

Movi mentos

Valquiria Kneipp, Abel Suing e Fabiana Piccinin (Orgs.)



Movimentos

Valquíria Kneipp
Abel Suing
Fabiana Piccinin
(Orgs.)

Ria Editorial - Comité Científico

Abel Suing (UTPL, Equador)
Alfredo Caminos (Universidad Nacional de Córdoba, Argentina)
Andrea Versuti (Universidade de Brasília - UnB, Brasil)
Angelo Sottovia Aranha (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Anton Szomolányi (Pan-European University, Eslováquia)
Carlos Arcila (Universidad de Salamanca, Espanha)
Catalina Mier (UTPL, Equador)
Denis Porto Renó (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Diana Rivera (UTPL, Equador)
Fatima Martínez (Universidad do Rosário, Colômbia)
Fernando Gutierrez (ITESM, México)
Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Rosario, Argentina)
Fernando Ramos (Universidade de Aveiro, Portugal)
Gabriela Coronel (UTPL, Equador)
Gerson Martins (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, Brasil)
Hernán Yaguana (UTPL, Equador)
Jenny Yaguache (UTPL, Equador)
Jerónimo Rivera (Universidad La Sabana, Colombia)
Jesús Flores Vivar (Universidad Complutense de Madrid, Espanha)
João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)
John Pavlik (Rutgers University, Estados Unidos)
Joseph Straubhaar (Universidade do Texas - Austin, Estados Unidos)
Juliana Colussi (Universidad do Rosario, Colombia)
Koldo Meso (Universidad del País Vasco, Espanha)
Lionel Bossi (Universidad de Chile, Chile)
Lorenzo Vilches (Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha)
Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Marcos Pereira dos Santos (Univ. Tec. Federal do Paraná - UTFPR e
Fac. Rachel de Queiroz (FAQ), Brasil)
Maria Cristina Gobbi (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Maria Eugenia Porém (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Mauro Ventura (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Octavio Islas (Pontificia Universidad Católica, Equador)
Oksana Tymoshchuk (Universidade de Aveiro, Portugal)
Osvando José de Moraes (Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil)
Paul Levinson (Fordham University, Estados Unidos)
Pedro Nunes (Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Brasil)
Raquel Longhi (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil)
Ricardo Alexino Ferreira (Universidade de São Paulo - USP, Brasil)
Sergio Gadini (Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil)
Thom Gencarelli (Manhattan College, Estados Unidos)
Vicente Gosciola (Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)

FICHA TÉCNICA

Copyright 2022 ©Ria Editorial. Todos os direitos reservados

Foto de capa e design: ©*Denis Renó*

Diagramação: *Luciana Renó*

1.ª edição, Aveiro, dezembro, 2022

ISBN 978-989-8971-73-9

Título: Movimentos

Organizadores: Valquíria Kneipp, Abel Suing e Fabiana Piccinin



Esta obra tem licença Creative Commons *Attribution-NonCommercial-NoDerivatives*. Você tem o direito de compartilhar, copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato sempre que seja feito o reconhecimento de seus autores, não utilizá-la para fins comerciais e não modificar a obra de nenhuma forma.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

©Ria Editorial



Aveiro, Portugal

riaeditora@gmail.com

<http://www.riaeditorial.com>

ESSA OBRA FOI AVALIADA INTERNAMENTE E
EXTERNAMENTE POR PARECERISTAS

Todos os textos foram avaliados e seleccionados pelos organizadores da obra. Os comentários dos organizadores foram enviados aos autores, que, mediante a aprovação, receberam tempo hábil para eventuais correcções.

O livro foi posteriormente avaliado e aprovado pelo avaliador externo Ms. Lilian Bordim, que informou parecer positivo à publicação da seguinte forma:

A publicação académica apresenta evidências relevantes que objetivam a democratização do conhecimento referente à virtualização do ecossistema midiático, cujo tema foi proposto do congresso em que resultou esta obra. A construção da narrativa do livro apresentada em artigos que englobam desde pesquisas sobre obras imagéticas ficcionais, assim como os que transpassam a realidade através de olhares sobre os veículos de comunicação consumidos massivamente e é finalizado com provocações sobre as possibilidades de reinvenção das produções veiculadas e consumidas, vem colaborar de forma efetiva e acessível aos nossos urgentes questionamentos e reflexões sobre o universo midiático.

O parecer foi enviado previamente ao lançamento.

Autores

Adriana Pierre Coca

Alexandre Tadeu dos Santos

Ana Paula Goulart de Andrade

Alba Aragón-Manchado

Andrea Cruz-Elvira

Aurora Almeida de Miranda Leão

Bárbara Torisu Lemos

Caio Ferreira

Cláudia Thomé

Fabricia Guedes

Francisco das Chagas Sales Júnior

Gabriel Malinowski

Iluska Coutinho

Jemima Bispo de Jesus

Jhonatan Mata

José Patricio Pérez-Rufi

Laura Coutinho Felz

Luciana Morais

Lueluí Aparecida de Andrade

Luiz Felipe Falcão

Marcelo Bolshaw Gomes

Osvando José de Morais

Patrícia Aparecida Amaral

Renato Essenfelder

Renato Ferreira de Moraes

Simone Teixeira Martins

Tatiana Helich

Valmor Nivaldo Santos

Valmir Moratelli

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Veruska Yasmim Paião Rocha

SUMÁRIO

Apresentação.....	13
-------------------	----

PARTE 1 - FICÇÃO

Construindo verdades no meio virtual: uma discussão a partir da série ficcional Clickbait.....	16
<i>Tatiana Helich</i>	
<i>Valmir Moratelli</i>	
Onde está Domingos? Análise da materialidade audiovisual da procura de Maria em Luanda.....	41
<i>Bárbara Torisu Lemos</i>	
O sopro do vento que chega do sertão: “Pantanal” mira nas ruínas da modernidade e aponta necessidade de futuro decolonial.....	66
<i>Aurora Almeida de Miranda Leão</i>	
“Dentro”: um retrato do sistema prisional feminino português na ficção televisual.....	92
<i>Adriana Pierre Coca</i>	
<i>Alexandre Tadeu dos Santos</i>	
<i>Renato Essenfelder</i>	

PARTE 2 - REALIDADE

Os herdeiros do feminicídio: como o Fantástico “embala” em telas os filhos das vítimas de misoginia?.....	111
<i>Jhonatan Alves Pereira Mata</i>	
<i>Veruska Yasmim Paião Rocha</i>	
Erosão da confiança diante da estrutura fragmentada na veiculação de notícias audiovisuais.....	132
<i>Ana Paula Goulart de Andrade</i>	
<i>Jemima Bispo de Jesus</i>	
<i>Luiz Felipe Novais Falcão</i>	
<i>Simone Teixeira Martins</i>	
Cinco décadas de cobertura do Jornal Hoje: as transformações evidenciadas na tela da TV.....	152
<i>Luciana Moraes</i>	
<i>Cláudia Thomé</i>	
A reconfiguração de práticas sociais na televisão pública do Rio Grande do Norte: um estudo da TVU e da TV Assembleia durante a Pandemia.....	170
<i>Francisco das Chagas Sales Júnior</i>	
<i>Valquíria Aparecida Passos Kneipp</i>	
Baile noticiado em horário nobre: a dança das cadeiras no Ministério da Educação na tela do Jornal Nacional.....	195
<i>Simone Teixeira Martins</i>	
<i>Luiz Felipe Falcão</i>	
<i>Iluska Coutinho</i>	
Reportagens de compilação: contrastes e correlações de arquivos nos 50 anos do Jornal Nacional.....	213
<i>Gabriel Malinowski</i>	

O papel da edição na construção de sentidos no telejornalismo: a montagem da cobertura dos 100 mil mortos no Jornal Nacional.....	230
<i>Jhonatan Mata</i>	
<i>Caio Ferreira</i>	

Jornalismo rima com assistencialismo? Um estudo de caso sobre a telesolidariedade como elemento de mudança de linguagem jornalística.....	248
<i>Renato Ferreira de Moraes</i>	
<i>Valquíria Aparecida Passos Kneipp</i>	

PARTE 3 - REINVENÇÃO (?)

Nueva televisión frente vieja televisión en el <i>streaming</i> en directo en Twitch: producción, realización y audiencias de <i>La velada del</i> <i>año 2</i> de Ibai Llanos.....	269
<i>Andrea Cruz-Elvira</i>	
<i>Alba Aragón-Manchado</i>	
<i>José Patricio Pérez-Rufi</i>	

Um quase manifesto: da ideia do cine-olho de Dziga Vertov, uma hermenêutica da linguagem audiovisual dos meios digitais.....	295
<i>Osvando J. de Moraes</i>	
<i>Valmor Nivaldo Santos</i>	

Do fluxo ao catálogo: as plataformas de streaming dos canais da TV aberta brasileira.....	313
<i>Fabricia Guedes</i>	
<i>Marcelo Bolshaw Gomes</i>	

Realización de televisión en directo en Eurovisión Song Contest 2022: análisis formal audiovisual de “SloMo” (Chanel, España).....	340
<i>Andrea Cruz-Elvira</i>	
<i>Alba Aragón-Manchado</i>	
<i>José Patricio Pérez-Rufi</i>	

Mudanças na sociedade que refletem no telejornalismo no Brasil: de televisinho passivo ao telespectador que quer opinar.....	369
<i>Patrícia Aparecida Amaral</i>	
<i>Osvando José de Morais</i>	
Audiência conectada no kpop: modelo de experiência e consumo audiovisual entre fãs da banda coreana Stray Kids.....	384
<i>Iluska Coutinho</i>	
<i>Laura Coutinho Felz</i>	
Televisión pública en Europa y Brasil: algunos apuntes comparativos.....	406
<i>Lueluí Aparecida de Andrade</i>	
Eurovision Song Contest 2022: Análisis del ritmo en el cambio de plano de los números musicales en concurso y del conjunto de la gala.....	424
<i>Alba Aragón-Manchado</i>	
<i>Andrea Cruz-Elvira</i>	
<i>José Patricio Pérez-Rufi</i>	
<i>Índice Remissivo</i>	445

MOVIMENTOS

APRESENTAÇÃO

Há mais de dois anos, o mundo enfrenta o desafio de reaprender a viver, num processo de adaptação à virtualidade. Uma transformação que, para diversos cientistas da comunicação, acelerou o processo de virtualização dos seres humanos e de suas relações para com o outro e, obviamente, com os meios de comunicação. Sem dúvida, testemunhamos uma reconfiguração do ecossistema midiático. Com esse tema norteador às conferências, realizamos o 5º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies – MEISTUDIES, que contou com o tema “A virtualização do novo ecossistema midiático”. O evento também foi marcado pela realização paralela do VI Seminário Internacional Red ITC, evento que nos acompanha pelo terceiro ano consecutivo.

Já em sua quinta edição, o MEISTUDIES repetiu a sua programação e formato de participação totalmente assíncrono, colaborando com a preservação da saúde cognitiva dos participantes. Acreditamos que o conteúdo assíncrono facilita a disseminação do conhecimento, e está é a nossa missão como evento científico. Para tanto, contamos com a parceria dos 15 conferencistas e das coordenações das 13 mesas de trabalho, um staff que reuniu mentes representantes de nove países.

O evento continuou a ser organizado pelo GENEM – Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil) e pelo Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Técnica Particular de Loja - UTPL (Equador). Também

contou com apoio da Cátedra Latino-americana de Narrativas Transmídia (sediada na Universidade Nacional de Rosario, Argentina), do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação (Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil), do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação – menção em Investigação e Cultura Digital (Universidade Técnica Particular de Loja – UTPL, Equador), do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil), da Red ITC - Internet, Tecnologia e Comunicação (Espanha), da Red INAV – Rede Ibero-americana sobre Narrativas Audiovisuais, Observatorio de Comunicación UTPL e da Ria Editorial.

E de uma de nossas entidades apoiadoras, a portuguesa Ria Editorial, surge esta obra científica. Nela, são publicados textos resultantes dos resumos expandidos apresentados no MEISTUDIES, aprovados às cegas por pares acadêmicos. Finalmente, e após avaliação da obra como um todo, apresentamos mais uma ação do congresso, juntamente com a Ria Editorial e a Universidade Técnica Particular de Loja, no sentido de democratizar o conhecimento. Com este livro, a ciência não fica limitada a fronteiras e distâncias. Como se trata de um livro de acesso grátis e em formato digital, materializa-se apenas uma coisa: o conhecimento. Boa leitura.

*Andrea Versuti
Denis Renó
Diana Rivera
Jesús Flores
Vicente Gosciola
Diretores Acadêmicos*

*Luciana Renó
Diretora Geral*

PARTE 1 - FICÇÃO

CONSTRUINDO VERDADES NO MEIO VIRTUAL: UMA DISCUSSÃO A PARTIR DA SÉRIE FICCIONAL CLICKBAIT

Tatiana Helich¹
Valmir Moratelli²

As transformações tecnológicas e novos formatos globalizados de produção e circulação de produtos e informações, a partir das últimas décadas do século XX, provocaram rupturas em diversos aspectos da experiência cotidiana, inclusive a forma como o indivíduo se entretém, produz e consome conteúdo. A troca de informações passou a ser mediada por telas e as tecnologias digitais – as redes sociais e o *streaming*, por exemplo, – ganharam um protagonismo, alterando as maneiras de interação social.

-
1. Doutoranda pelo Prog. de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Membro do Grupo de Pesquisa Narrativas da vida moderna na cultura midiática, coordenado pela prof. Dra. Tatiana Siciliano.
 2. Doutorando pelo Prog. de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Membro do Grupo de Pesquisa Narrativas da vida moderna na cultura midiática, coordenado pela prof. Dra. Tatiana Siciliano.

Como um “sintoma” (Jost, 2012) de nossa época, as séries contrariam sobre as aspirações e a vida do indivíduo de um determinado tempo, revelando as peculiaridades daquele momento histórico. É no contexto do século XXI que a série *Clickbait*, lançada em 2021 pela Netflix, está inserida, apresentando os dilemas e perigos do crime com origem no ambiente virtual e que é posto em xeque também pelas redes sociais. Não por acaso que o título da série é sugestivo: *Clickbait*, termo em inglês, que se refere a uma tática usada na internet para gerar tráfego online através de conteúdos enganosos (*fake news*) ou sensacionalistas, ou seja, os “caça-cliques”.

Solitária, uma senhora casada, mas sem a atenção do marido, que trabalha em uma escola, tem nas mãos a confiança de um novo professor que lhe pede ajuda para organizar as informações no computador do colégio. Ao acessar os dados e fotografias do novo colega, a senhora Dawn Gleed (Becca Lish) tem uma ideia que culmina em ver sua vida revigorada: ela se passa por uma *catfish*, termo usado na internet para designar uma pessoa que se passa por outra no ambiente virtual (Dicionário inFormal, s.d.). Através do perfil do professor, Dawn Gleed acessa um site de relacionamento e passa a conversar com diversas mulheres, o que torna suas noites antes solitárias e comuns em momentos mais apaixonantes. Contudo, o que era para ser uma simples diversão de uma senhora, resulta no sequestro de Nick Brewer (Adrian Grenier) com seu futuro dependendo do número de visualizações de um vídeo sensacionalista. Essa história poderia ser real, mas é a cena que rege o mistério da série *Clickbait*, de Tony Ayres e Christian White, com direção de Brad Anderson.

Ao analisar as poéticas do cinema em *A fábula cinematográfica*, Rancière (2013) explica sobre a capacidade de fabular para se construir como narrativa. “*Fingere*”, como atesta Rancière, “não quer dizer, em primeiro lugar fingir, mas forjar” (p. 160). É dessa forma que Dawn Gleed constrói um personagem para si própria ao forjar ser Nick Brewer no ambiente online e fabular narrativas diversas sobre o personagem para encantar seu leitor: mulheres na faixa etária de Nick e disponíveis para relacionamento pela internet. Dawn se torna ao mesmo tempo autora e personagem e mantém a crítica da série em cima do perigo de se acreditar em narrativas do meio virtual e também da facilidade de disseminação de mensagens sensacionalistas.

A pesquisadora Shoshana Zuboff (2019) cunhou o termo “capitalismo de vigilância” para designar um novo momento do capitalismo, em que dados são monetizados e são adquiridos por vigilância no ambiente virtual. Para Vera Follain de Figueiredo (2009), a partir das duas últimas décadas do século XX, “ganha proeminência a vertente de pensamento que minimiza o caráter referencial do discurso histórico, diluindo as fronteiras entre história, mito e ficção” (p. 131). Assim, a autora também explica como as micronarrativas se tornam um “recurso utilizado pelo indivíduo, em sua solidão existencial, para se conectar com o outro e para reatar os fios partidos das narrativas identitárias, assumindo-se como centro da definição do sentido de sua própria vida” (p. 134).

Ao analisar *Clickbait*, nosso foco estará na culpada pelo crime: a senhora Dawn Gleed, pois é quando ocorre a reviravolta na trama e o telespectador descobre que a criminosa é uma senhora aparentemente indefesa, mas que será a responsável por construir a narrativa ao impulsionar o crime. Podemos entender aqui a assassina como autora, que

escolhe a vítima (Nick Brewer) e constrói sua personagem visando a se emocionar e existir, pois como defende Aubert e Haroche (2013) é através da narrativa que o indivíduo é visto, exibido e, assim, passa a existir.

