminhando pela Avenida Paulista até chegar ao Edifício Copan, onde sua tia administra um brechó. No percurso, ouvimos seu pensamento em voz *over*: “É esquisito, porque eu devia estar me sentindo mal, culpada. E o pior é que eu não estou.” Em São Paulo, sobretudo pela vida noturna e pelo sexo, ela encontra meios de empregar seu corpo para se divertir e se redescobrir sem constrangimentos. A dinâmica da vida noturna é central na cidade que a série discursivamente constrói, permitindo-nos reconhecer a sensualidade que há no “fluxo”: a metrópole contemporânea também é atravessada pelo prazer.

Mais adiante, nos episódios 7 (“Wonderland”) e 8 (“A Guerra de Alice”), a vida noturna será novamente relacionada à construção identitária, agora nos termos de uma reconfiguração da memória do pai. Tendo revitalizado o galpão da Barra Funda, Alice o inaugura com uma festa e uma apresentação de *Telecatch* – modalidade de luta-livre da qual seu pai participava. A inauguração é um sucesso, apesar da greve que paralisa a cidade (pretexto para imagens do trânsito caótico) e da localização do galpão (comenta-se, em determinado momento, que uma antiga casa noturna do bairro será convertida em igreja evangélica). Dessa forma, Alice transforma o galpão numa fonte de renda segura que a permite se estabelecer em definitivo na cidade. Além disso, os preparativos para a inauguração a aproximam da meia-irmã e a colocam em contato com antigos amigos do pai, que a ajudam a substituir a imagem do homem deprimido que a abandonou e cometeu suicídio pela imagem do homem que viveu intensamente suas paixões sem nunca realmente esquecê-la. Como uma ruína desenterrada da areia, o galpão deixa de ser um local abandonado para se tornar o deflagrador de lembranças e afetos. É na vivência do espaço – e não exatamente no tempo, como tanto se diz – que Alice revive e repara seu passado.

Ao longo da série e assim como a cidade, portanto, a personagem nunca nos dá uma imagem acabada e plena de si mesma. Para ambas, cidade e personagem, a questão é manter uma identidade coesa num contexto de incessantes transformações que torna impossível, justamente, o estabelecimento e a coesão de qualquer identidade.

Noutra sequência (episódio 9, “Em Busca do Ouro”) que permite compreender melhor essas transformações, uma nova amiga de Alice, prestes a se mudar para outro

<sup>7</sup> A Ponte Octávio Frias de Oliveira, na região sudoeste da cidade, foi inaugurada em maio de 2008.

país, é levada num passeio de despedida para observar São Paulo “de um jeito que você nunca viu”. Ela é conduzida ao alto da ponte estaiada (Figuras 6-7), que é hoje um cartão postal da cidade, mas que estava, à época das filmagens, ainda em construção<sup>7</sup>. A série parece sugerir que não há lugar melhor para contemplar a metrópole do que uma ponte (local de passagem por excelência), ademais inacabada, em obras, como as pontes de Tecla. No mesmo sentido, extrapolando o universo diegético, vale notar ainda o uso particular de ferramentas de geolocalização na campanha de divulgação da série: entre 2008 e 2010, a suposta localização da Alice ficcional era publicada na rede social Foursquare (Mascarenhas, 2014), convidando o espectador-usuário a acompanhar a protagonista até uma eventual segunda temporada (que não foi produzida). Nessa estratégia, os corpos de Alice e da cidade se encontram novamente entrelaçados, não apenas com a cidade real mobilizada pelo universo da ficção, mas, também, com a personagem ficcional aderindo à cidade real.



Figuras 6-7: Vista da ponte estaiada

Nota: Alice, HBO, 2008

#### A Cidade Real e o Cinema Paulistano

Num texto sobre a produção cinematográfica paulistana da primeira década dos anos 2000, Ilana Feldman destaca traços semelhantes aos que identificamos em *Alice*. Ela nota que, enquanto o cinema produzido no Rio de Janeiro é mais atento à violência social e urbana e aos conflitos de classe, o cinema paulista tem como pauta o “indivíduo em tensão com uma situação que não consegue ordenar, controlar ou, simplesmente, compreender” (Feldman, 2008). Assim, a fim de explorar a proximidade entre a série e o cinema paulistano, será útil percorrer alguns exemplos entre filmes já mencionados.