Neste artigo, propomos a análise de *Clickbait* como um “sintoma” de nossa época, o que proporciona uma discussão metalinguística sobre o quanto a ficção produz e representa a realidade e também sobre o próprio tema da série, em que a criação de *fake news*, a partir de um *catfish*, interfere na vida cotidiana e o sensacionalismo de vídeos disseminados pelas redes sociais pode ser impulsionador de crimes reais. As discussões acerca do “falso narrador”, ou seja, as histórias que apresentam uma versão dos fatos e, em seguida, promovem reviravoltas que canalizam as verdades para outros caminhos remetem ao que Mikail Bakthin ([1929] 2008) diz quanto ao poder que se dá à palavra.

O que se conta é uma versão, não uma verdade. Logo, o que se revela como narrativa é, na melhor das hipóteses, uma possibilidade entre tantas verdades a serem esmiuçadas. A enunciação na perspectiva de Bakthin é a articulação da forma linguística com a sua empregabilidade prática, ou seja, é o encontro entre a possibilidade e os acordos para que se construa uma verdade compatível com a realidade. Mas nunca uma verdade fidedigna e absoluta. Essa visão dialógica sobre a construção de um discurso é bastante pertinente de ser trazida, já que estamos discutindo a criação de uma narrativa que pretende seduzir e se fazer visível ao outro, mesmo que no meio virtual. Ainda que nosso exemplo seja um objeto ficcional, é utilizada uma crítica necessária a estes tempos, vale lembrar que, conforme Bakthin ([1979] 2010), a língua é subjetiva, se constrói no discurso, o que desencadeia a intersubjetividade na interação com o outro.

Este trabalho buscará discutir a construção de discursos ditos como verdadeiros no meio virtual e a consequência destes a partir da proposta da série *Clickbait*.

Crime na Construção Narrativa

Na literatura, o crime ganha formato através do romance policial no século XIX, publicado de forma seriada nos rodapés dos jornais em folhetins, e trazendo o foco para três personagens: o detetive, a vítima e o criminoso.

No início, o gênero policial estava embasado na técnica lógico-dedutiva para a decifração do enigma do crime por meio da inteligência racional da figura do detetive que, ao final da narrativa, resolvia o mistério e entregava para o leitor a verdade absoluta sobre o caso e restaurava a paz para a sociedade com a prisão do culpado. O enigma estava no jogo entre a sagacidade do criminoso de se esconder e a racionalidade dedutiva do detetive de achá-lo através da análise de pistas e de rastros que apenas a mente lógica era capaz de desvendar.

Dessa forma, a busca pelas pistas do crime na literatura ficcional se amalgama às transformações ocorridas no século XIX, geradas pela Revolução Industrial, isto é, ao modelo epistemológico que vai proporcionar para o campo das ciências humanas um olhar aguçado para os pequenos gestos, para os elementos mais negligenciáveis. Condições essas que vão originar em 1840 a maneira como o pioneiro no gênero policial, Edgar Allan Poe vai construir a narrativa do conto “Os crimes da Rua Morgue”. Com o detetive C. Auguste Dupin, Poe inaugura a fase dos detetives como

“máquinas de raciocinar³”, salientando para o leitor imerso nas ideias positivistas em vigor no período a importância do raciocínio lógico como instrumento de investigação e desvendamento do comportamento humano. Para decifrar os enigmas do crime, ponto-chave do romance policial, Dupin relaciona as leituras dos jornais com as leituras dos índices, das pistas deixadas, mostrando a lógica utilizada e ressaltando a importância do uso da razão para se alcançar a verdade do crime.

Com o passar do tempo, com o aumento da descrença do indivíduo, principalmente a partir do século XX, há um deslocamento no eixo da busca pela verdade, em que a ficção não sustentava mais um herói detentor de uma verdade absoluta. O crime, então, “vai deixando de ser algo que ocorre no mundo exterior e precisa ser investigado para que se atinja a verdade, para confundir-se com a própria pretensão de se esclarecer a verdade através do ato de narrar” (Figueiredo, 2013, p. 7). É com este impasse da veracidade dos fatos que se constrói a trama policial, em que na ficção *noir* se é apresentada cada vez mais as múltiplas versões sobre um caso, mostrando diferentes pontos de vista e os motivos que levaram os indivíduos a cometerem erros e acertos frente a complexidade dos fatos.

O gênero policial desliza e se adapta de acordo com as questões de sua época e de seu contexto histórico. Em *Clickbait*, o telespectador é logo apresentado à vítima, Nick Brewer, que, em um primeiro momento, parece ser culpado pelo abuso e morte de mulheres. Através de um vídeo divulgado e disseminado pela internet, milhões de internautas passam a ter

3. Reimão (2005) destaca o papel do detetive nos romances policiais análogo a uma máquina de racionar. Vera Follain de Figueiredo (2020) utiliza o termo “máquina de narrar” como característica do gênero policial.

acesso a uma narrativa que incrimina o personagem através da confissão por escrito. A pena será efetivada de acordo com o número de visualizações do vídeo. Isso é, o responsável por prender Nick e gravar o vídeo, coloca os internautas como “júri” do caso. Contudo, inclui apenas um lado da versão dos fatos e, que, posteriormente, descobrir-se-á que era uma versão *fake*⁴. A imagem de um homem machucado, segurando uma placa confessional acaba gerando a mobilização do público e rapidamente o vídeo alcança a meta de cinco milhões de visualizações. Assustados com a mensagem, a irmã, a esposa e os filhos de Nick se envolvem com a investigação por não acreditarem na narrativa atribuída a ele.

Junto com a família, a corporação policial do local, principalmente o detetive Amiri (Phoenix Raej), vai em busca de pistas para descobrir primeiro sobre o sequestro, na tentativa de salvar Nick da morte; e, posteriormente, em busca da verdade sobre os crimes que o personagem é acusado. Seguindo a lógica do romance policial *noir*, a investigação terá seus altos e baixos, revelando as inseguranças do detetive e as burocracias do departamento de polícia, mas também seguirá as pistas, os rastros, conforme a fórmula genérica do enigma do crime a ser desvendado. Além de contar com os próprios instintos, o detetive terá, ao final, uma ajuda essencial para o desvendamento dos mistérios levantados a partir dos ganchos narrativos de cada episódio: a do filho mais velho de Nick, que conhecerá uma amiga virtual que, por ter dificuldades de sociabilização, se dedica ao ambiente virtual e,

4. Em *Capitalismo de vigilância* (2019), Shoshana Zuboff explica que o termo *fake news* se refere a informações distorcidas, que não seriam relacionadas com a verdade. A pesquisadora usa como exemplo as eleições presidenciais americanas de 2016, em que aparentemente “houve 760 milhões de casos de usuários lendo mentiras orquestradas on-line” (p. 596).

com isso, vira *expert* na análise de dados. É ela quem irá investigar as imagens das trocas de conversas de Nick, as fotografias enviadas pela web às mulheres e, como descrito por Ginzburg (1989, p. 150), “pistas talvez infinitesimais permitem captar uma realidade mais profunda”.

Através dessa investigação minuciosa é que a trama chega em sua reviravolta ao desvendar finalmente a verdadeira culpada. Dessa forma, seguindo a fórmula genérica, temos os três personagens fundamentais para a construção de narrativas sobre crimes: a vítima, o detetive e o criminoso, em que o enredo é construído com base em descobrir a verdade dos fatos, tendo o jogo de captura do detetive com o culpado, que fará de tudo para esconder sua identidade, aqui, através da figura de uma senhora prestativa e indefesa.

A narrativa de *Clickbait* apesar de ser atual ao mostrar o contexto da era virtual, em que dados são o tempo todo fornecidos pelo indivíduo ao meio digital (Zuboff, 2019), também revela que a curiosidade pelo crime permanece, só altera o meio pelo qual é disseminado. Conforme Vanessa Schwartz (2001) nos mostra, ao tratar do gosto do público pela realidade “nua e crua” na Paris no fim de século, o tema do crime-espetáculo não é novidade. De acordo com a autora, “a vida real [no século XIX] era vivenciada como um show, mas, ao mesmo tempo, os shows tornavam-se cada vez mais parecidos com a vida” (Schwartz, 2001, p. 411), pois o espetáculo e a narrativa estavam ligados na cultura de massa. Apesar das novidades trazidas pela urbanização e modernização da cidade, Schwartz destaca que, na imprensa parisiense, foram os *fait divers*⁵ que “encheram as colunas e os cofres”.

5. “Reportagens de acidentes horríveis e crimes sensacionais” (Schwartz, 2001, p. 415).

Como uma rubrica dos jornais populares, os *fait divers* traziam os detalhes tanto escritos quanto visuais, de representações de uma realidade sensacional. Para Schwartz (2001), quando ocorria um crime, o necrotério ficava cheio, pois o local funcionava como um “teatro do crime, em que o jornal era seu programa” (p. 416). A pesquisadora explica que muitos acreditavam que a popularidade do necrotério bem como dos jornais representaria o interesse do público pela realidade.

Ao trazer temas que estão no cotidiano do telespectador, a série seria esse novo “teatro do crime”, que revela essa vontade do público em observar a vida como ela é e, assim, a produção audiovisual se torna a entrada no universo de horror que intriga o telespectador, pois traz a ideia de que até no homem mais virtuoso existe a possibilidade de praticar o crime. Em uma época marcada pela intensificação do uso da internet, com dados sendo o tempo todo transmitidos e compartilhados, o crime sai do necrotério e preenche as telas. Assim, *Clickbait* faz um jogo de telas ao utilizá-las tanto como ferramentas para visualização da série quanto como parte da narrativa, atualizando o gênero, transformando-o e adaptando-o às novas demandas da sociedade, do mercado e da indústria do entretenimento. Inclusive, deslizando para diferentes plataformas, como os serviços de *streaming*, como veremos mais adiante.

Construindo Verdades

Toda essa discussão acerca do “falso narrador”, ou seja, as histórias que apresentam uma versão dos fatos e, em seguida, promovem reviravoltas que canalizam as verdades para outros caminhos remetem ao que Mikail Bakhtin ([1929] 2008) diz quanto ao poder que se dá à palavra. Isso porque,

não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis etc. A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida. (Bakhtin, 2008, p. 95)

Isso é, o que se conta é uma versão dos fatos, não uma verdade absoluta. O que se revela como narrativa é uma possibilidade entre tantas verdades a serem esmiuçadas. A enunciação na perspectiva bakhtiniana é a articulação da forma linguística com a sua empregabilidade prática, sendo o encontro entre a possibilidade e os acordos para que se construa uma verdade compatível com a realidade. Entende-se, aqui, que a língua é subjetiva, se constrói no discurso, o que desencadeia a intersubjetividade na interação com o outro (Bakhtin, [1979] 2010). Nossa produção de discursos não é uma fonte dos mesmos, mas um caminho de construção de verdades em conjunto, trazendo elementos diversos. Quando uma notícia produzida sob o signo da inverdade está inserida em um discurso, ela tem finalidades para existir como tal. É preciso entender que o discurso é “um jogo, é movimento, tentativa de transformação e mesmo subversão dos sentidos. O sentido de um discurso jamais é o último: a interpretação é infinita. O que faz evoluir um diálogo entre enunciados é essa possibilidade sem fim de sentidos” (Silva, 2021, p. 411).

Com o advento de novas tecnologias, incluindo as redes sociais, o discurso passa por uma revisão simbólica de sua fonte. Quem constrói a narrativa está sob uma proteção de invisibilidade aparente, que o protege do receptor. Não se vê, não se percebe, não se tem a possibilidade de

contestação imediata de sua veracidade. A confiança está sob suspensão, ainda que não seja uma regra. Como já explicado por Bakhtin (2008), acreditamos e damos vida a verdades, desde que elas estejam de acordo com nossas crenças, ideologias e interpretações particulares, como no caso de Nick Brewer, em que tanto o telespectador e o internauta poderiam acreditar não ser tão perfeito conforme apresentado no jantar familiar. De marido perfeito a pai exemplar, o personagem com bela estampa também se torna crível como conquistador. Do mesmo modo, uma senhora prestativa jamais levanta suspeita de falsificar identidades e tentar colocar a culpa em outros quando percebe que pode ser descoberta.

No mundo virtual, falar ou até acusar é mais importante do que comprovar. Quando a personagem Dawn Gleed de *Clickbait* se torna uma *catfish*, ou seja, uma pessoa que se passa por outra no ambiente virtual, ela apenas reforça a prática de que a identidade do seu discurso é baseada numa verdade simulada. Não se sabe quem é Dawn Gleed, mas se sabe o que ela diz.

Esse jogo entre realidade e ficção, construído no mundo virtual, possibilita que a ficção se sobressaia, já que sua contestação é subjugada. A verdade não é construída apenas por um dos lados, já que sua existência está condicionada a uma aceitação do outro. Desse modo, *Clickbait* surpreende não pela reviravolta em mostrar quem é a vítima e quem é o culpado, mas por se utilizar de forma costumeira dessa fórmula bastante usual no gênero policial. A discussão do poder do discurso é válida, já que o espectador tende a acreditar no que se tem à sua frente, é uma premissa do princípio dialógico da linguagem. O ato “compartilhar com o outro” exclui “qualquer possibilidade de abordagem individualista,

pois se instaura na língua como um processo interacional, realizado na enunciação” (Fanti, 2003, p. 98).

Com a finalidade de enriquecer a discussão em foco, também é importante se pensar o contexto midiático no qual estas narrativas se inserem. Por isso, a seguir, nos ateremos a este consumo de novos formatos televisivos.

Narrativas que Contam com e Sobre Tecnologias

Na primeira década do século XXI, muitos anunciaram o fim do aparelho televisivo ao perceberem que a experiência televisiva estava ganhando novas capacidades e se difundindo por telas adicionais (Lotz, 2007, p. 30). Contrariando essas afirmações, a televisão como aparelho televisivo não acabou, ela se transformou e continua se modificando e alterando a forma como o espectador assiste aos produtos televisivos. Como exemplo, tem-se a possibilidade de assistir através do aparelho de televisão a produções audiovisuais em plataformas de *streaming*, que quebram a programação em fluxo (Finger & Souza, 2012, p. 385) do meio de massa e trazem uma nova forma de ver televisão: em arquivo (Caldwell, 1995). De acordo com Amanda Lotz (2007, p. 30), “a televisão pode não estar morrendo, mas mudanças em seu conteúdo e como e onde nós o consumimos complicaram a maneira de pensarmos e entendermos seu papel”.

Como exemplo dessa mudança televisiva, temos o crescimento dos serviços de *streaming*, como a Netflix, a Globoplay, a HBO Max entre outros, que proporcionam o consumo audiovisual não linear e multiplataforma – fidelizando os telespectadores diante de diversas plataformas digitais (*tablet*, celular, notebook). Assim, surgem “novos

espectadores cujo repertório está sendo formado por uma tela conectada, cujos *hyperlinks* apontam para um ambiente multitarefas perante o qual redimensionamos nossa atenção e nossas funções espectatoriais” (Vieira, 2013, p. 9). Para Castells (1999), o novo sistema de comunicação – que lida com a sociedade em rede – passa por mudanças na forma como a mídia lida com o tempo e o espaço, já que “passado, presente e futuro podem ser programados para interagir entre si na mesma mensagem” (Castells, 1999, p. 413), não havendo mais fronteiras espaciais e temporais.

Ao lançar todos os episódios de uma única vez em sua plataforma, a Netflix chamou a atenção do público para o *binge-watching*⁶, sugerindo uma nova prática na recepção e na produção. Enquanto no modelo televisivo tradicional as séries são exibidas semanalmente e contam com os períodos de *hiatus*⁷, o que permite que os roteiristas tenham tempo de alterar algum personagem ou rumo da trama com base nas respostas dos telespectadores; no modelo Netflix, os roteiristas só podem fazer modificações nas temporadas seguintes.

6. O termo se refere à atividade de se assistir a séries de forma imediata, sem interrupção entre um episódio e outro. A prática não está relacionada exclusivamente ao universo audiovisual, sendo associada, por exemplo, também à leitura. A prática da maratona não surgiu com o *streaming* da Netflix, que começou em 2007 nos Estados Unidos e, em 2010, iniciou sua expansão pelo resto do mundo. Muito antes já era registrado no consumo de VHS, alugados e distribuídos ainda nos anos 1980/90. Durante a década de 1970, os canais de televisão começaram a propor maratonas televisivas e até os dias atuais canais como Telecine e HBO disponibilizam dias inteiros de filmes de um mesmo ator ou séries de filmes como *Harry Potter* (2001-2011) em sequência (Barker & Wiatrowski, 2017; Saccomori, 2016).

7. *Hiatus* é o termo em inglês usado no meio televisivo para representar a pausa temporária de um seriado. Geralmente, os *hiatus* são feitos durante as festividades de final de ano (Castellano & Meimaridis, 2018, p. 697).

As novas experiências de consumo de seriados em maratonas propõem uma compreensão macro da narrativa, como foi o caso de *Clickbait*, em que a série com uma temporada com oito episódios, cada um com cerca de 50 minutos, facilita a maratona. Mais novo que o *binge-watching* é a sua forma mais intensa, denominada *binge-racing* (Netflix, 2017), em que os telespectadores disputam para serem os primeiros a consumir uma série assim que é disponibilizada pelo serviço de *streaming*.

Para encorajar o telespectador na continuidade da série, há a criação de ganchos narrativos envolventes ao final de cada episódio, fazendo com que o maratonista queira assistir ao próximo episódio. As plataformas também usam alguns recursos tecnológicos como a reprodução automática de episódios (*post-play*), a possibilidade de pular a abertura e os créditos de séries, e as sugestões feitas, por meio de algoritmos, especialmente para o espectador. Tudo isso, bem como outros dispositivos, leva ao que Saccomori (2016, p. 26) chama de “orgia televisiva”, um ciclo *ad nauseum* de prazer a critério do telespectador e do conteúdo, mas incentivado continuamente pela Netflix e demais empresas. E mais, esta “orgia televisiva” não se encerra na plataforma.

Até bem pouco tempo atrás, as pessoas buscavam indicações de filmes e livros em seu próprio círculo de amizades, o que exigia um encontro pessoal, ou via e-mail, ou por telefone para realizar tal troca. No ambiente online, essas trocas são facilitadas e expandidas a partir das redes sociais, *sites*, *blogs*. É neste contexto que a Netflix oferece seus serviços, começando com a organização do catálogo em categorias, subcategorias, gêneros, todos pautados por um sistema de *tags*, que classificam o conteúdo disponível no catálogo e contém informações como:

ano de produção, prêmios, atores, diretores, roteiristas, se é adaptação de livro. Ao todo são mais de 100 campos usados para especificar esses conteúdos, o que permite também que o usuário faça uma busca mais específica no catálogo com mais chances de achar exatamente o que deseja. Após o mapeamento do perfil dos consumidores, o sistema da Netflix cruza as informações e gera as recomendações personalizadas para cada um dos assinantes.

Percebendo que os aparatos tecnológicos estão cada vez mais pautando as escolhas dos usuários, João Martins Ladeira (2016) levanta a questão da “administração dos afetos” e da produção de cultura por meio da “segmentação radical”:

A partir de mecanismos desempenhando tarefas diversas mediante escolhas executadas como decisões programadas, este software administra simulações impossíveis sem tais técnicas. A sua habilidade de processar atos, então, associa-se a uma questão fundamental para a operacionalização do informacionalismo: a administração destes afetos. Neste cenário, expectativa radical se torna estruturar uma lógica de consumo por demanda, no projeto de, imagina-se delimitar com precisão variados fluxos de desejos, de vontades, de expectativas. No limite, se tornaria possível modular uma sociedade na qual esta flexibilidade desempenharia o papel outrora cumprido pela demanda ordenada através da produção em larga escala. Não mais estruturada através da massificação, se produziria cultura por meio de segmentação radical. (Ladeira, 2016, p. 50)

Já para Shoshana Zuboff (2019), a pressão econômica do capitalismo, a conexão intensa e o monitoramento online permitem que empresas de tecnologia utilizem os dados que usuários fornecem, gratuitamente no ambiente online, como um produto lucrativo. Afinal, todos os dias, o meio virtual é alimentado com informações sobre os

gostos do indivíduo, seus sentimentos, projetos, sonhos, viagens, hábitos, rotina. Ao extrair e refinar esses dados, as empresas conseguem gerar as previsões de comportamento do indivíduo e vendem essas informações para outras empresas ou elas mesmas fazem uso já que com esses dados é possível influenciar o comportamento humano. Não à toa que ao pensar ou desejar uma coisa logo essa mesma aparece como sugestão de compra na internet.

O tráfego de dados online é uma realidade que facilita a tomada de decisão por previsões, mas também gera polêmicas e conflitos. Ao confiar em deixar fotografias, informações, vídeos, contatos, no ambiente online, o indivíduo corre o perigo de ter esses dados roubados e até usados de forma inadvertida, como é o caso do enredo da série *Clickbait*. Lançada em agosto de 2021 na Netflix, a série mostra como Dwan Gleed, uma senhora se sentindo solitária e desinteressante, vê seus ânimos mudarem ao ter facilmente acesso ao computador do novo colega de trabalho, Nick Brewer. De posse dos dados da vida pessoal de Nick, a senhora passa suas noites se divertindo em sites de relacionamento amoroso através de um perfil falso, criado por ela, para o colega.

Como defendem Aubert e Haroche (2013, p. 39), vive-se a sociedade da exibição, em que não basta acompanhar as informações em diferentes telas, é preciso mostrar-se, “ser visto para existir e para contar”:

Os objetos e o mundo inteiro são produtos e só existem em virtude da imagem (cartaz, foto, filme) e da tela que os torna visíveis, se libertando assim das referências tradicionais em que estavam a fala, a escrita, a ação que trabalhavam a realidade e davam sentido à existência. (Aubert & Haroche, 2013, p. 34)

Dessa forma, apenas no último episódio da série é revelado o mistério da trama e o espectador não só conhece a vida, as angústias e os motivos que levaram Glee ao crime, como também acompanha os momentos felizes que ela vivenciou através da narrativa criada. A senhora indefesa, personagem que tinha algumas aparições ao longo da série, o que mostra sua aparente tamanha indiferença até mesmo para a história narrada, ganha vida e passa a existir na trama ao narrar para desconhecidos do mundo virtual uma nova vida, mesmo que falsa, porém sendo “vista para existir” (Aubert & Haroche, 2013, p. 34). Inclusive, será através da descoberta do crime, que os outros personagens vão olhar para ela e fazê-la existir nos cinquenta minutos finais da série.

Como Zeus, o deus da mitologia grega que tem o poder de se transformar em qualquer outro ser, a senhora Glee em *Clickbait* usa do meio virtual, onde é possível esconder a verdadeira identidade, para assumir uma nova história, que segunda ela aparentava ser mais atraente. Conseguindo conquistar algumas mulheres através do perfil criado e usando a foto e dados de Brewer, a personagem não imaginava que decepcionaria uma mulher a tal ponto dela se matar, causando a revolta no irmão da vítima que faria de tudo para encontrar o culpado pelo suicídio da moça, o que culminaria para o desenrolar da trama, cheia de mistérios e confissões.

Em *Clickbait*, todos os personagens têm segredos que são explorados para que o telespectador suspeite de cada um deles. Em cada episódio, o ponto de vista de um dos personagens sobre Nick e seu desaparecimento é apresentado, não sendo fundamental aprofundar cada personagem, mas, sim seu ponto de vista sobre o mistério, revelando

pistas para o telespectador e direcionando-o para novas hipóteses sobre o culpado, conforme é possível conferir abaixo:

Episódio 1: A irmã

Pia Brewer fica desesperada ao ver uma postagem em que o irmão aparece machucado e segurando um cartaz que diz: “Com 5 milhões de visualizações, eu morro”.

Episódio 2: O investigador

Depois de se conectar online com Pia, o detetive Roshan Amiri se vê envolvido no caso do irmão dela, enquanto enfrenta resistência entre os próprios colegas.

Episódio 3: A esposa

Grandes revelações levantam dúvidas sobre o casamento de Sophie e Nick, e a própria Sophie recebe mais notícias atordoantes de uma estranha. Amiri interroga um suspeito.

Episódio 4: A amante

Emma Beesly chega a Oakland para lidar com a perda e ajudar a esclarecer as coisas, mas sua presença só aumenta o mistério com relação à vida secreta de Nick.

Episódio 5: O repórter

O repórter Ben Park fará qualquer coisa por uma grande manchete. Mas, com o caso de Nick, ele logo descobre que suas táticas agressivas podem sair pela culatra.

Episódio 6: O irmão

Com a verdade sobre Sarah Burton revelada, a atenção se volta para o superprotetor Simon. Até que ponto um irmão em luto pode chegar?

Episódio 7: O filho

Ethan Brewer perdeu o pai e muito mais. Enquanto ele luta para limpar a reputação de Nick, acaba encontrando uma amiga online... ou será essa amizade outra coisa?

Episódio 8: A resposta

A polícia e a família Brewer junta as peças do caso, mas resta uma dúvida: quem criou a vida virtual de Nick e acabou com sua vida real?

Apenas no episódio 8, “A resposta”, que o telespectador irá descobrir junto com o detetive da série a verdadeira culpada pelo crime.

Seguindo a tradição do gênero policial, enquanto na fase do romance de enigma, ao final da narrativa, o detetive lógico-dedutivo encantava o leitor com a explicação científica sobre as pistas que o levaram à descoberta do enigma do crime; a partir do romance *noir*, o detetive passa a investigar junto com o espectador e, em diversos casos, ele irá obter as mesmas respostas que o leitor, inclusive, no mesmo tempo que este. Em algumas produções, pode ocorrer de o mistério não ser desvendado e a obra ficar em aberto. Em *Clickbait*, os ganchos narrativos ao final de cada episódio, não só fazem o telespectador desejar continuar assistindo a série, como também justificam as pistas levantadas naquele episódio sobre a culpa em um determinado personagem e apresentam novas pistas sobre um próximo que será trabalhado no episódio seguinte.

De acordo com Vera Figueiredo (2020, p. 207), “narra-se para imprimir sentido ao caos dos acontecimentos, para tentar resolver os enigmas do mundo”, pois o fascínio do crime não estaria na violência do ato criminoso, mas no mistério que o envolve. É esse mistério que vai sendo tecido ao longo dos episódios de *Clickbait* e é solucionado no final. É comum nos romances policiais, a analogia do detetive como *voyeur*, como o que Hitchcock explorou no filme *A janela indiscreta* (Estados Unidos, 1954), pois, o personagem entediado usa a janela do apartamento como forma de lazer e acaba, através da observação, investigando um crime urbano. Em *Clickbait*, Dawn Gleed se entretém a partir de outro tipo de janela, aqui, as telas do computador vão proporcionar para a culpada acompanhar o desenrolar da narrativa criada por ela sobre a vida privada de Nick Brewer, o cotidiano do outro está em risco, diante de uma tela.

É a partir da tela, que também o filho mais velho de Nick vai conhecer uma amiga que, como detetive *voyeur*, irá observar o desenrolar do caso através das múltiplas telas e investigar as minúcias das pistas deixadas no meio virtual. Renato Cordeiro Gomes ([1943-2019] 2012) discute a relação das janelas nos contos “A janela de esquina do meu primo” (1822), de A.T. Hoffmann, e “O homem da multidão” (1840), de Edgar Allan Poe, a partir do ponto de vista contemporâneo, propondo essa analogia com as telas dos computadores:

Ou se quisermos retomar outra associação, poderíamos dizer que a janela de esquina do primo virou um programa de computador, são windows que se abrem sucessiva e simultaneamente, não para a praça do mercado, mas para a cidade virtual, formada por redes voláteis, a que podemos remeter a imagem que nos serviu de ponto de partida. Cada janela pode ser aquele ponto cego, que pode globalizar, numa ilusão de ótica, a totalidade. A janela se abre para outros mercados também voláteis. Janelas/windows que se abrem sobre a superfície chapada do mundo, numa época de globalização, em que todas as janelas são praticamente indiscretas e as ruas totalmente devassadas. (Gomes, 2012, p. 14)

É a partir das telas, que temos as séries audiovisuais, importadas da cultura norte-americana, se tornaram mundialmente consumidas (Balogh, 2002) e trazem duas ideias contraditórias segundo o pesquisador François Jost (2012): o desejo de conhecer o desconhecido, o estrangeiro, ao mesmo tempo que busca encontrar no desconhecido uma familiaridade, uma atualidade e as contradições humanas que integram todo indivíduo, enfim, “os heróis que, como telespectador, chegam à verdade pela imagem do que pelo contato direto” (p. 32). É esse universo familiar que *Clickbait* traz ao trabalhar com as tecnologias presentes na vida diária do indivíduo.

Para Vera Lúcia Follain de Figueiredo (2009), enquanto a narrativa é valorizada por “imprimir sentido à vida e como forma de trabalhar a temporalidade”, existe, ao mesmo tempo, a

preocupação com a narrativização do mundo operada pela mídia, que torna próximo o distante, mas também torna distante o que está próximo, com as inúmeras mediações que se interpõem entre os fatos e as notícias e com o seu jogo interno de remissões de um espetáculo para outro. (Figueiredo, 2009, p. 137)

O pesquisador Marcel Silva (2015) ao pensar a relação entre formas narrativas, os contextos tecnológicos e os modos de consumo, defende que esses são “determinantes para a criação de um ambiente cultural singular, em que as séries de televisão mobilizam instâncias produtoras e receptoras de modo muito intenso no processo de produção de sentido” (p. 130). Entendendo as séries como produtoras de sentido, conforme destacou Silva (2015), *Clickbait* faz um jogo com o telespectador, pois ao mesmo tempo que usa das tecnologias para narrar uma história, também traz em seu enredo os perigos derivados do meio virtual.

Conclusão

O artigo apresentou uma discussão sobre as escolhas narrativas da produção seriada *Clickbait*, da Netflix, para trazer um questionamento acerca da utilização de ferramentas comunicacionais aliadas de aparatos tecnológicos. Num mundo cada vez mais conectado, a facilidade de se comunicar também traz novos dilemas que precisam ser investigados no campo da Comunicação.

Clickbait mostra, a partir de uma narrativa audiovisual ficcional, como a prática do *catfish* e os efeitos do sensacionalismo de vídeos disseminados pelas redes sociais interferem na vida cotidiana e podem impulsionar crimes reais. A proposta aqui foi fazer um apanhado histórico da utilização do gênero policial e sua forte relação com o público para, em seguida, discutir elementos contemporâneos da utilização dessas tecnologias, que afetam diretamente o consumo e as formas de se assistir a narrativas.

O assunto não se esgota por aqui, por se tratar de um tema rico e em constante transformação. Mas entre os apontamentos conclusivos do presente trabalho, pode-se perceber que a ficção se utiliza da realidade para sua construção e relação de imediata fidelidade com o público. Para isso, os novos meios nos quais ela se encontra, como por exemplo as plataformas de *streaming*, também aderem críticas contundentes ao próprio modo como são utilizadas ferramentas que possibilitam criações de identidades no ambiente virtual.

Referências

- Acierno, M. (2012). *A tuttatv! Nuovi modi di guardare: la television al tempo di internet*. Lupetti.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Aubert, N.; Haroche, C. (2013). *Tirantias da visibilidade: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas*. Fasp-Unifesp.

- Bakhtin, M. (2008). *Problemas da poética de Dostoiévski*. Forense Universitária.
- Bakhtin, M. (2010). *Para uma filosofia do ato responsável*. Pedro & João Editores.
- Balogh, A. M. (2002). *O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas*. Editora da USP.
- Caldwell, J. T. (1995). *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television Communication, Media, and Culture*. Rutgers University Press.
- Deleuze, G. (1992). Post-scriptum sobre as sociedades de controle. *Conversações*. Ed. 34.
- Delmazo, C., & Valente, J. C. L. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155-169.
- Dicionário inFormal. (s.d.). Catfish In Di. Recuperado em 2022, julho 21, de <https://www.dicionarioinformal.com.br/catfish/>
- Fanti, M. G. C. D. (2003). A linguagem em Bakhtin: pontos e pespontos. *Veredas - Rev. Est. Ling.*, 7(1 e 2), 95-111.
- Figueiredo, V. L. F. (2009). Encenação da realidade: fim ou apogeu da ficção? *Matrizes*, 3(1).

Figueiredo, V. L. F. (2020). *A ficção equilibrista: narrativa, cotidiano e política*. Relicário Edições/Editora PUC-Rio.

Finger, C., & Souza, F. C. (2012). Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. *Revista Famecos*.

Foucault, M. (1988). *Vigiar e punir: história da violência nas prisões*. Vozes.

Foucault, M. (2015). *O que é um autor?* Passagens.

Ginzburg, C. (1989). *Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história*. Companhia das Letras.

Gomes, R. C. (2012). Janelas indiscretas e ruas devassadas: duas matrizes para a representação da cidade. *Dispositiva*, 1(1).

Ladeira, J. M. (2016). *Imitação do excesso: televisão, streaming e o Brasil*. Folio Digital: Letra e Imagem.

Lotz, A. (2007). *The television will be revolutionized*. University Press.

Netflix. (2017, outubro 17). *Ready set binge more than 8 million viewers binge-race their favorite series*. <https://bit.ly/3casiC9>

Rancière, J. (2013). *A fábula cinematográfica*. Papyrus.

Reimão, S. (2005). *Literatura policial brasileira*. Jorge Zahar.

Silva, M. V. B. (2013). Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Compós*.

Shwartz, V. (2001). O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris fim-de-século. In L. Charney & V. Schwartz (Orgs.), *O cinema e a invenção da vida moderna*. Cosac & Naify.

Zuboff, S. (2019). *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Intrínseca.

ONDE ESTÁ DOMINGOS? ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL DA PROCURA DE MARIA EM LUANDA¹

Bárbara Torisu Lemos²

O cinema funciona como um potencial instrumento para a propagação de valores e ideias que foi percebido pelas indústrias e governos. Edimara Lisboa (2016) ressalta que o Partido Comunista da URSS utilizava o cinema para entreter e educar as massas no regime soviético. A autora destaca que o interesse do estado soviético permitiu o desenvolvimento da escola soviética, que resultou no desenvolvimento de obras de valor artístico e um fazer cinematográfico que se tornaram fundamentos clássicos da teoria do cinema.

-
1. Artigo desenvolvido para conclusão da disciplina “Cinema de mulheres em luta: um olhar sobre os cinemas africanos e latino-americanos da década de 70”. do POSCOM da UFBA.
 2. Mestre em comunicação pelo Prog. de Pós-graduação em Comunicação da Univ. Federal de Juiz de Fora (UFJF). Jornalista. Pesquisadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

O Departamento de Informação e Propaganda do MPLA (Movimento Popular de Libertação de Angola), em Angola, utilizou o cinema para documentar o período de guerrilha, contudo eles não adotaram esse meio como uma forma de propaganda. Os primeiros filmes sobre o país que não seguem uma lógica europeia são os de Sarah Maldoror, em *Monangambé* e *Sambizanga*.

A partir dos meios de comunicação é possível a criação da identificação sobre um determinado povo e não utilizar a lógica dos colonizadores permite a criação de uma identidade própria e uma nova forma de retratar aquela realidade. Segundo Douglas Kellner (2001), os meios de comunicação, como rádio, televisão e cinema, oferecem modelos do que é ser bem sucedido ou não, ser homem e mulher e poderoso ou impotente.