Em *Os 12 Trabalhos*, a história do jovem que busca, trabalhando como *motoboy*, se recuperar de um período na prisão é narrada em planos ágeis, com a câmera acoplada à moto, levando o espectador a enfrentar, junto ao personagem, os riscos do trânsito da cidade. Já em *Não por Acaso*, a urgência das entregas de moto cede lugar ao cálculo: a cidade real serve de matéria-prima para a construção de uma cidade esquemática e fria aos moldes do protagonista, um operador de tráfego obcecado por controlar tudo a seu redor – o que rende imagens estilizadas em tomadas aéreas fluidas e geométricas. Em *A Via Láctea*, filme construído predominantemente por imagens do protagonista em seu carro, a fragmentação da geografia urbana materializa o delírio de seus últimos instantes de vida (vítima de um acidente de trânsito), com a paisagem manifestando a luta travada contra uma desilusão amorosa. Último exemplo: em *Linha de Passe*, quatro irmãos têm suas vontades (encontrar o pai na figura de um motorista de ônibus; tornar-se jogador de futebol; seguir os preceitos de uma fé religiosa; e quitar as dívidas da família) ao mesmo tempo alimentadas e negadas em meio à precariedade da periferia de São Paulo – cidade que traz ao cinema de Walter Salles, segundo Felipe Bragança, “alguma coisa de caótico que lhe ajuda a ser menos totalizante e alguma coisa de frio, que lhe ajuda a ser menos ‘humanista’” (Valente, 2008).

A análise mais detida dessas produções, bem como a discussão sobre as relações entre os formatos seriado (de *Alice*) e longa-metragem (dos filmes mencionados), está além do que nos propomos a realizar aqui. Cabe ressaltar, no entanto, que a série, tanto quanto os filmes, investe em representações da cidade que recorrem a certo realismo (assentado sobretudo em locações facilmente identificáveis) para

aguçar o drama dos personagens. Da cidade real, pode-se reconhecer lugares como a Avenida Paulista, a Praça Roosevelt, o Mercado, a Galeria do Rock, o Parque do Ibirapuera. A presença da cidade real nessas produções é tal que, por vezes, elas conversam entre si: o episódio 11 (“Mil Quilômetros por Hora”), por exemplo, faz referência aos anúncios de *lingerie* que outrora povoavam os arredores do Minhocão, como visto em *Terra estrangeira* – filme que traz o elevador no centro da cidade ostentando um enorme *outdoor* das calcinhas Hope. A ambientação sonora da série traz ruídos das ruas mesmo em cenas internas, e as imagens com frequência buscam exprimir dinamismo por meio de mascaramentos e reflexos – aspectos também presentes nos filmes e que sugerem um equilíbrio entre filmar a cidade real e explorar a subjetividade de personagens em conflito com ela.

No entanto, apesar das filmagens em locação e do apreço temático a essa condição de estar na/atraversar a cidade, essa recente produção paulistana guarda distâncias dos pressupostos realistas do cinema apontados por André Bazin em sua leitura seminal do cinema neorrealista italiano dos anos 1950 (Bazin, 1991). Por consequência, essa produção paulistana diverge, em vários aspectos, da tendência de “retorno ao real” do cinema contemporâneo – tendência que tem sido associada à obra de realizadores como Jia Zhangke, Tsai Ming-liang, Apichatpong Weerasethakul e Gus Van Sant, dentre outros. Enquanto esses realizadores parecem buscar atenuar os efeitos imersivos/ilusionistas da narrativa clássica, operando num regime mais de opacidade que de transparência narrativa<sup>8</sup>, e retomam algumas das estratégias-chave da estética realista baziniana, a produção paulistana recente se revela mais afeita a manipulações do espaço real do que propriamente à sua preservação.

<sup>8</sup> Valemo-nos aqui da distinção proposta por Ismail Xavier, que entende a “transparência” como um polo cinematográfico pautado por estratégias naturalistas e ilusionistas, dentre as quais destaca-se a continuidade narrativa, aos moldes do cinema clássico de Hollywood, e a “opacidade” como um polo que, aos moldes do cinema moderno europeu, chamaria “a atenção do espectador para o filme enquanto objeto, procurando criar a consciência de que se trata de uma narração” (Xavier, 2005, p. 141).