Neste estudo, optamos por fazer a análise de um trecho do filme que representa a busca que Maria faz por Domingos Xavier. Esse momento foi escolhido, pois ele retrata a interação da personagem com a administração portuguesa, que é feita por homens. A partir desse contexto, optamos aplicar a metodologia da Análise da Materialidade Audiovisual para o estudo completo de um produto de audiovisual por meio da imagem, texto, som, tempo e edição, proposta por Iluska Coutinho (2018). Realizamos uma entrevista com o objeto para entender sobre como a interseccionalidade atravessa a obra. Adriana Piscitelli (2018) recorre a Kimberlé Crenshaw para explicar que a interseccionalidade acontece quando a mulher é colocada sob duas ou mais subordinações.

A análise nos permitiu entender que as interseccionalidades presentes em *Sambizanga* são de raça, gênero e classe social. Dessa forma,

destacamos que Maria sempre depende de um homem para conquistar a informação desejada, que é o paradeiro do marido. Na trama, quem detém essa posição de máximo poder é o secretário, de origem portuguesa. Esse trecho é uma forma de exemplificar como a personagem principal é colocada no último lugar da hierarquia social. Além disso, nesse filme podemos entender o processo de independência de Angola a partir da visão de um não europeu.

Angola: uma história de independência

O pacto colonial aplicado pelo colonialismo português foi substituído por uma política com foco no desenvolvimentismo. Adelino Torres (1983) destaca que de 1961 a 1970, o país africano passou por um processo de passagem do antigo pacto colonial para um novo pacto colonial. Dessa forma, Angola passa de fornecedora de matérias-primas de uma colônia de exploração, para a industrialização.

Dessa forma, a economia portuguesa buscava alcançar um novo estágio em que a sua classe seria a responsável por controlar os principais mecanismos do poder, como a economia, tecnologia e o mercado interno. Torres (1983) destaca que o crescimento do país foi registrado entre 1961 e 1974 e foi inserido nessa estratégia portuguesa.

Até a década de 1960, Angola era considerada como um reservatório de matérias-primas e dos produtos de origem primária, sendo que a sua estrutura industrial era quase inexistente. A busca pela independência africana passou a exercer uma pressão sobre o governo da colônia e 1961 foi marcado pela revolta do movimento nacionalista angolano e pelas modificações na acção colonizadora, segundo Torres (1983).

No começo da década de 1970 houve um crescimento da economia angolana e o autor destaca que o período iniciado em 1961 apresentava modificações estruturais. A produção estava diversificada e o sistema bancário expandiu.

Essa dinâmica passava justamente pela industrialização (relativa) de Angola e pela deslocalização para aquela colônia das indústrias portuguesas «subalternas». O mercado único português não era mais do que uma nova redistribuição de funções nas esferas da circulação e da produção dentro de um bloco politicamente dominado. (Torres, 1983, p. 1102)

Além disso, o surgimento do nacionalismo angolano em 1960 criou o movimento de libertação. Para Antônio Carlos Matias da Silva (2018) a queda do Estado Novo de Salazar em Portugal e o crescimento do MFA foi marcado pela institucionalização da democracia e como principais pautas a democratização, desenvolvimento e descolonização.

Silva (2018) ressalta que nos 13 anos de luta contra Portugal (1961 – 1974) três movimentos se destacaram, a FNLA (Frente Nacional de Libertação de Angola), o MPLA (Movimento Popular de Libertação de Angola) e a UNITA (União Nacional para independência Total de Angola). E esses foram os principais movimentos que lutaram contra o colonialismo português para a libertação de Angola. E foram a divergência entre esses grupos que provocou a guerra civil que durou 26 anos (1975-2002).

Patrício Batsíkama (2016) destaca que na sociedade angolana, a mulher possui uma tripla importância, a responsável pela socialização e estabilidade social, agente econômica potencial e de reserva política do espaço comum. Para o autor, as mulheres africanas na luta pela

libertação do continente foram herdeiras sociais do heroísmo feminino e participaram na elaboração de estratégias, segurando armas e na estruturação de uma vida civil para alcançar a libertação do continente entre 1954-1960.

O autor ressalta que a influência dos estudos femininos originados na Europa, entre 1960-1970, não se tratavam de estudos acadêmicos já que as instituições de educação estavam em reestruturação. Sendo assim, Silva (2018) explica que com as guerras e a discriminação da mulher entre os anos de 1972 e 2003, essa discussão foi multiplicada e levada para algumas universidades entre 1972 e 1984. Já entre 1987 e 2003, o ativismo político começa nas instituições de ensino para entender as consequências da guerra.

Silva (2018) propõe entender a mulher angola por três perspectivas dentro da sociedade local. Em primeiro lugar, a mulher é socialmente considerada como a responsável pela primeira educação da criança, a pessoa que apazigua a instabilidade emocional do marido e promove o bem-estar familiar. Além disso, no ambiente social e do clã, a mulher é o centro de estabilidade. Em segundo, como agente econômica, nos relatos dos exploradores, como os católicos, aventureiros e comerciantes, “é a mulher que trabalha, pois os homens são preguiçosos” (Silva, 2018). A produção agrícola era responsabilidade feminina. Em terceiro, como reserva política, as mulheres eram representadas por seus irmãos mais velhos ou mais novos na forma pública, mas elas eram as decisoras.

Sambizanga

Sarah Maldoror nasceu na ilha caribenha de Barbados, em 1920, e é filha de pai oriundo da Ilha de Maria Galante, nas Antilhas

Francesas, e mãe francesa. Maria do Carmo Piçarra (2017), ressalta que a caribenha adotou o nome artístico como uma homenagem a Isidore Ducasse (1846-1870), o autor d'Os cantos de Maldoror (1869).

Em 1956, foi uma das fundadoras do grupo Les Griots, os contadores de história, em Paris. O grupo promovia a Negritude na cidade, por meio de adaptações de obras de Jean-Paul Sartre (1905-1980), Jean Genet (1910-1986) e Aimé Césaire (1913-2008). Maria do Carmo Piçarra (2017) destaca que Sarah Maldoror era próxima de Aimé Césaire e que realizou alguns filmes sobre ele.

Considerada como a matriarca do cinema africano, Sarah Maldoror é a primeira mulher negra a gravar um filme no continente. Segundo Raquel Schefer (2015), a dimensão poética de Maldoror tem a capacidade de exceder a categoria do cinema militante. Sendo assim, Maria do Carmo Piçarra (2017) destaca que a caribenha não demorou para entrar na profissão e foi a primeira a, também, representar a luta de libertação da África lusófona, na ficção, com o filme *Monangambé* (1968).

Em entrevista para Raquel Schefer (2015), Sarah Maldoror ressalta que não tem nada contra o fato de que sejam feitos filmes sobre os africanos. Contudo, ela pensa que eles também precisam de ter um papel ativo na produção sobre a África – eles mesmos – e também sobre os outros. Sendo assim, a cineasta destaca que “um dia, de repente, dei-me conta de que todas as coristas eram negras, enquanto as grandes intérpretes eram brancas. Para nós, negros, sempre foi difícil. Por isso, ter fundado uma companhia como Les Griots foi um passo importante. Hoje em dia, as coisas mudaram substancialmente” (Schefer, 2015, p. 142).

Na mesma entrevista, Sarah Maldoror (2015) destaca que o conhecimento é importante em todas as frentes e ela relata que estudou cinema em Moscou e durante uma visita a uma igreja, ela destaca que Judas tinha um olhar diferente e ficava um pouco à parte na imagem. Ela ressalta que o traidor era muito moreno, trazendo algo de racista nessa representação e que ela nunca imaginaria ouvir falar sobre racismo na União Soviética. Sarah Maldoror destaca que essa foi uma lição importante para pensar em como fazer cinema.

A diretora viveu em Argel e foi companheira de um dos fundadores do Movimento Popular de Libertação de Angola (MPLA). A sua produção recebia o apoio dos movimentos de libertação. Maria do Carmo Piçarra (2017) destaca que Sarah Maldoror nunca deixou que a militância lhe velasse o olhar. Dessa forma, ela mantinha uma visão livre e que recebia desaprovação das pessoas que realizavam uma interpretação a partir da posição marxista-leninista.

Sarah Maldoror não admite, porém, que a sua autoridade artística seja posta em causa. Escolhe, contra a prática corrente, a ficção, como terreno para fazer cinema militante; enaltece o papel da mulher, e do seu processo de consciencialização política, nas lutas pelas independências; recusa que os financiadores do seu cinema determinem como aborda ela este movimento de libertação da África. (Piçarra, 2017, p.19)

Na década de 1970, a partir de adaptações literárias, Sarah Maldoror buscou reconstituir o processo de maturação que levou a tomada de conscientização anti-colonial dos guineenses, até a pegarem em armas. No filme “Des fusils”, a cineasta utilizou elementos

ficcionais que potencializaram os outros mais documentais da lista que estava em curso.

Em “Sambizanga”, Sarah Maldoror tinha como objetivo filmar uma história que ocorreu na década de 1960, quando houve o início da resistência anticolonial em Angola. Esse filme foi uma adaptação da obra de Luandino Vieira³, o romance “A Vida Verdadeira de Domingos Xavier” (1961). A obra do autor baseia-se em um fato real, sobre a prisão e assassinato de um militante anticolonial, que retrata o começo da luta armada em Angola, em 1961. Sarah Maldoror destaca que abordou a história como cineasta por não ser uma historiadora e que além disso, ela gostava do texto.

Esse foi o primeiro filme sobre o MPLA, que segundo a cineasta, ficou muito satisfeito com o resultado. Além disso, a obra foi um sucesso estrangeiro, ganhou diversos prêmios e foi muito relevante para a causa angolana. Como o país ainda estava em processo de um período instável, o filme foi filmado em Congo-Brazzaville, que já era independente. Além disso, a cineasta destaca que se interessou pela prisão de Brazzaville e pelo rio Congo. Dessa forma, “quando faço um filme, os décors são tão importantes quanto o texto. A repérage é sempre um processo longo. Tenho de sentir amor à primeira vista pelos lugares. Quando vi o rio Congo, soube imediatamente que era ali que iria

3. José Luandino Vieira, sob o pseudônimo literário de José Vieira Mateus de Graça, nasceu em Portugal, em 1935. Emigrou para a Angola, em 1938, e ingressou na luta contra a dominação portuguesa que o levou à prisão por dez anos, período em que escreveu a maior parte das suas obras. No ano de 2006, o autor recusou o Prêmio Camões e suas principais obras são “A vida verdadeira de Domingos Xavier” e “Nós, os do Makulusu”. Informações disponíveis em [JOSÉ LUANDINO VIEIRA](#)

filmar. Cinematograficamente, tanto a prisão quanto o rio me pareciam excepcionais” (Schefer, 2015, p. 149).

A demanda do filme surgiu do Mário Pinto de Andrade, o companheiro da Sarah Maldoror, que gostaria de fazer um filme sobre a guerra. A partir disso, ela pediu que lhe ajudasse a encontrar um romance simples e foi nessa oportunidade que ela conheceu “A Vida Verdadeira de Domingos Xavier”. Sarah ressalta que “todos os filmes são políticos. Mas o cinema também é sonho. O cinema sempre me faz sonhar. Há uma dimensão estética que é imprescindível. Os meus filmes são belos políticos. Mostrar alguém que varre e dança ao mesmo tempo é político e estético. É preciso buscar a vertente estética e deformar o uso dos objetos. Só assim fazemos sonhar” (Schefer, 2015, p.151). Dessa forma, a cineasta ressalta que a luta anti colonial mudou o cinema e que filmar a senzala nesse momento não é mais filmar a senzala, mas sim captar as músicas das cadeias e a sinfonia das correntes que representam a dor.

Em Sambizanga, Domingos é membro de um movimento de libertação africano e após alguns acontecimentos, é preso pela polícia secreta portuguesa. Mesmo após diversas torturas, Domingos não trai seus companheiros e acaba morrendo. Contudo, a Maria, esposa de Domingos não sabia que eles havia falecido segue em jornada para tentar descobrir o seu verdadeiro paradeiro.

A Teleficação como Espaço de Discussões Políticas e Interseccionalidade

O entendimento do que é ser mulher passa por uma lógica marcada pela influência do que foi construído ao longo da história. A autora Judith Butler (2018, p. 19) ressalta que “porém, em virtude de a elas

estarem condicionadas, os sujeitos regulados por tais estruturas são formados, definidos e reproduzidos de acordo com a exigência dela”. Para a autora, a estrutura política é o que cria o entendimento sobre o que é ser sujeito a partir das determinações estabelecidas sobre os gêneros.

Percebemos essa passagem quando Sarah Maldoror (2015) destaca que é hora dos africanos fazerem os filmes sobre eles mesmos e sobretudo, sobre os outros povos, da mesma forma que era feito com eles. Maria Rita Kehl (2016) afirma que a feminilidade é construída a partir de uma ideia sobre como as mulheres deveriam ser e agir, de acordo com concepções formadas pelo imaginário masculino – que é o outro. Sarah Maldoror (2015) apresenta que a atriz escolhida para atuar Monangambé e Sambizanga foi criticada por ter uma beleza que se destacava.

Encontrei todos os actores no local de filmagem. A Elisa era muito bonita e agradável, mas como fui criticada pela sua beleza... Quando a heroína de um filme francês ou americano é bonita, não há qualquer problema, mas, se a heroína for africana, não pode ser bela... Tinha encontrado uma mulher de grande sensibilidade e, além disso, bonita. Deveria ter abdicado dela só porque era negra? É claro que não. (Schefer, 2015, p.146)

Adriana Piscitelli (2008) afirma que o final do século XX “marcado pela emergência de categorias que aludem à multiplicidade de diferenciações que, articulando-se a gênero, permeiam o social”, que são categorias de articulação das interseccionalidades. Para a autora, existem categorias – como classe, gênero e raça – que são ferramentas analíticas para entender como as múltiplas diferenças e desigualdades se articulam.

A Adriana Piscitelli (2018) recorre a Kimberlé Crenshaw (2002) para explicar o que é a interseccionalidade, que pode ser vista como diversas avenidas que se cruzam e nos lugares em que ocorre o cruzamento é onde encontramos as mulheres que enfrentam de forma simultânea com essas categorias. A autora ainda ressalta que para Kimberlé Crenshaw (2002), as interseccionalidades são formas de destacar interações de duas ou mais subordinações, como racismo, sexismo e patriarcalismo.

A filósofa, Djamila Ribeiro (2017) afirma que destacar essas pautas da invisibilidade e apresentar um olhar interseccional é necessário para evitar que ocorram análises simplistas. Dessa forma, “a história tem nos mostrado que a invisibilidade mata, o que Foucault chama de deixar viver ou deixar morrer. A reflexão fundamental a ser feita é perceber que, quando pessoas negras estão reivindicando o direito a ter voz, elas estão reivindicando o direito à própria vida” (Ribeiro, 2017, p. 26). A partir da interseccionalidade, existe a possibilidade de interpretação sobre a posição da mulher dentro da sociedade.

Recorremos à autora, Lilia Schwarcz (2019), para entender que todas as sociedades desenvolvem os seus marcadores sociais da diferença, que permitem a criação de estereótipos sociais. A partir disso, podemos entender a origem dos preconceitos, violências e demais discriminações. Para a autora, são as diferenças que tornam o conhecimento mais rico e plural, contudo, elas são utilizadas como marcadores para a produção da separação social;

Os meios de comunicação possuem um papel importante para transmitir temas importantes para a nossa sociedade. Douglas Kellner (2001, p. 09) afirma que “a cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem

nas sociedades tecnocapitalistas contemporâneas, produzindo uma nova forma de cultura global”. Dessa forma, Bárbara Torisu Lemos (2021) ressalta que entender as representações sociais é uma forma de interpretar a sociedade e a forma como ela está sendo organizada em um contexto social. Sarah Maldoror destaca que

quanto ao contexto africano, considero que a aprendizagem é essencial. Antes de ensinarmos as crianças a ler, deveríamos ensinar-lhes a olhar a imagem, a encontrar a palavra através da imagem. Em África, a imagem é mais importante e poderosa do que a escrita, ela conduz à escrita. O cinema é a maior escola do saber, sobretudo em países onde não há escolas suficientes. Na Guiné-Bissau, os bancos das escolas eram troncos de árvores, as mesas eram tábuas e as crianças dividiam o papel e as canetas entre si. Para Amílcar Cabral [1924-1973], o essencial era aprender. A mudança vinha da aprendizagem da leitura. Mas Amílcar Cabral, era um grande homem... (Schefer, 2015, p.147).

O cinema, como uma forma de comunicação, também se torna instrumento para a contar histórias sobre um povo. Jesus Martín-Barbero (1997) afirma que o cinema é um dos responsáveis por fazer as representações e dar imagem e voz para o que cria as identidades nacionais. Sendo assim, “é um cinema que, como assinalamos acima, faz nacionalismo a partir do melodrama: gênero capaz de estruturar qualquer tema ou situação ao mesmo tempo evocando mitos e massificando modos de comportamento” (Martín-Barbero, 1997, p. 267). Sarah Maldoror ainda destaca que

por outro lado, julgo que hoje em dia incumbe ao Estado gerir a cultura. A tomada de consciência por parte do Estado é fundamental para a mudança. O Estado não deve ter medo de ser intrometer na cultura. Em África, o Estado financia muito

pouco o cinema. Não sei de nenhum chefe de Estado africano que tenha interesse pelo cinema actualmente (Maldoror com Schefer, 2015, p.144).

A partir dessas reflexões, compreendemos como os produtos nacionais ou que representam uma determinada sociedade, como Sambizanga, permite transmitir o que é uma sociedade.

Análise de Sambizanga a partir de Todos os seus Elementos

O estudo de produtos audiovisuais é feito a partir da decomposição dos seus elementos, como som, imagem e texto, que configura na descaracterização da percepção do que o espectador terá sobre esse produto. Para realizar a análise do telejornalismo, Iluska Coutinho (2018) propõe a investigação das evidências técnicas, o ceticismo metodológico e o enquadramento da gravação como forma de legitimar o conhecimento produzido pelo telejornalismo.

A autora destaca que a tradução do jornalismo audiovisual para a escrita, que é forma de representar o saber científico, percebemos a necessidade de uma metodologia que contemple o estudo do audiovisual, sobretudo dos telejornalismo em suas múltiplas telas, “No âmbito das investigações realizadas no NJA (Núcleo de Jornalismo e Audiovisual)⁴ às lentes da dramaturgia do telejornalismo se associariam outros efeitos,

4. Grupo de pesquisa que reúne professores, estudantes e pesquisadores da Comunicação. O NJA atua como grupo de pesquisa científica e um espaço de investigação, estudo, experimentação e análise de materiais audiovisuais e outras narrativas jornalísticas. Coordenado pela professora Iluska Coutinho, o Núcleo de Jornalismo e Audiovisual fica na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e é vinculado ao CNPq e CAPES. Informações disponíveis em <https://www.jornalismoaudiovisual.com/>

de imagem, som, experiência e interpretação, acionados conforme os objetivos a desvelar, referências teóricas mobilizadas em cada pesquisa” (Coutinho, 2018, p. 187).

A Análise da Materialidade Audiovisual, segundo Iluska Coutinho (2018) considera processos de difusão que é feito em suportes diferentes de transmissão associados ao telejornalismo ou produtos de audiovisual. Essa metodologia é realizada em cinco etapas. A primeira parte consiste na identificação do objeto audiovisual, quais as promessas e as suas formas de (auto)apresentação que podem ser identificadas pelos enunciados audiovisuais.

A segunda é o desenvolvimento de uma ficha de análise para o mapeamento e estabelecimento dos itens de categoria de avaliação. De acordo com a Iluska Coutinho (2018), esses parâmetros de análises são feitos a partir do referencial teórico. Assim, formulamos eixos de avaliação em que os itens são construídos a partir de perguntas feitas ao objeto de pesquisa.

O terceiro momento é a realização da análise de um pré-teste para identificar a sua capacidade para responder às questões necessárias para a pesquisa. A autora ressalta a importância de verificar se o objeto está disponível para a pesquisa.

A quarta parte consiste na pesquisa documental e obtenção da amostra para a investigação. Além disso, é importante ressaltar que após a seleção do objeto, o pesquisador precisa se preocupar com relação a representatividade do objeto de pesquisa, disponibilidade, pertinência dos objetos, exaustividade, veiculação do material e a periodicidade de produção.

O quinto momento é a montagem de um material que será utilizado para a codificação que agrupa as possíveis respostas ou situações problemas que podem ser antecipados após o pré-teste da ficha de análise. A autora recomenda a (pré)codificação para as amostras de pesquisa que utilizam um grande volume de material;

Para Iluska Coutinho (2018), a Análise da Materialidade Audiovisual é uma forma de apurar os elementos que existem nas pautas e investigações, por isso “os procedimentos de (pré)produção realizados, a análise se assemelha a uma entrevista com o objeto empírico, que em diálogo com as reflexões teórico metodológicas realizadas, deve ser capaz de responder à questão de pesquisa proposta” (Coutinho, 2018, p. 192).

A Análise da Materialidade Audiovisual, segundo Coutinho (2018, p. 187) avalia a unidade “texto + som + imagem + tempo + edição”, assim, ela contempla todos os códigos, elementos e símbolos do audiovisual e sua complexidade. A partir da possibilidade de análise de audiovisual, escolhemos a Análise da Materialidade Audiovisual para este artigo. Dessa forma, poderemos ver a sua aplicação em outros produtos audiovisuais.

Aplicação da Análise da Materialidade Audiovisual em Sambizanga

Para a realização desta pesquisa, optamos por analisar a cena de Sambizanga que está entre os minutos 53:42 a 56:50, na versão disponível no YouTube. Nessa sequência de cenas, Maria chega a um local e pede para falar com o administrador. A escolha dessa cena se deu, pois é um momento em que conseguimos perceber a interseccionalidade de raça, gênero e classe social acontecendo. Dessa forma, seguiremos os

cinco passos da metodologia da Análise da Materialidade Audiovisual para a realização do estudo da cena.

No primeiro momento da análise, investigamos qual a proposta do objeto. Nesse sentido, identificamos que *Sambizanga* é uma adaptação do texto *A vida verdadeira de Domingos Xavier* (1961), de José Luan-dino Vieira. Seu objetivo é representar ficcionalmente uma passagem que foi o estopim da luta pela libertação de Angola, segundo Edimara Lisboa (2016). A autora ressalta que os primeiros filmes afastados da lógica colonizadora europeia são de Sarah Maldoror e refletem elementos artísticos do cinema angolano, “o longa-metragem *Sambizanga* documenta ficcionalmente momentos preliminares e fatos locais que culminaram no início da luta armada contra o Império Português em Angola” (Lisboa, 2016, p. 3).

Na segunda parte, estabelecemos quais são os itens de categoria a serem utilizados nessa pesquisa. Dessa forma, optamos por analisar: (1) como a interseccionalidade acontece no filme e quais marcadores sociais estão presentes, (2) como Maria é impactada nesse contexto e (3) com quem ela se relaciona nessas cenas.

A terceira parte consiste na realização de um pré-teste que nos permite investigar a capacidade do objeto de responder às nossas questões. A partir da sinopse, entrevista da Sarah Maldoror e contexto histórico percebemos que esse objeto permite a investigação sobre a situação da mulher na Angola, no período de luta armada em busca da independência.

A quarta etapa é a pesquisa documental para a realização da investigação. O filme a ser analisado foi publicado no YouTube e está disponível de forma gratuita para ser consumido pelos telespectadores.

A quinta parte consiste na montagem do material que será utilizado para a codificação, para o agrupamento das respostas ou situações-problema após o pré-teste da ficha de avaliação. Iluska Coutinho (2018) afirma que essa etapa é indicada para quando o material tem um grande volume. Dessa forma, optamos não fazer esse compilado, visto que analisaremos apenas uma sequência de cenas.

Para a realização da investigação, optamos por fazer uma ficha de análise em formato de tabela para visualizar as informações. Nesse espaço, agrupamos os dados do filme e as perguntas a serem realizadas para a entrevista do objeto.

Nessa sequência de cenas a ser analisada, Maria chega a um local e pede para falar com o administrador. A personagem veste um lenço na cabeça, utiliza uma blusa branca e um tecido que prende seu filho ao seu corpo. O guarda logo informa que o administrador só vai até lá para resolver assuntos importantes. Maria questiona com quem ela pode falar e o rapaz informa que é o secretário. A personagem agradece e informa que é uma conversa bastante importante e o informante pede que ela se sinta. O enquadramento se abre enquanto Maria se dirige a um banco que fica do lado de fora, o homem entra para o lugar.

Maria se senta na companhia de um garoto magro que está do lado de fora, ela retira o filho do tecido enrolado nas suas costas, que começa a chorar. A personagem balança o filho ninando-o. O enquadramento se fecha enquanto o rapaz retorna e informa que o secretário já está vindo. Maria pergunta “logo quando?” e o rapaz pergunta “você não vê o quão quente está hoje?”. Maria se vira e volta a atenção para o filho. Uma mudança de cenas foca no rosto de Maria e o rapaz, que pergunta se ela mora em Luanda ou Museke.

Logo em seguida, um homem branco, magro de barba e cabelos escuros, que veste uma camisa branca aparece em cena e chama Maria. Em uma sequência, Maria se levanta e vai ao encontro do homem (imagem 1). O homem pergunta se é ela que deseja falar com ele. Em um enquadramento de seu rosto, Maria afirma que sim, que ela foi para lá procurar o seu homem (imagem 2). A cena se mantém focando no rosto de Maria e o secretário pergunta “seu homem?” e Maria fala o nome dele, “Domingos Xavier, que trabalha na obra do Dondo, que prenderam e trouxeram”.

A cena muda para um enquadramento de plano americano, da cintura para cima de Maria, do secretário e do rapaz que trabalha no local. O secretário pergunta “mas quem o prendeu?” e Maria informa que foi na administração da vila do Dondo. O enquadramento retorna para o seu rosto e ela informa que disseram a ele que ele foi levado para Luanda. O secretário pede que ela espere um momento que ele verá. O rapaz se senta, faz algumas perguntas para Maria que se mantém calada e não responde.

Maria se senta e com a chegada do secretário ela torna a levantar. O homem informa que ela se sente e explica que não havia nenhum Domingo lá e que ele procurou. Em enquadramento mais fechado no rosto de Maria, ela responde que falou sim Domingos Xavier e o secretário informa que o único que estava com esse nome era um político. O enquadramento se fecha mais no rosto de Maria, que informa que seu marido não era político e não fazia confusão com ninguém.

O enquadramento muda para o rosto do secretário que informa que ele deve estar no posto de polícia e pergunta se ela sabe onde é. Maria informa que não sabe que é a primeira vez que ela vai a Luanda

em 12 anos. O homem dá um trago em um cigarro, fala que não tem problema, diz que ela pode perguntar a um pedestre qualquer e se levanta. Maria também se levanta e sai.

Tabela 1

Nome do filme:	Sambizanga.
Ano de publicação:	1972
Quais elementos interseccionais perpassam pela cena?	Raça, classe e gênero.
Como Maria é impactada nesse contexto?	Maria fica sem respostas e segue procurando pelo marido.
Com quem ela se relaciona nessas cenas?	Maria se relaciona com quatro pessoas nessa cena. Uma criança, que acompanha Maria, o rapaz que trabalha no local, o secretário e seu filho.

Elaborado pela autora.

Imagem 1

Filme Sambizanga



Projeto Memória - Sindicato dos Padeiros de São Paulo (2020).

Imagem 2

Filme Sambizanga



Projeto Memória - Sindicato dos Padeiros de São Paulo (2020).

Nessa sequência que analisamos, conseguimos perceber a busca que Maria faz atrás de Domingos. Durante a sua busca, ela é indicada a ir de um lugar para o outro em Luanda na procura de uma informação e isso permite que ela converse com diferentes pessoas. Contudo, ao longo dessa narrativa, percebemos a sua dificuldade em encontrar o real paradeiro do seu marido.

O que nos chama a atenção para essa sequência é que Maria sempre precisa se relacionar com os homens para conquistar a resposta sobre o verdadeiro paradeiro de Domingos. No objeto analisado, percebemos que a interseccionalidade presente em cena é de raça, classe e gênero.

No quesito de raça, identificamos que Maria depende da administração portuguesa para conseguir qualquer informação referente ao paradeiro de Domingos. Segundo Edimara Lisboa (2016), Luandino

Vieira esteve em situação parecida ao ser preso em 1959 e sua novela surge como um instrumento de denúncia e combate ao sistema colonial. Como essa organização já pressupõe a dominação de povo sobre o outro, isso reforça a posição do secretário como alguém acima da Maria por ocupar um cargo ligado ao governo e por ter informações que ela não teria acesso.

Com relação a classe, identificamos que as pessoas que se relacionam com Maria possuem uma ocupação diferente da dela. Enquanto o secretário ocupa um cargo na administração da colônia, Maria é uma mulher que reside no interior e é esposa de um trabalhador da construção.

Com relação ao gênero, percebemos que Maria é sempre quem está em posição de desvantagem na narrativa, tanto por ser mulher quanto por ser colonizada. Nessa sequência de cenas, a moça está em minoria em relação aos homens. Dessa forma, ela é a única mulher que se relaciona com outros dois homens (o secretário e o outro que trabalha no local). Os enquadramentos que destacavam os rostos (imagem 2) foram feitos da Maria e do secretário, dando destaque aos personagens que estavam envolvidos em algum passo da história. O outro personagem tem o papel mais de acompanhar os acontecimentos locais.

Nesse contexto, Maria percorre diversos locais de Luanda em busca de seu marido, contudo, a sua pesquisa é em vão. Nos locais visitados, a resposta era sempre a mesma: ninguém saberia o verdadeiro paradeiro de Domingo Xavier. Enquanto Maria espera conversar com o secretário, o outro personagem tenta manter alguma conversa com ela a partir de algumas perguntas. Contudo, Maria sempre o ignora e se mantém cuidando do seu filho. Nesse sentido, destacamos que a personagem tem uma atitude de destaque dentro da sociedade já que

ela busca por seu marido, que é um homem que foi capturado por ser acusado de conspirar contra o governo.

Conclusão

Sambizanga é um filme que nos permite visualizar a situação de Angola no processo de independência do país. Inspirado em um conto sobre essa temática, a obra destaca o papel feminino, de Maria, e a sua trajetória na busca por Domingos, que é um operário e pai de família, que faleceu por causa de violentas torturas.

A partir da análise feita sobre um pequeno trecho da obra, identificamos como Maria perpassa pelas situações de interseccionalidade de raça, gênero e classe. Historicamente, sabemos que as mulheres, sobretudo, as negras ficavam ao final da hierarquia social quando comparamos com as mulheres brancas, homens negros e brancos. Nesse sentido, Sambizanga é um filme que nos permite entender o protagonismo de uma mulher na luta contra o domínio dos portugueses em Angola. Segundo Maria do Carmo Piçarra (2017)

Sarah Maldoror não admite, porém, que a sua autoridade artística seja posta em causa. Escolhe, contra a prática corrente, a ficção, como terreno para fazer cinema militante; enaltece o papel da mulher, e do seu processo de consciencialização política, nas lutas pelas independências; recusa que os financiadores do seu cinema determinem como aborda ela este movimento de libertação da África. (Piçarra, 2017, p.19)

Além disso, percebemos que o enquadramento que destaca o rosto das personagens foi feito quando havia um foco nos personagens relevantes para a trama, como Maria e o secretário. Esse tipo de ação

também ressalta como o homem branco está em uma posição de destaque na trama em relação aos demais. E o fato de Maria só acessar homens, que ocupam uma posição dentro da administração – nos permite entender como as mulheres não haviam espaço dentro da sociedade. Dessa forma, esse meio se torna um veículo que fornece o material para a criação de identidades sobre os indivíduos.

Sambizanga foi um dos primeiros filmes a retratar a luta pela independência de Angola. Como a sua produção foi realizada por uma diretora negra, isso permite percebermos a sua importância ao mostrar um olhar que alguém local possui sobre o processo de separação de Portugal.

Referências

- Batsíkama, P. (2019). A mulher na luta de libertação e na construção do estado-nação em Angola: o Caso de Luzia Inglês Van-Dúnem. *Revista Cantareira*, (25). <https://periodicos.uff.br/cantareira/article/view/27925>
- Coutinho, I. M. da S. (2018) Compreender a estrutura do audiovisual e experimentar o audiovisual - Da dramaturgia do jornalismo à análise da materialidade. En C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Eds.), *Epistemologias do Telejornalismo Brasileiro*. Ed. Insular.
- Kehl, M. R. (2001). *Deslocamentos do feminismo*. Ed. Boitempo.
- Kellner, D. (2001). *A Cultura da Mídia – Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Ed. Edusc.

- Lisboa, E. (2016). A vida verdadeira do Sambizanga em tempos de viragem. *Revista Crioula*, 17.
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Ed UFRJ.
- Piçarra, M. do C. (2017). “Os cantos de Maldoror”: cinema de libertação da “realizadora-romancista”. *Mulemba*, 9, 14-29.
- Piscitelli, A. (2008). Interseccionalidade, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. *Sociedade e Cultura*, 11(2), 263-274.
- Projeto Memória - Sindicato dos Padeiros de São Paulo. (2020, abril 22). *Sambizanga* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sjMDve1kLd4&t=2700s>
- Torres, A. (1983). Pacto colonial e industrialização de Angola (anos 60-70). *Análise Social*, XIX(77-78-79), 1101-1119. <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223465985W6dOR5rt8Jv59IF7.pdf>
- Ribeiro, D. (2017). *O que é: lugar de fala?* Ed, Letramento.
- Schefer, R. (2015). “Sarah Maldoror: o cinema da noite grávida de punhais”. En M. C. Piçarra & J. António (Eds.), *Angola, o nascimento de uma nação* (Vol. III, pp.139-152). Guerra e Paz.
- Schwarcz L. (2019). *Sobre o autoritarismo*. Ed. Companhia das Letras.

Silva, A. C. M. (2018). Angola: história, luta de libertação, independência, guerra civil e suas consequências. *Nearti em Revista*, 18(1).

Torisu Lemos, B. (2021). *A representação de gênero em telenovela: um estudo sobre Elisabeta e as personagens femininas em Orgulho e Paixão. (2019-2021)* [Tesis de maestría, Universidade Federal de Juiz de Fora]. <http://repositorio.ufjf.br:8080/jspui/bitstream/ufjf/12643/1/barbaratorisulemos.pdf>

O SOPRO DO VENTO QUE CHEGA DO SERTÃO: “PANTANAL” MIRA NAS RUÍNAS DA MODERNIDADE E APONTA NECESSIDADE DE FUTURO DECOLONIAL

Aurora Almeida de Miranda Leão¹

Este artigo tem como *corpus* a telenovela *Pantanal*, versão 2022, obra original de Benedito Ruy Barbosa, com texto ressignificado por seu neto Bruno Luperi, realizada e exibida pela TV Globo, de março a outubro de 2022, no horário nobre. No território pantaneiro da diegese são protagonistas o Vêi do Rio (vivido pelo ator Osmar Prado), a moça Juma Marruá (Alanis Guillen), que vira onça, o fazendeiro José Leônicio (Marcos Palmeira), o jovem “flosô” Joventino (Jesuíta Barbosa) e o próprio espaço do sertão, repositório no qual viceja a saudade de um tempo livre da pressa aflitiva da midiaticização deste século XXI, ao

1. Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora. Integrante dos grupos de pesquisa Namídia e Comcime/Ufjf-Cnpq. Bolsista Capes. auroraleao@hotmail.com

mesmo tempo perpetrado pelo avanço da destruição ambiental em curso no país, e onde fluem situações aptas a promover intenso questionamento sobre o cotidiano atual, como apontam tantos estudos.