À provável exceção de *A Via Láctea*, que apresenta uma estrutura narrativa mais fragmentária, todas as obras referidas empregam uma estrutura bastante convencional, transparente, deixando claras as motivações dramáticas dos personagens e amarrando os acontecimentos da trama em relações facilmente compreensíveis de causa e efeito. Vale notar também que *Alice e Linha de Passe*, de modo ainda mais pronunciado que as demais produções, recorrem com frequência a planos fechados para construir “retratos” dos protagonistas. Esses “retratos”, graças à opção dos realizadores por uma fotografia com baixa profundidade de campo, trazem a cidade bastante desfocada ao fundo – estratégia que talvez favoreça a identificação afetiva com os personagens, aproximando o espectador de seus rostos, mas que, por outro lado, nos aliena do espaço real.

A produção paulistana referida aqui também não compartilha daquele que é o recurso estilístico mais caro às produções contemporâneas investidas no “retorno ao real”: o plano longo (Mello & Nagib, 2009, p. XV). A renovação da aposta baziniana na longa duração de uma imagem sem cortes, fazendo coincidir o tempo real e o tempo do filme (fazendo o espectador experimentar, no filme, a passagem do tempo real), é marca distintiva de um cinema contemporâneo que busca preservar e priorizar a realidade em detrimento do artifício ilusionista, ou melhor, de um cinema que condiciona o artifício ilusionista à potencialização dos efeitos de realidade no filme. O “uso hiperbólico do plano longo” é, pois, um traço definidor da “tendência realista contemporânea” (Luca, 2011, p. 192). Por esse motivo, a nosso ver, o viés realista da produção paulistana recente parece encontrar seu limite na consideração (talvez irrefletida, mas mais provavelmente desejada e planejada pelos produtores e realizadores) das confortáveis convenções de uma narrativa mais transparente, pouco disposta a renunciar às qualidades imersivas da ficção e a questionar o pacto identificatório que tende a se estabelecer entre personagens e espectadores. Colocado de outro modo, produções como *Alice* apenas engajam seu espectador no espaço urbano sob a condição de que esse espectador se sujeite a experimentá-lo exclusivamente através da personagem, aderindo (de um modo que nos parece mais passivo do que crítico) a seu ponto de vista, seus valores, seus desejos. Nesse passeio por São Paulo, por assim dizer, não nos é permitido afastar-nos da guia.

### A Travessia do Deserto

A colocação do espaço como refúgio da memória e agente de sua deflagração, já desenvolvida nos episódios que tratam da festa no galpão da Barra Funda, é retomada

em “À Flor da Pele”, último episódio de *Alice*. Nele, a protagonista descobre que sua mãe, morta quando ela era pequena, não foi vítima de um problema cardíaco, como ela até então acreditava, e sim de um acidente de carro no deserto do Jalapão, no interior do Tocantins. De fato, a morte sequer foi comprovada: a mãe parece ter desaparecido no deserto, abandonando o carro nas dunas. A descoberta reconfigura a estrutura familiar de Alice. Na busca por assimilar essa nova versão de sua própria história, ela parte para o deserto (Figuras 8-9): assim como havia sido necessário reativar o galpão da Barra Funda para ressignificar a figura paterna, ela explora a aridez das dunas para recuperar o passado da mãe.



Figuras 8-9: O deserto do Jalapão

Nota: *Alice*, HBO, 2008.

Embora o vazio e o silêncio do deserto pareçam opostos ao princípio do “fluxo” que governa a metrópole, a travessia das dunas pode ser abordada em termos semelhantes àquelas da desorientação inicial de Alice em São Paulo. Tanto quanto a metrópole contemporânea (e não apenas para o inexperiente recém-chegado), o deserto se dá como espaço imensurável e inóspito. Ao descrever algumas de suas passagens pelo Saara, o explorador Michael Asher explica que, sem nenhum signo estável capaz de organizar visivelmente o espaço, as distâncias se dissolvem:

Fiquei observando Marinetta se afastar correndo de nossa caravana... ela ziguezagueava pela areia... quando tentei fazer o mesmo, sem nada para fixar o olhar, percebi que era impossível correr em linha reta. Qualquer ondulação ou sombra na superfície criava uma impressão de relevo. Ao nos aproximar do que parecia ser uma massa de dunas, descobríamos que ela se dissolvia em pequeninas ondas de areia. (Michael Asher, 1988, citado por Sobchack, 2004, p. 19)

Após enfrentar o deserto, Alice retorna a uma São Paulo que já não lhe é mais hostil. Durante os créditos finais do último episódio, vemos que ela aprende a dirigir um carro – o que nos faz pensar no controle do trânsito em *Não por Acaso*, nos mapas do metrô de *Jogo Subterrâneo* e nas motos de *Os 12 Trabalhos*, no ônibus de *A Casa de Alice*, nos muitos ônibus onde o caçula da família passeia à procura do pai em *Linha de Passe* e na jornada de carro do protagonista de *A Via Láctea*. O domínio do transporte e de seus meios, tanto em *Alice* como nesses filmes, contrasta com o dinamismo, o movimento e a velocidade que determinam as representações da metrópole.

A narrativa da série opera, de certo modo, uma aceleração: antes de chegar à velocidade do carro no episódio final, episódios anteriores, especialmente no início da temporada, trazem montagens com imagens estáticas, fotográficas. Além das já mencionadas fotografias de Palmas e da família de Alice logo no início da série, destaca-se, também no primeiro episódio, a cena em que ela vê (e nós vemos com ela, congeladas na tela) as fotos do DJ que a leva para casa após a festa. Numa cena do episódio seguinte (“O Tesouro de Alice”), a tela é ocupada pelas fotos que registram seu primeiro encontro com a meia-irmã. E o quarto episódio (“No Jardim das Flores Perdidas”) traz fotos do aniversário de Alice no monitor de um computador. Essa recorrência de imagens fotográficas em episódios iniciais não deixa de exprimir um desejo de desaceleração, de pausa, de fixar o momento diante do fluxo intenso de novas experiências. Esse recurso é descartado à medida que a personagem se acostuma, se adapta, aceitando e se lançando no “fluxo” de São Paulo. Assim, sua imagem ao volante de um carro representa de modo inequívoco a conclusão de seu arco dramático: assumir a direção de um carro é, para Alice, uma cristalização de seu domínio da cidade.

### *Recomeçar de Novo*

Dois anos após o último episódio, a HBO exibiu dois telefilmes que retomavam o universo de *Alice*. Mais do que um encerramento, no entanto, os telefilmes operam um recomeço. “Recomeçar, recomeçar, mil vezes recomeçar, recomeçar de novo, recomeçar sempre, recomeçar”: o lamento do protagonista de *São Paulo S/A* (filme que a personagem havia assistido enquanto trabalhava na produção da Mostra de Cinema de São Paulo, num longínquo segundo episódio) serve como prenúncio de mudanças. Se, para Alice, “a adequação é a morte” (Feldman & Eduardo, 2007, p. 14), não basta dominar a cidade. É preciso desestruturar a personagem, fazê-la questionar uma vez mais seu lugar e se relançar no “fluxo”. Afinal, como afirma Bauman sobre as identidades “pós-modernas”, o problema não é construir e manter uma identidade, mas evitar toda e qualquer forma de fixação e manter em aberto suas possibilidades (Bauman, 1996, p. 18).

O primeiro telefilme (*O Primeiro Dia do Resto da Minha Vida*) encontra Alice em um relacionamento amoroso estável, dirigindo com naturalidade pela cidade (ainda que com a ajuda de um aparelho de GPS) à procura de um apartamento para comprar. Seus planos, como os que ela tinha em Palmas antes de se mudar para São Paulo, serão rapidamente desfeitos: ela desiste de visitar novos imóveis e rompe com o namorado. No segundo telefilme (*A Última Noite*), irritada com o desfazer de seus projetos, Alice bate o carro. A batida de carro surge, tal como no *Contra a Parede* analisado por Cecília Mello (2013), como signo maior de uma brutal imobilidade. Após o acidente, ela perambula sozinha pelas ruas do centro. Nessa cena, uma vez mais (uma última vez), a personagem e a metrópole se encontram entrelaçadas e em construção. A locução em voz *over* explicita sua inquietação:

A gente sente a hora exata em que a gota d’água entorna o copo. Estou sentindo um vazio, como se de uma hora pra outra alguém tivesse roubado o chão debaixo dos meus pés. Vontade de andar, andar, andar. Sem chegar a lugar algum.

Caminhando à noite por essas ruas desertas, Alice se depara com um telefone público que parece chamar por ela. O espectador pode supor que sua resposta a essa ligação a levará por muitas outras ruas, outros bares e outras festas, sem seus amigos habituais e sem planos para o futuro. “A última noite” é, pois, uma abertura para novas experiências da cidade e véspera de uma nova Alice.