“As relações da novela com a realidade são as mais instigantes possíveis: se, de um lado, a rubrica do gênero é ficção, de outro, não é menos verdade que o tempo ficcional procura dialogar constantemente com o tempo real do espectador” (Balogh, 2002, p. 186). Vale assinalar que a teledramaturgia, desde o marco de *Beto Rockfeller*², aposta na similaridade com o real para estreitar sua capacidade de promover interação com o público. Nesse sentido, afirma Balan (1997):

O programa de TV proporcionará melhor grau de convencimento se os cenários e iluminações utilizadas proporcionarem ambientes que correspondam à realidade já conhecida pelo cidadão comum”. (Balan, 1997, p. 21)

Adensando mais ainda essa percepção, tangencia-se a construção do “sentido de realidade” (Coca, 2017), produzido a partir do que Barthes (2012) definiu como “efeito de real”, qual seja a noção de realidade própria do senso comum. Para a pesquisadora Adriana Coca,

O “sentido de realidade” vai além da correlação do que vem do senso comum porque “reforça a busca pela fidelidade ao real, ideia dominante que pauta grande parte das produções da teledramaturgia na TV aberta. (Coca, 2017, p. 2)

2. Telenovela escrita por Bráulio Pedroso e exibida pela TV Tupi entre 1968 e 1969, com direção de Lima Duarte, que transformou-se no principal marco definidor da linguagem da Teledramaturgia Brasileira, a partir de uma significativa mudança no modo de elaboração da narrativa.

Constata-se então o quanto esse investimento na fidelização ao real é importante para permitir maior aderência à narrativa, propiciando a inserção de temáticas identitárias em rumo oposto aos padrões hegemônicos e garantindo sua imediata identificação. Isso fortalece a interação, intensificada através do engajamento com a obra por diferentes telas. É como se as pautas trazidas cotidianamente pelo jornalismo tivessem continuidade ininterrupta através das vidas criadas para os personagens ficcionais.

Nesse viés, a realização de *Pantanal* neste 2022 expande sua prospecção porque dialoga com o universo atual do telespectador, constatação que se materializa, por exemplo, através de uma sequência, exibida no capítulo 80, dia 28 de junho, na qual Zé Leôncio sente uma dor no peito e levanta-se da cama, ainda de madrugada, ao mesmo tempo em que o Véio do Rio sente a mesma dor: ambos se dirigem, sem se ver, para olhar a mata e ficam petrificados, tomados por profunda tristeza, e emudecem ante o fogo tomando conta da floresta pantaneira. Porém, a força de suas interpretações, do subtexto e das imagens irmanam-se a do telespectador e a de milhares de defensores da natureza.

A narrativa cruza imagens gravadas para a novela com registros já mostrados pelo telejornalismo, perfazendo um momento de máxima potência dessa interação real-ficcional. Dessa forma, a criação de Barbosa e Luperi agiganta-se, trazendo à tona questões prementes da cotidianidade com forte teor crítico e defesa clara do patrimônio ambiental.

Seguindo nessa trilha, esta análise credita à formulação estética requisito fundamental para a compreensão do mundo (Gumbrecht, 2015) enfatizando o quanto, no Brasil, essa experiência está intrinsecamente

acoplada à produção de teledramaturgia, produto massivo que há mais de sete décadas é o elemento fulcral da indústria televisiva brasileira.

Presença Permanente

A Teledramaturgia é a produção cultural de mais fácil acesso ao consumidor comum brasileiro. Com pelo menos cinco obras exibidas diária e gratuitamente na grade televisiva, as telenovelas fazem parte da vida nacional desde 1951, quando o primeiro título estreou na extinta TV Tupi. De lá até aqui, essa produção só expandiu-se, com aumento no número de realizações e diversidade de opções, sendo a TV Globo a maior produtora do gênero e incontestemente na qualidade de sua teleficção.

Consagradas como um dos mais importantes produtos culturais do país, as telenovelas são ponto forte da programação televisiva desde os anos de 1960. No caminho de sua afirmação, desde seu ingresso até sua presença fixa na grade diária, elas transformaram-se numa narrativa sobre a nação (Lopes, 2010).

Com dados infelizes sobre a situação do analfabetismo, registrados na pesquisa “Todos pela Educação”, divulgada em maio pelo IBGE (Cauti, 2022), a teledramaturgia funciona muitas vezes como única fonte de acesso à informação e conhecimento para a maioria da população, acionando imagens, trazendo experiências e apresentando histórias capazes de acrescentar ao telespectador noções de cidadania e comportamento, assaz relevantes para quem tem cada vez menos fluência ao livro e à leitura. Assim sendo, busca-se indicar o quanto importante são as representações das masculinidades assentes em telenovela na qual o sertão pantaneiro é o cronotopo (Bakhtin, 2010).

Criadas como produto destinado ao público feminino, objetivando entreter as “donas de casa” e mantê-las restritas ao espaço

privado, as telenovelas forjaram um aprendizado emocional significativo para esse estrato da população, conforma aponta Távola (1996). E se *Beto Rockefeller* é o marco inaugural da reviravolta no estilo de criar teledramaturgia, a partir do abasileiramento do falar e modo de agir dos personagens, bem como dos temas abordados, com Janete Clair (1925-1983) consolida-se o estilo brasileiro de criar novela, a partir de comunicação mais direta com os temas vivenciados no cotidiano, inclusos numa realidade de fácil identificação e referências textuais, verbais e imagéticas tipicamente brasileiras.

Foi também a escritora quem quebrou a mística de que somente mulheres assistiam a novelas, sendo pioneira na inserção de pautas masculinas nos folhetins: primeiro a temática das corridas de Fórmula Um (*Véu de noiva*, 1969). Na novela seguinte, *Irmãos coragem*, que estreou em 8 de junho de 1970 e teve 328 capítulos, o protagonismo coube a três personagens masculinos. A trama contava a história de irmãos que desafiam a autoridade de um latifundiário, apostando em cenas de ação aos moldes dos filmes americanos de *bang-bang* mescladas com futebol. O personagem João Coragem (Tarcísio Meira) encarnava uma versão tupiniquim do personagem de Clint Eastwood na trilogia dos dólares, de grande repercussão na época, enquanto Cláudio Marzo fazia um jogador de futebol do Flamengo, chegando mesmo a gravar cenas no estádio do Maracanã lotado.

De lá até aqui, registram-se muitas mudanças e evoluções no modo de contar e realizar teledramaturgia. Nesse contexto, avulta *Pantanal*, afirmando salutar caminho de discussão sobre opressões e silenciamentos que vitimizam homens e mulheres. A partir disso, o recorte escolhido elege situações inclusas no roteiro para buscar resposta

à indagação preliminar. Registrando-se números cada vez mais alarmantes de violência de gênero no Brasil, com aumento de feminicídios como nunca antes, a inserção dessa temática em obra de tanta aceitação popular cumpre importante papel social.

Segue-se metodologia híbrida, unindo a Análise Fílmica (Vanoye & Goliot-Lété, 2002) à Análise Crítica da Narrativa (Motta, 2013). Segundo a proposta de Vanoye e Goliot-Lété, não é necessário ver a obra inteira para se perceber o que seus criadores pretendem dizer. Assim, escolhemos apenas algumas cenas e sequências, observando-as pela trilha dos personagens, estratégias e metanarrativa, para chegar às conclusões aqui elencadas.

O desenvolvimento mostra como as opressões ditadas pelo patriarcado se entrecruzam e trabalham em paralelo, fragilizando homens e mulheres de todos os gêneros, classes sociais e faixas etárias. Para essa percepção, colaboram composições verbais e imagéticas indicadoras do quanto o interior do país ainda é um dado desconhecido da maioria e do quanto está entranhada no imaginário nacional a corporatura de um modelo colonial, segregador e capitalista que oprime e impõe silêncio.

Memória e “Lugar de Refúgio”

Introduzir o espaço sertanejo do pantanal no horário nobre da televisão aberta, bem como problematizar a estrutura colonial ainda em vigor, afirma-se configuração alentadora da diegese de *Pantanal*, sobretudo neste momento no qual a sociedade brasileira enfrenta diariamente um ataque incisivo sobre seus alicerces democráticos e atravessa fase por demais sombria de degradação ambiental, no sertão como na urbanidade.

Entende-se a região pantaneira funcionando na narrativa televisual, ao mesmo tempo, como “lugar de refúgio” (Gumbrecht, 2015), encantadora com sua temporalidade oposta à agitação das grandes cidades, sua natureza exuberante e sua “aura” (Benjamin, 2018), ainda que a autoria também aponte a degradação ambiental sofrida pela região. Escolhem-se algumas cenas e sequências da teleficção, nas quais ganha relevo e força protagonista a sertanidade³ de Mato Grosso do Sul, bem como é celebrado o respeito ao meio ambiente, e outras nas quais avultam as disparidades sociais em vigor. Nesse viés, a truculência sobre a mulher é realçada, através da misoginia e da cultura do estupro, afirmadoras dos grilhões da estrutura colonial, esteio do patriarcado, confrontado a partir das noções de violência simbólica (Bourdieu, 1999), machismo invisível (Castañeda, 2019) e masculinidade tóxica (Bola, 2020; Muszkat, 2018; Trevisan, 2021).

Partilhamos do entendimento de que é preciso “deslegitimar a violência contra a mulher” (Muszkat, 2018), procurando demonstrar como roteiro e direção trabalham conjuntamente para instigar reflexão nessa seara, identificando sinais evidenciadores do que o educador congolês JJ Bola (2020) chama de “masculinidade tóxica-”, os quais perpassam toda a diegese.

A história criada por Benedito Ruy Barbosa assinala a preponderância do mando masculino no espaço sertanejo, ou seja, os homens comandam o cotidiano naquele território. Por conta disso, o cronotopo (Bakhtin, 2010) tem forte expressão machista, quer seja no linguajar trivial, na configuração familiar, na submissão feminina,

3. Conceito referente à identidade dos sertanejos, sentimento de pertença a uma natureza sertaneja, rural (Almeida, 2008, p. 39).

quer na compleição das esferas de poder. Isso aparece não apenas nas contracenias mas através dos enquadramentos. A personagem Maria Bruaca, por exemplo, é quase sempre mostrada de costas para sublinhar a irrelevância a que a esposa do latifundiário é submetida.

Cabe ressaltar o que disse o ator Murilo Benício no lançamento da novela: “Pessoas como o Tenório ainda existem aos montes. As coisas que ele faz para alcançar seus objetivos são irreais. Diria que ele é um cara com valores completamente deturpados, de um caráter que muda conforme a situação. Acho que vai ser uma boa forma de espelho para uma parcela de pessoas que não conseguiram evoluir deste lugar⁴”. E foi mesmo: o personagem vilão provocou muitas reflexões e serviu para dimensionar o tamanho da opressão sofrida por Bruaca. Havia também mulheres de personalidade ativa, como Juma (Alanis Guillen) e Guta (Julia Dalavia), além de alguns homens destoando da condução heteronormativa⁵, incorporada pelo senso comum como traço identitário natural.

Embora toda criação da teledramaturgia tenha muito forte o incurso (Távola, 1996), curso da comunicação pelo qual despontam o aspecto ideológico e o mitológico da obra – e é nesse ponto que inclui-se a clássica personagem da Cinderela -, em *Pantanal* esse mito tão constante das narrativas televisuais canônicas não aparece em sua configuração tradicional. As mulheres que poderiam ocupar esse lugar são justamente Juma Marruá e Guta, e as duas nada tem do consagrado mito: Juma é mulher arrisca, avessa à sociabilidade, chegando a virar

-
4. Confira matéria “‘Pantanal’: Murilo Benício explica Tenório e não teme ser cancelado por personagem machista”. Disponível em Lessa e Domingues (2022)
 5. Refere-se a uma imposição social para ser ou se comportar conforme os papéis prescritos pelas normas sociais para homens e mulheres. Ver em Miranda (2021)

onça para defender-se do mal que enxerga nos homens, e Guta é o oposto do que simboliza a mítica princesa dos contos de fada. Com figurino despojado, é feminista, está sempre pondo em xeque os ditames do pai, de mentalidade colonial, não quer casar-se e ainda vive um quase incesto até descobrir que o suposto irmão não tem seu mesmo sangue.

Imagem 1

A riqueza imagética do pantanal enriquece a teleficção



Pantanal (2022).

Destaca-se ainda a observação acerca de dois dos mitos mais recorrentes na comunicação de massas – livros, fotonovelas, desenho animado, quadrinhos, filmes -, a mocinha ingênua à espera de um príncipe encantado e o herói salvador, símbolo dos alicerces patriarcais, os quais não integram o rol de seres fictícios de *Pantanal*. Juma ganha protagonismo e tem grande empatia popular justamente por ser mulher aguerrida, amedrontadora até mesmo para os homens, a viver solitária numa tapera após perder os pais ainda criança, cuja força é extraída da natureza. Joventino (Jesuíta Babosa), o herdeiro caçula do pecuarista

mais conhecido e mais querido da região pantaneira, nada tem do perfil de herói consagrado como modelo de tantas narrativas melodramáticas. Ao contrário, é ele quem vem trazer os ventos da mudança para os habitantes do sertão pantaneiro. Assim, segundo a perspectiva de gênero (Scott, 1989), a construção narrativa já começa propondo rachaduras sobre o ideário machista prevalente no sertão, seja o real ou o da ficção.

Esse aspecto crucial do roteiro assegura uma saudável desafinação na tradicional estrutura patriarcal da família brasileira. Por ele inserem-se as ressignificações, as transversalidades, as intertextualidades, as transposições, as transfigurações e as sugestões de mudança paradigmática na configuração secular pensada para o espaço rural. É clara a intenção de suscitar raciocínios sobre modelos desgastados de composição familiar e instigar o debate sobre identidades sociais.

A eloquência do discurso televisual – texto, imagem, fotografia, interpretação, sonoridade – reforça o viés de construção das identidades, algo adquirido no contexto sociocultural, logo, evidencia-se que padrões identitários não são fruto da genética e, portanto, podem ser repensados, desconstruídos e ressignificados, como bem afirma Maria Geralda de Almeida (2008):

Toda identidade é uma construção social que se serve de conhecimentos provindos de instituições, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e de religião. Porém, homens, grupos sociais e sociedade reorganizam seu significado em função de projetos culturais enraizados e sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço. (Almeida, 2008, p. 40).

Outrossim, a obra investigada agrega pautas pujantes da atualidade, nas quais estão envolvidos patriarcado, misoginia, opressão, grilagem de terras, ancestralidade, respeito à natureza e violência de gênero, pilares da construção discursiva. É a ideia de que determinações biológicas respondem pelo comportamento de mulheres e homens que a narrativa põe em xeque com primazia.

Questão de Gênero

As constantes ameaças e violências contra os corpos, bem como a liberdade de assumir novas posturas relativas à sexualidade, fazem da temática de gênero pauta recorrente. Entendido como construção social, o gênero é uma imposição normativa sobre os corpos, tentativa infeliz de colocar todo mundo num mesmo padrão, tornando as diferenças biológicas um dado político de categorização. Isso provoca diversas formas de violência, como o acirramento das opressões, gerando aumento recorde de violência, com registros constantes de mulheres agredidas e violentadas, seja com assédio moral, abuso sexual, estupro ou morte por motivo banal, em todas as faixas etárias e classes sociais.

Em contrapartida, eclodiu uma avalanche de combate a essa situação espúria e foram criadas leis de proteção à mulher, como a Lei Maria da Penha e o crime de feminicídio, por exemplo. Nessa corrente, somaram-se pautas relativas ao racismo, aos povos originários e a comunidade LGBTQIAPN+, gerando também legislação para proteger esses enormes contingentes humanos, politicamente negligenciados e tidos até então como minoritários. Assim, a questão das identidades de gênero estando hoje em todos os espaços de discussão, não poderia

ficar à margem dos discursos da mais popular produção ficcional do país, estando imbricada de modo intenso nas narrativas da teleficção.

O favoritismo dos varões no mundo, ao longo dos séculos, era inquestionável. Ainda bem, um breve retorno à história faz conhecer saudáveis mudanças absorvidas ao passar das épocas. Assim, o mundo vive hoje um tempo no qual o gênero tornou-se questão incontornável⁶ (Martins, 2022), conforme atestam diversos estudos e pesquisas acadêmicas. Há alguns anos, por exemplo, a psicóloga mexicana Marina Castañeda (2019) lançou *El machismo invisible*, fruto de percepções e aprendizado em décadas como terapeuta. Segundo ela, o machismo é fruto de crenças profundas, tão arraigadas que resultam praticamente invisíveis.