Buscamos, neste artigo, refletir sobre o modo como a série *Alice* se apropria da cidade de São Paulo para construir uma outra São Paulo – uma cidade imaginária que é espelho da protagonista. Contando com uma forte identificação entre a personagem e o espectador, a série constrói para ele uma metrópole contemporânea ideal a partir dos fragmentos filmados da cidade real. Após considerações iniciais mais amplas acerca da noção mesma de uma “metrópole contemporânea” e do imaginário tradicionalmente mobilizado pela cidade de São Paulo, observamos como a cidade se articula narrativa e esteticamente na série, se colocando plenamente à serviço das demandas afetivas de sua protagonista, ao mesmo tempo que tem suas representações conformadas por elas. Nesse processo, que buscou também colocar a série em diálogo com produções que lhe são conterrâneas e contemporâneas e com uma tendência cinematográfica internacional de “retorno ao real”, observamos que *Alice* mobiliza criticamente princípios usualmente atribuídos à metrópole contemporânea: aos termos habituais do “fluxo” (transparência, luz, circulação), a série incorpora sensualidade, sedução, prazer. A metrópole emerge não apenas como um espaço de densidades e intensidades, um mundo onde tudo parece ser possível, mas também como uma experiência afetiva implicada no corpo, um catalisador e amplificador de medos e desejos. A São Paulo de Alice é um espaço de desorientação e de reelaboração do passado, da memória, da própria identidade individual, sob o modo cíclico do recomeço. Não é, pois, a cidade do controle e do progresso, sempre para frente, como tantas vezes se diz. Nela, é impossível correr em linha reta.

## Referências

- AUGÉ, M. (2010). *Por uma antropologia da mobilidade*. Edufal; Unesp.
- BAUMAN, Z. (1996). From pilgrim to tourist – Or a short history of identity. In S. Hall, & P. Du Gay (Orgs.), *Questions of cultural identity* (pp. 18-36). Sage.
- BAUMAN, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Jorge Zahar.
- BAZIN, A. (1991). *O cinema: Ensaio*. Brasiliense.
- BENJAMIN, W. (1991). Paris, capital do século XIX. In F. Kothe (Org.), *Walter Benjamin* (pp. 30-43). Ática.
- BRUNO, G. (2007). *Atlas of emotion: Journeys in art, architecture and film*. Verso.
- CALVINO, I. (1990). *As cidades invisíveis*. Companhia das Letras.
- CARROLL, L. (2010). *Aventuras de Alice no país das maravilhas e Através do espelho e o que Alice encontrou por lá*. Jorge Zahar.
- FELDMAN, I. (2008). Do trânsito ao *transe-to*: Descontrole e desorientação em Não por Acaso, A Via Láctea e A Casa de Alice. *Revista Cinética*. <http://www.revistacinetica.com.br/transitoilana.htm>.
- FELDMAN, I., & EDUARDO, C. (2007). A política do corpo e o corpo político: O cinema de Karim Aïnouz. *Revista Cinética*. [http://www.revistacinetica.com.br/cep/karim\\_ainouz.pdf](http://www.revistacinetica.com.br/cep/karim_ainouz.pdf)
- FOLHA DE S.PAULO. (2015, 1 de julho). *Criadora do 'piso paulista' diz que nunca recebeu 1 centavo pelo desenho*. Folha de S.Paulo. <https://www.youtube.com/watch?v=BLGKXZUrfnQ>
- LEONARDE, A. (2014). A identidade histórico-cultural de São Paulo por meio de sua narrativa identitária: A cidade do trabalho e do entretenimento. *Licere*, 17(4), 198-235. <https://doi.org/10.35699/1981-3171.2014.1053>
- LUCA, T. (2011). Realism of the senses: A tendency in contemporary world cinema. In R. Dudrah, L. Nagib, & C. Perriam (Orgs.), *Theorizing world cinema* (pp. 183-205). Tauris.
- MACHADO JR., R. (1989). *São Paulo em movimento: A representação cinematográfica da metrópole nos anos 20* (Dissertação de mestrado). Universidade de São Paulo.
- MACHADO JR., R. (2007). *Imagens brasileiras da metrópole: A presença da cidade de São Paulo na história do cinema* (Memorial de livre docência). Universidade de São Paulo.
- MACHADO JR., R. (2008). Plano em grande angular de uma São Paulo fugidia. *Comunicação e Informação*, 11(2), 192-196. <https://doi.org/10.5216/c&i.v11i2.7486>
- MASCARENHAS, A. (2014). A televisão transmídia de Alice: Reconfiguração narrativa na televisão fechada brasileira. In A. Mascarenhas, E. Pinheiro, & O. Tavares (Orgs.), *Culturas midiáticas e audiovisuais: Estudos* (pp. 9-37). Ideia.
- MASSEY, D. (2008). *Pelo espaço*. Bertrand Brasil.
- MELLO, M. C. (2007, 22 de agosto). O tesão alimenta a alma, diz Karim Aïnouz, diretor da série "Alice", da HBO. *UOL Entretenimento*. <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2007/08/22/ult4244u299.jhtm>
- MELLO, C. (2013). Um conto de duas cidades. In A. Brandão, A. Corseuil, & R. Lira (Orgs.), *Cinema, globalização e transculturalidade* (pp. 119-136). Nova Letra.