A experiência da autora permitiu estudar os imensos problemas criados pelo machismo, tais como as barreiras na comunicação, as expectativas cruzadas, os papéis sociais que aprisionam homens e mulheres por igual. Uma de suas afirmações lapidares nos guia neste estudo: “*El machismo empobrece a unos y otras por igual, y se convierte en un juego interpersonal en el cual nadie gana y todos pierden*”. (Castañeda, 2019, p. 34). Por sua vez, Malvina Muszkat (2018) afirma:

O conhecimento não é uma explicação definitiva da realidade. Num momento em que o cenário social reivindica espaço para as diversidades sexuais e se organiza uma nova ordem simbólica, torna-se imprescindível avaliar a pertinência de uma teoria que utiliza o falo como principal e único organizador social. Desse ponto de vista, eu não consideraria a situação atual simplesmente uma crise das masculinidades, mas a crise de uma crença que

6. Ver matéria “Joyce Martins: ‘O ingresso de mulheres e negros na política pode ser transgressor’”. Disponível em Lima et al. (2022).

durante séculos dominou a construção de nossa subjetividade. (Muszkat, 2018, p. 47).

Unindo as palavras da escritora mexicana às da terapeuta paulista, acreditamos possível inferir: o machismo é potência polissêmica entranhada no enredo da telenovela e a construção ficcional trabalha no sentido de fazer repensar o paradigma hegemônico de masculinidade. Na obra como na vida, esse comportamento está de tal modo naturalizado que muitas vezes nem o identificamos, daí o porquê da expressão “machismo invisível”. Mesmo ali, no longínquo sertão mato-grossense da teleficção, a subjetividade é atributo menosprezado, enquanto o “vírus” da opressão, da insensatez e da agressividade, existe e faz sofrendores. E, ao longo da diegese, os subterfúgios do invisível machismo e da truculência colonial se farão presentes.

Como existem criadores (e não algoritmos) do outro lado da telinha, há uma arquitetura de cenas e urdiduras dramáticas atuando na contramão do mofado discurso heteronormativo, moribundo que alguns órfãos do enxurro falocêntrico insistem em carregar como troféu⁷. Isso pode ser uma explicação para o enorme êxito da telenovela, cuja personagem “Maria Bruaca”, vivida com brilhantismo pela atriz Isabel Teixeira, atingiu o ápice da preferência do telespectador, arrebatando a audiência, cativando milhares em todo o país, figurando nas capas das principais revistas e participando de diversas entrevistas nos mais diferentes espaços, além de provocar notória empatia com grandioso contingente de mulheres, de todas as classes sociais e faixas

7. Ver matéria “Para especialistas, mulheres ainda são vistas como propriedades”. Disponível em Benevides (2014)

etárias. Ou seja, a secular formação machista está em declínio e o discurso de *Pantanal* enxertou na novela traços cruciais afirmadores da necessidade de um novo quadro social.

Imagem 2

Panorâmica de uma das cenas da primeira fase de Pantanal (2022)



Incluindo na diegese temáticas pujantes no contexto social, tais como degradação do meio ambiente, machismo, patriarcado, agronegócio, liberação da mulher e violência simbólica, PANTANAL é uma clara defesa do Patrimônio Ambiental do Brasil e aponta fissuras da Modernidade, tais como a violência contra a mulher, o racismo e a masculinidade tóxica.

Nota. Quadro criado pela autora e adaptado de Pantanal (2022).

A novela chega ao paroxismo ao desvelar a profundidade do mal encravada no personagem Tenório (Murilo Benício) quando este, após ruminar por meses a fio a morte e uma vingança abjeta contra o peão por quem Bruaca se apaixona. O grileiro, dono de terras improdutivas, arma toda uma trama nefasta para aniquilar com o homem por quem sua esposa o trocou: pega os dois juntos na cama, aponta uma arma e avisa a Alcides que vai se vingar da forma que merece impingir a quem

roubou “uma coisa” sua dizendo: “Você vai me pagar com sangue: é assim que se paga um crime contra a honra”.

Figura 3

Chamada “Bruaca” pelo marido carrasco, Maria finalmente se liberta



Pantanal (2022).

A sequência, exibida no capítulo 157 de segunda-feira, 26 de setembro, levou 5 horas para ser gravada⁸, é primorosamente realizada e interpretada com a densidade exigida para momento tão cruel: o ato criminoso é propositalmente iluminado para que não se possa distingui-lo, mas a sonoridade, os rostos do algoz e sua vítima, a aflição de Maria do lado de fora da choupana onde o crime é perpetrado, irrigam com notável eloquência um discurso lapidar, pelo qual a truculência patriarcal dilata seu domínio, mergulhando em traços da crueldade intrínseca aos mandatários da colonialidade. Para estes, o sertão sempre foi traduzido como a terra em que “Manda quem pode e obedece

8. Ver matéria “Estupro de Tenório contra Alcides em Pantanal demorou cinco horas para ser gravado: ‘Esgotamento total’”. Disponível em Rodruigues(2022).

quem tem juízo”, na qual o crime de honra é aceito e até incentivado. Era assim no Brasil Colônia e permanece assim no desejo e no imaginário de tantos famigerados coronéis e “barões da truculência”⁹ que insistem em perseverar no caminho torpe da vilania, da opressão contra a mulher, da estupidez contra os mais fracos, todos eles simbolizados na figura odienta do latifundiário Tenório, brilhantemente interpretado pelo ator Murilo Benício.

O personagem simboliza à perfeição o arsenal nefasto de vilanias vigente em qualquer estrutura ditatorial de poder, que tem na tentativa de domínio sobre os corpos sua radiografia mais pujante, e representa toda a arquitetura fascistoide enraizada em frações robustas do tecido social desde a eleição de 2018, das zonas rurais mais afastadas da urbanidade aos nichos periféricos de toda grande capital do país. Além do mais, o coronel grileiro, corrupto, assassino e latifundiário improdutivo do sertão pantaneiro personifica com primazia esse tipo que pensa-se enterrado mas que a teleficção contribui para mostrar o quanto ainda vive, atuante e fazendo estragos nos mais diversos rincões do país, o que é constantemente confirmado pelo noticiário através do espantoso e aviltante aumento da violência contra mulheres e a comunidade LGBTQUIAPN+ no país desde então.

No próximo tópico, veremos cenas nas quais o machismo é proeminente e avultam as feridas da modernidade, dentre elas a masculinidade tóxica.

9. Alusão à gíria, muito comum nas periferias de Fortaleza, e que acabou virando música com o título de “Barões da pisadinha”, que desde a pandemia de covid-19 tem feito muito sucesso nas redes sociais.

Machismo e Homofobia

Há um tipo de machismo que corrói por baixo das aparências, como indica Castañeda (2019), com atitudes aparentemente ‘inofensivas’ - tão triviais que por vezes é difícil notá-lo. Bastas vezes, as próprias vítimas assumem o discurso e o ideário opressor sem se dar conta.

Cabe ainda lembrar que todo texto é tributário de outro, ou seja: um discurso é formado por fragmentos de discursos que estão imbricados em outros, os chamados interdiscursos, “aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos de memória discursiva” (Orlandi, 2012, p. 31). Portanto, o discurso de uma narrativa sempre tem uma filiação, arrasta em seu bojo uma teia de outros que o antecederam ou o inspiraram, ainda que isso não seja percebido de imediato, porém, se analisado com perspicácia, é possível desvelar imaginários ali recônditos.

Pantanal é um exemplo muito claro disso: originalmente realizada e exibida em 1990 na extinta TV Manchete, chegou a 2022 mantendo sua essência autoral e o roteiro original, no qual foram acrescentadas relevantes mudanças relativas ao contexto atual. A qualidade da realização e seu discurso, funcionando quase como espelho social, ganhou validação através da acentuada audiência, em todas as faixas etárias e classes sociais, incluindo questões e pautas ausentes da versão primeira, obviamente porque nem sequer estavam em evidência no cotidiano do país. Nesse sentido, o capítulo final foi lindamente grandiloquente, revestindo-se num autêntico libelo contra a misoginia, a homofobia, o patriarcado e a opressão às mulheres.

Pontilhada de cenas e sequências memoráveis, a novela marca com altivez o ano no qual é preciso lutar diariamente para se manter as

conquistas advindas com o fim da ditadura, em 1985. De lá até aqui, vive-se um momento inesperado de ataque contumaz às instituições democráticas e às muitas conquistas sociais alcançadas ao longo de tantas décadas. Está em risco, como nunca antes, a manutenção do estado democrático de direito, e a teledramaturgia dá sua importante contribuição recolocando o espaço rural novamente no epicentro dessa peleja, sublinhando as disparidades sociais vigentes no país. Nesse sentido, vale relembrar o que observaram Beatriz Becker e Arlindo Machado em 2008:

No mesmo mês em que Pantanal estava estreando, o presidente Fernando Collor meteu a mão nas cadernetas de poupança de toda a população do país, deixando todos os brasileiros literalmente pobres da noite para o dia. [...] Não foi, portanto, apenas um dinheiro que Collor tirou das mãos dos brasileiros, mas também todos os seus sonhos relacionados com as ideias de liberdade e modernidade, de pertencimento ao mundo urbano, de felicidade através do consumo, de todos esses valores que a Rede Globo celebrava nas suas telenovelas e que a publicidade vendia nos intervalos. Pantanal surge justamente nesse momento em que os brasileiros ficaram sem as suas economias e as suas aspirações, escoadas pelo ralo. (Becker & Machado, 2008, pp. 1-2).

Para esta análise, escolhemos as seguintes situações e sequências: Dona Mariana (Selma Egrei) questiona Tenório e revela fala trivial de “machismo invisível”; a festa para saudar a chegada de Joventino à fazenda do pai, Zé Leôncio; a homofobia contra Zaquieu; e o ódio de Tenório contra Bruaca e Alcides. São situações que mostram a opressão do mais forte sobre o mais fraco ou do que tem mais poder sobre o outro, com composições imagéticas que descontroem ou fazem clara inversão nas questões do machismo estrutural que está no subtexto da narrativa.

Para analisá-las, soa oportuno lembrar as palavras de Martine Joly (2002): “Aquilo que se compreende nunca está concreta e totalmente na imagem, mas sim deduzido, associado, imaginado a partir do conteúdo estético (no sentido lato do termo) da imagem”. (Joly, 2002, p. 242). E é nesse ponto, nesse aspecto do que é deduzido, associado, imaginado, que avultam os imaginários, conforme indica Silva (2010), para quem “o pesquisador é um cronista do imaginário” (Silva, 2010, p. 15).

Cena do capítulo 85, exibida em 04 de julho de 2022, quando Tenório vai à fazenda de Leôncio para tratar de assuntos de negócios. Lá conversa com Leôncio e sua sogra Mariana e conta dos três filhos que tem com outra mulher, em São Paulo. Sua fala tenta claramente vangloriar-se, porém ele é logo confrontado com a reprovação da vó de Jove, que pergunta aos dois como reagiriam se a situação de ter dois parceiros fosse com uma mulher. Caso típico de “machismo invisível” (Castañeda, 2019), muito bem inserido na diegese. A cena vai de 32:15 a 33:32.

Neste mesmo capítulo, há ainda uma sequência memorável: aos 36m do mesmo capítulo, Mariana lê uma carta de Zaquieu para Irma, Leôncio e Filó. Aos 37:03, há uma fusão entre a carta que está sendo lida e a própria imagem de Zaquieu falando de dentro da chalana; volta para Mariana na sala da fazenda e segue até 39:36, voltando ao desabafo do agredido. A fala de Mariana é respondida por Leôncio como se fosse um mal-entendido ou um caso de “frescura” de Zaquieu. Ela responde chateada, perplexa e enfaticamente: “Frescura? Isso é crime, José Leôncio”. Filó intervém e diz “Mas também não é pra tanto”. Ao que Irma completa: “É crime sim, previsto em lei: isso é crime de homofobia!” Aos 39’38” corta para Zaquieu na chalana. O chalaneiro

(Almir Satter) pergunta o que houve, e o funcionário de Mariana conta quase chorando: “O mesmo que fizeram comigo a vida toda”. É um momento forte, com um texto vigoroso de combate à homofobia e a defesa do necessário respeito à diversidade e à trilha de gênero seguida por cada um. Um capítulo antológico, que merece ser visto, revisto e analisado, pois serve para provocar diversas reflexões sobre pauta tão importante e recorrente como o respeito aos direitos humanos.

A cena da chegada de Jove ao sertão pantaneiro ganha todo o capítulo do dia 18 de abril e revela o desapontamento do pai com o modo de ser do herdeiro, ao mesmo tempo em que também fica negativamente impactado o filho, nascido no pantanal mas criado no Rio de Janeiro. Leôncio faz um grande churrasco e convida toda a vizinhança para ir conhecer o rapaz, e, além de um certo estranhamento com o figurino do jovem, o choque primeiro acontece quando ele pede a um peão para trazer o cavalo mais bonito para o filho e este responde que não sabe montar.

A surpresa e decepção do pecuarista é imediata e, a partir disso, vários momentos do discurso televisual vão colocar em xeque os padrões de masculinidade vigentes. Jove chega a ser chamado de “flosô” pelo peão Alcides, então funcionário na fazenda de Tenório, que chega a agredir o rapaz na tentativa de provocar uma reação agressiva tipicamente machista, entretanto Jove reage com educação e elegância, já mostrando claramente que as armadilhas do padrão heteronormativo serão questionadas intensamente. A outra sequência – que destaca Alcides, Bruaca e Tenório – foi comentada anteriormente.

Considerações Finais

Considera-se de suma relevância inserir em telenovela de tanto respaldo popular pautas questionadoras da estrutura patriarcal e do modelo colonialista de civilização, tais como a conscientização da condição de oprimida e o consequente empoderamento de Maria Bruaca (Isabel Teixeira) - reforçado pelo apoio recebido da filha Guta, e do casal Filó (Dira Paes) e Leôncio (Marcos Palmeira) - como exemplo de mulher que acorda para a vida de silenciamento e desrespeito que vivia ao lado do marido; o machismo exibido como mal que atinge o feminino e o masculino, aprisionando os homens numa teia de extrema violência, nociva a todos os gêneros e, sobretudo, a eles mesmos.

São questões que dialogam com o que a população brasileira vem sofrendo, intensificado pelo período de isolamento imposto pela pandemia e tangenciando a agenda dos grupos sociais unidos em defesa da democracia. Sendo assim, não é exagero afirmar que *Pantanal* foi exibida num momento político do país extremamente difícil, sinalizando a possibilidade de novos tempos, os quais podem vir, divergindo integralmente da perspectiva reacionária e negacionista em curso.

Ademais, se essas questões são expressas através de um elenco no qual atuam Osmar Prado, Marcos Palmeira, Murilo Benício, Irandhir Santos e Jesuíta Barbosa, além da bela e visceral Alanis Guillen -, amparado por uma direção de escol e a fotografia do mestre Walter Carvalho, todos eles trafegando em sentido oposto ao desmonte do patrimônio nacional e dos valores civilizatórios que entraram em declínio desde 2018, a novela é um marco na demarcação da teledramaturgia como espaço de discussão política e reivindicações sociais.

Ainda assim, é mister lembrar o quanto é significativo a aprovação do abjeto comportamento de Tenório, sendo ele típico representante do agronegócio corrosivo e da grilagem de terras, símbolo máximo do patriarcado, estrutura arbitrária que impõe a dominância de um gênero sobre o outro (Bola, 2020). E a novela mais uma vez demarcou sua postura de contestação, acirrando os traços deletérios da conduta do latifundiário improdutivo através de duas mulheres, protagonicas nesse embate: a ex-esposa e a filha, constantemente indicando o quanto o masculino tirano por ele representado está com os dias contados.

Sendo a obra produzida para a TV aberta, em ano eleitoral, cercado de disputas, intolerâncias e rivalidades em nível nunca antes registrado, parece ainda mais instigante a inclusão de temáticas tão urgentes na conformação social brasileira em narrativa de alcance massivo como a telenovela, exibida numa programação acessível a milhões de lares do país, diariamente. Isso, por si só, já faz de *Pantanal* marco que assinala postura clara da obra em defesa das liberdades democráticas e da pluralidade identitária.

Ao instigar a percepção de novos sentidos para padrões arcaicos e de convocar a atenção para diferentes protagonismos de gênero, a autoria de *Pantanal* contribui para lançar inovadores olhares para arquiteturas corroídas que há muito estão a erodir, uma vez que o avançar da história e o renovar-se das temporalidades já demonstraram que carecem de trocar suas velhas roupas surradas e seus ultrapassados ternos de linho branco. Cabe ao telespectador o desafio de aderir à saudável proposta de reflexão sobre formas outras de possibilidades de existência do feminino e de perpetuação do humano.

Referências

- Almeida, M. G. de. (2021). Sertão, Identidades e representações no centro-oeste. *Observatório Itaú Cultural*. https://portal-assets.icnetworks.org/uploads/attachment/file/100103/02-Maria_Geralda_de_Almeida.pdf
- Bakhtin, M. (2010). *Estética da criação verbal*. Editora WMF Martins.
- Balan, W.C. (1997). *A iluminação em programas de TV: arte e técnica em harmonia. Bauru, 1997* [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual Paulista - UNESP].
- Balogh, A.M. (2002). *O discurso ficcional na TV: sedução e sonhos em doses homeopáticas*. EdUSP.
- Barthes, R. (2012). *O óbvio e o obtuso*. Edições 70.
- Becker, B., & Machado, A. (2008). *Pantanal: a reinvenção da telenovela* [Trabalho apresentado]. XXXI Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, RN, Brasil.
- Benevides, C. (2014, março 28). Para especialistas, mulheres ainda são vistas como propriedades. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/brasil/para-especialistas-mulheres-ainda-sao-vistas-como-propriedades-12014705>
- Bola, J. J. (2020). *Seja homem: a masculinidade desmascarada*. Dublinense.

Bourdieu, P. (1999). *A dominação masculina*. Bertrand Brasil.

Castañeda, M. (2019). *El machismo invisible*. Debolsillo.

Cauti, C. (2022, maio 09). Ver matéria “40,8% das crianças brasileiras não foram alfabetizadas, mostra pesquisa”. *Exame*. <https://exame.com/brasil/pesquisa-jovens-brasileiros-alfabetizados>

Coca, A. P. (2017). *Processos de telerrecriação na ficção seriada da TV aberta brasileira: uma cartografia das rupturas de sentidos na obra de Luiz Fernando Carvalho* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].

Gumbrecht, H. U. (2015). *Nosso amplo presente: O tempo e a cultura contemporânea*. Editora UNESP.

Joly, M. (2002). *A imagem e a sua interpretação*. Edições 70.

Lessa, J., & Domingues, R. (2022, março 23). ‘Pantanal’: Murilo Benício explica Tenório e não teme ser cancelado por personagem machista. *Gshow*. <https://gshow.globo.com/novelas/pantanal/noticia/pantanal-murilo-benicio-explica-tenorio-e-nao-teme-ser-cancelado-por-personagem-machista.ghtml>

Lima, D. R., Camera, M. & Santana, R. (2022, agosto 29). Joyce Martins: “O ingresso de mulheres e negros na política pode ser transgressor”. *Headline*. <https://beta.headline.com.br/poder/joyce-martins-o-ingresso-de-mulheres-e-negros-na-politica-pode-ser-transgressor>

Lopes, M. I. V. de. (2010). Ficção televisiva e identidade cultural da nação. *Revista ALCEU*, 10(20), 5-15.

Machado, A. (1987). *A arte do vídeo*. Brasiliense.

Miranda, N. (2021, agosto 18). Não Existe “Coisa de Menina”: Entenda Mais Sobre Heteronormatividade com Rita Von Hunty e Fábio Manzoli. *Amaro inspire*. <https://amaro.com/blog/br/estilo-de-vida/heteronormatividade>

Motta, L. G. (2013). *A análise crítica da narrativa*. UNB.

Muszkat, M. (2018). *O homem subjugado*. Summus Editorial.

Orlandi, E. P. (2012). *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Pontes editores.

Pantanal. (2022). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/pantanal/t/wM9wJbjHJN>

Rodrigues, G. (2022, setembro 26). Estupro de Tenório contra Alcides em Pantanal demorou cinco horas para ser gravado: “Esgotamento total”. *Observatório da TV*. <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/estupro-de-tenorio-contralalcides-em-pantanal-demorou-cinco-horas-para-ser-gravado-esgotamento-total>

Silva, J. M. da. (2010). *O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES – Análise Discursiva de Imaginários (ADI)*. Editora Sulina.

Távola, A. da. (1996). *A telenovela brasileira: história, análise e conteúdo*. Editora Globo.

Trevisan, J. S. (2021). *Seis balas num buraco só: a crise do masculino*. Editora Objetiva.

Vanoye, F., & Goliot-Lété, A. (2002). *Ensaio sobre a análise fílmica*. Papyrus.

“DENTRO”: UM RETRATO DO SISTEMA PRISIONAL FEMININO PORTUGUÊS NA FICÇÃO TELEVISUAL

*Adriana Pierre Coca¹
Alexandre Tadeu dos Santos²
Renato Essenfelder³*

Esta pesquisa é parte de um projeto maior que estuda séries de ficção das TVs abertas e generalistas de Portugal e do Brasil que abordam temas da Agenda 2030 da ONU⁴, os chamados Objetivos de

-
1. Doutora, Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Universidade Federal de Goiás. pierrecoca@hotmail.com
 2. Doutor, docente na Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Brasil. alexandre@ufg.br
 3. Doutor, docente da Universidade Fernando Pessoa (Porto, Portugal), investigador pós-doutorado integrado ao LabCom-UBI e ao CIAC (Centro de Investigação em Artes e Comunicação), em Portugal. ressenfelder@ufp.edu.pt
 4. A Agenda 2030 da ONU foi lançada em setembro de 2015 e é uma proposta das Nações Unidas e um contrato social mundial traduzido em um plano de ação, guiado por Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que visam a transformação do mundo em um lugar melhor para viver. Os 17 objetivos principais se relacionam com a erradicação da pobreza e a da fome; oferecer saúde e educação de qualidade à população; igualdade de gênero; saneamento e água potável para todos; acesso a energias renováveis; trabalho digno e crescimento econômico, inovação industrial; redução das desigualdades sociais; consumo e produção sustentáveis; cidades sustentáveis; ação climática e proteção à vida marinha e à vida terrestre; justiça e instituições eficazes.

Desenvolvimento Sustentável (ODS). Considerando que um dos itens dessa agenda global é a Igualdade de Gênero, importa-nos estudar e pensar como a condição feminina na sociedade atual é retratada nas narrativas da ficção audiovisual, mas não a partir das teorias de gênero: nosso olhar apoia-se na teoria da significação, a partir da perspectiva teórico-metodológica da teoria dos sentidos de Barthes (2009).

A escolha para esse artigo foi observar a série portuguesa “Dentro”, que faz parte do *corpus* da investigação e foi ao ar pela RTP1 (Rádio e Televisão de Portugal) em 2016, com produção da HOP!. “Dentro” tem 13 episódios, com entre 40 e 45 minutos cada um, e é conduzida pelos conflitos de Pedro (Miguel Nunes), estagiário de psicologia no maior presídio feminino de Portugal. Embora a personagem enrede toda a trama, o foco está nas protagonistas femininas e seus dramas, aliás, são poucos personagens masculinos e todos coadjuvantes, à exceção de Pedro. As histórias são contadas a partir da cadeia, de dentro do presídio. Sabemos algo da vida dessas mulheres antes de serem presas, ações que contextualizam o porquê de estarem ali e, às vezes, de modo breve, o que acontece com elas depois de deixarem a prisão.

A inquietação principal foi averiguar quais os sentidos expostos em relação à mulher na narrativa ficcional. Logo, o objetivo central foi perceber os sentidos construídos a partir dessas mulheres protagonistas e suas histórias, sendo que os objetivos específicos contemplam: 1) Identificar os sentidos atrelados às protagonistas; 2) relacionar possíveis convenções (estereótipos) ou rupturas de sentidos em relação à mulher; e 3) compreender como o retrato traçado na ficção televisual traduz a condição feminina na sociedade portuguesa atual. Para tanto, adotamos como metodologia de trabalho uma perspectiva teórico-metodológica

que privilegiou a seleção de cenas pontuais de toda a série atrelada à análise teórica, segundo os pressupostos da teoria dos sentidos de Barthes (2009).

Roland Barthes (2009) propõe uma teoria dos sentidos que apresenta três níveis: o informativo, o simbólico e o obtuso. O nível informativo é o nível da comunicação, aquele em que o signo se coloca à nossa frente, ficando evidente e, portanto, óbvio. O nível simbólico é o da significação, no qual encontramos elementos figurativos emblemáticos que, geralmente, fazem alusão aos símbolos universais. O terceiro nível do sentido apontado por Barthes (2009) é o obtuso, nível mais complexo, que exige algum tipo de questionamento.

Este artigo está dividido em três partes, além desta introdução e das considerações finais. Começamos por expor pressupostos teóricos, depois detalhamos o caminho metodológico da observação empírica e por fim apresentamos a discussão e os resultados.

Pressupostos da Teoria dos Sentidos

No artigo *O Terceiro Sentido*, escrito em 1970 para o *Cahiers du Cinéma* e publicado em 2009 no livro *Barthes: o óbvio e o obtuso*, o autor discute a partir de alguns fotogramas do filme *Ivan, o Terrível* (1944), do cineasta russo Sergei Eisenstein, o que denomina de teoria do sentido suplementar. “Um ângulo obtuso é maior que o ângulo reto: *ângulo de 100°* [grifo adicionado], diz o dicionário; o terceiro sentido, também ele, me parece *maior* [grifo adicionado] que a perpendicular pura, direita, cortante, legal, da narrativa: parece-me que abre o campo do sentido totalmente” (Barthes, 2009, p. 60). O autor sustenta que o sentido obtuso tem uma força de desordem e, por isso, pode ser

uma contranarrativa e se apresentar em outra disposição de planos e movimentos de câmeras, por meio de sequências técnicas e narrativas inesperadas, “uma sequência inaudita, contra lógica e, contudo, <<verdadeira>>” (Barthes, 2009, p. 60).

O terceiro sentido segue na contracorrente do sentido óbvio, já carregado de simbolismo e significado. Mas alertamos que, embora Barthes (2009) destaque o terceiro sentido, os outros dois níveis do sentido importam e muito para a tradução de uma narrativa ficcional no audiovisual, conforme já observamos em pesquisas anteriores sobre a construção de sentidos na teledramaturgia (Coca et al., 2017; Coca, 2018). Vejamos o porquê.

O primeiro nível, informativo, no caso do audiovisual, compreende todo o conhecimento que nos chega pelos elementos da *mise-en-scène*: os objetos de cena, a cenografia, o figurino, as personagens e suas relações. É o nível da comunicação. É aquele signo que se apresenta com naturalidade, é transparente. Esse nível é posto em prática e nos é acionado facilmente pelos elementos que compõem a narrativa, como supõe Barthes (2009). Essas informações traduzem a história que está sendo enredada/comunicada e estão nas cores, gestos, objetos da cena e ações das personagens, a exemplo da detenta Elsa (Margarida Cardeal), da série “Dentro”, que é uma pessoa rebelde que está a ralhar com as colegas o tempo todo e usa os cabelos curtos, sempre desarrumados, além de falar alto e com agressividade, ao contrário da contida advogada Manuela (Elsa Valentim), que se veste de maneira elegante e age com discrição e simpatia. O figurino, a caracterização, os movimentos nos auxiliam a perceber as nuances de cada personagem.

O segundo nível pensado por Barthes (2009) é o simbólico, que também está intrínseco na diegese e se apresenta no conjunto da *mise-en-scène*. Menos explícito e exigindo um pouco mais do espectador, o simbólico já ocupa o nível da significação, mas assegura que os símbolos façam parte de um léxico comum a todos, sendo, portanto, de fácil acesso e reconhecimento. A cena descrita por Barthes (2009) para explicitar o nível simbólico é a chuva de ouro que recebe o jovem czar protagonista do longa-metragem *Ivan, o Terrível*. Nessa sequência, toda a simbologia que envolve o ouro pode ser associada à riqueza, ao poder, ao rito imperial, isso sem considerarmos a montagem do cineasta, que traz no bojo outras relações e deslocamentos. O nível simbólico é intencional, já que o símbolo “é extraído de uma espécie de léxico geral, comum” (Barthes, 2009, p. 49).

Os planos de câmera fechados que constituem a narrativa de “Dentro”, a nosso ver, ocupam o nível simbólico dos sentidos. Poucas cenas externas ao presídio constituem a narrativa, a maior parte do tempo acompanhamos a história a partir de uma perspectiva interna, de dentro da prisão feminina. As imagens aéreas do prédio nos situam e carregam para o interior do lugar, ao passo que simbolicamente essas cenas também sinalizam que somos encaminhados aos dramas vivenciados por aquelas mulheres intimamente. As cenas dos muros do presídio têm um papel fundamental a cada episódio e operam no nível simbólico, segundo a reflexão da teoria dos sentidos.

Enquanto o símbolo se coloca “muito naturalmente ao espírito” (Barthes, 2009, p. 49), o obtuso abriga algo mais. Como já mencionado, é “como um suplemento que a minha inteligência não consegue absorver bem, ao mesmo tempo teimoso e fugidio, liso e esquivo” (Barthes,

2009, p. 49). O terceiro sentido, ou o sentido obtuso, segundo o autor, é aquele que perturba, “subverte não o conteúdo, mas toda a prática de sentido. Nova prática, rara, afirmada contra uma prática maioritária (a da significação)” (Barthes, 2009, p. 50). O terceiro nível do sentido apontado por Barthes nos permite enxergar além do que está na cena, porque nem sempre sabemos dizer o que é esse sentido “a mais” – pode-se dizer “sentido adicional” – percebido na imagem/cena. O nível obtuso exige um questionamento, diferentemente dos outros dois níveis, o simbólico (que é intencional) e o informativo (que se coloca de maneira tão sorrateira e natural). Barthes adverte que esse nível não impõe seu significado, pelo contrário, já que não pode ser visto como o primeiro sentido, que é “o simples *estar-lá* [grido adicionado] na cena” (2009, p. 49). O terceiro sentido é como uma interrogação, ou, como preferimos, “inquietação, “estranhamento” e, por vezes, fugaz, não está lá traduzido (como o informativo), pode não estar ao alcance de todo espectador (como os símbolos), mas, a partir do momento que se apresenta como um sentido suplementar, abre o campo do sentido e oferece outras possibilidades de leitura para um texto da cultura; isso o torna democrático.

O pensamento de Barthes (2009) nos auxilia, ainda, a pensar o terceiro sentido como uma perturbação que traz consigo uma crítica à própria linguagem. Barthes acredita que “o que o sentido obtuso perturba e esteriliza é a metalinguagem (a crítica)” (2009, p. 59) se fortalecendo como desordem, irrompendo como possível contranarrativa e, portanto, podendo conduzir a uma outra organização de planos e/ou movimentos de câmera por meio de sequências técnicas e/ou narrativas inesperadas.

Metodologia e Análise

Depois de assistir aos 13 episódios da série “Dentro” na plataforma RTPPlay, destacamos algumas cenas, aspectos e discursos que nos parecem traduzir a condição feminina dentro e fora das prisões em Portugal, com o objetivo principal de identificar e perceber como os sentidos em relação às mulheres são retratados na construção narrativa. Durante esse processo, sistematizamos as percepções em relação a cada episódio em uma tabela, que expomos a seguir e que formaliza as informações mais relevantes observadas.

Quadro 1

Produção de Sentidos na série “Dentro”

Episódio	Aspecto observado/destacado	Produção de Sentidos	Observação
01	Pedro entra em um embate em sala de aula em defesa dos Direitos Humanos, fica evidente sua vontade de mudar o mundo. Pedro consegue um estágio no presídio feminino e a psicóloga-chefe que se mostra desinteressada e estressada com o trabalho passa alguns casos para ele acompanhar.	Pedro acredita que pode mudar o mundo (Idealista). Anabela dá sinais de desprezo e cansaço com o trabalho que realiza com as detentas. (Falta de empatia com as outras mulheres). Informações traduzidas no primeiro nível dos sentidos, informativo.	Personagens masculinos mostram mais empatia pelas mulheres do que as outras mulheres.
02	Pedro está em casa e a fala de seu amigo ao celular o faz lembrar que é hora da novela, horário em que Marta lhe disse que gostaria de morrer. “Sem dor, na hora da novela”. Ele corre para o presídio, Marta é encontrada desacordada na cela e socorrida.	Pedro sinaliza que de fato se preocupa com as prisioneiras e com o que dizem em consulta. (Empatia)	Primeira menção à mídia/TV na fala de Marta.

03	<p>Adelaide (funcionária da limpeza) faz uma apresentadora de TV refém. Acaba presa. Ambas demonstram sinais de depressão. Adelaide diz: “São esses seres reles e mesquinhos que te fazem seres o que tu és. Essa gentinha que te faz brilhar”.</p>	<p>A TV é mostrada como espetáculo e capaz de distorcer a verdade (Irreal). As personagens desse episódio são mulheres deprimidas e em desespero, mesmo com perfis distintos. (Depressão pode atingir qualquer uma de nós).</p>	<p>Segunda menção a mídia/televisão.</p>
04	<p>Dualidade entre as guardas Rosado, mais humanizada, e Ferreira, mais dura com as detentas. Célia engravida e os quatro homens que trabalham no presídio são suspeitos, mas é um quinto homem que acaba se revelando o pai da criança, o dentista substituto.</p>	<p>Célia acredita no amor. (Ingenuidade). Dentista que a engravida demonstra ser um cafajeste. (Os homens não prestam).</p>	<p>Não só as prisioneiras, mas as autoridades também demonstram fragilidades.</p>
05	<p>Pedro apresenta um novo projeto à diretora da prisão, reformulado por Marta. Dessa vez, acredita que será aceito e justifica: “Porque dá visibilidade à cadeia, quando ouvir falar em televisão, logo aceitará”.</p> <p>Sônia recebe drogas dentro do presídio e não denuncia a guarda que deixou o entorpecente passar.</p>	<p>Relação mídia/TV sinaliza que as pessoas gostam de ser vistas e acarinhadas. (Carência)</p> <p>Sônia diz ter ética ao não entregar a guarda (Gratidão). Guarda que deixou passar a droga revela que também pode ser corrompida (Dualidade).</p>	<p>Terceira menção a mídia/TV como vitrine.</p>
06	<p>Pedófila é presa, seu crime gera repercussão na mídia e Pedro a atende. Ela acaba por se suicidar dentro da cela.</p> <p>Glória, diretora do presídio, dá entrevista sobre o acontecido e a questão do suicídio nas prisões é destacada na mídia.</p>	<p>Pedro não compreende como o suicídio de uma presa pode gerar contentamento nas outras (Indignação).</p>	<p>Quarta menção à TV, que pode dar visibilidade à cadeia em relação às boas ações e às más situações.</p>
07	<p>Cidália é presa depois de matar o marido a machadadas. Ela sofria violência doméstica, mas não se torna assassina por isso, justifica sua atitude pelo fato dele a ter trocado por outra mulher.</p>	<p>Cidália se sente rejeitada pelo marido e não suporta essa dor, que parece maior que a violência que sofre dentro de casa (Ser agredida para ela é como se recebesse atenção do marido).</p>	

08	<p>Helena é presa por exercer a medicina ilegalmente no interior do país. Ela diz que medicamentos é o que as