MELLO, C., & NAGIB, L. (Orgs.). (2009). *Realism and the audiovisual media*. Palgrave Macmillan.

MERLEAU-PONTY, M. (2003). *O visível e o invisível*. Perspectiva.

MONTERO, P. (2008). Passagens na metrópole paulistana do século XXI. *Novos estudos Cebrap*, (82), pp. 191-199. <https://doi.org/10.1590/S0101-33002008000300011>

PUCCI, R. (2008). *Cinema brasileiro pós-moderno: o neon-realismo*. Sulina.

SOBCHACK, V. (2004). Breadcrumbs in the forest: Three meditations on being lost in space. In V. Sobchack, *Carnal thoughts: Embodiment and moving image culture* (pp. 13-35). University of California Press.

VALENTE, E. (Ed.). (2008). Linha de passe, de Daniela Thomas e Walter Salles (Brasil, 2008). *Revista Cinética*. <http://www.revistacinetica.com.br/linhadebate.htm>.

XAVIER, I. (2005). *O discurso cinematográfico: A opacidade e a transparência*. Paz e Terra.

XAVIER, I. (2006). São Paulo no cinema: Da coesão da cidade-máquina à corrosão da cidade arquipélago. *Sinopse*, 8(11), 18-25.



Volume 10 - Número 1

1º SEMESTRE DE 2021

**DO CULTURALISMO CONSERVADOR À CRÍTICA DA MÍDIA: QUESTÕES DE COMUNICAÇÃO NO PENSAMENTO DE JESSÉ SOUZA**

MARCIO SERELLE

**DESENGAVETA, PORQUE MENOS É DE MAIS: MORALISMO E VERGONHA NAS NARRATIVAS SOBRE CONSUMO CONSCIENTE NA TV**

JÉSSICA BAPTISTA DOS SANTOS VENTURA, DENISE SIQUEIRA

**É PRECISO NOMEAR RICARDO: JORNALISMO, HISTÓRIA DE VIDA E ESCRIVÊNCIA**

FREDERICO DE MELLO BRANDÃO TAVARES, LUCAS PORFÍRIO

**CONTRIBUIÇÕES DA TEORIA DA ACELERAÇÃO SOCIAL DO TEMPO PARA OS ESTUDOS EM JORNALISMOS**

CAIO TERUEL, HÉLDER PRIOR

**A DIMENSÃO POLÍTICA DO DESENHO ANIMADO: O ENTRETENIMENTO E O COMUM EM STEVEN UNIVERSE**

CLAUDIO CORAÇÃO, PEDRO LAVIGNE

**A "MÚMIA" E O "CORONEL": RECEPÇÃO NAS REDES SOCIAIS DE MARINA SILVA E CIRO GOMES**

GLAUCE CUNHA, JULIANA DORETTO

**OS EXCESSOS DE ELENA: O ENSAIO E O DEVIR MULHER NA OBRA DE PETRA COSTA**

JULIANA GUSMAN

**O MERCADO DE STREAMING NA COREIA DO SUL: DISPUTAS INTERNAS E A INVASÃO ESTRANGEIRA**

DANIELA MAZUR, MELINA MEIMARIDIS, DANIEL RIOS

**ALICE EM SÃO PAULO: ATRAVESSAMENTOS DO CORPO NA METRÓPOLE CONTEMPORÂNEA**

JOÃO VITOR LEAL

ISSN: 2238-7714

apoio:

realização: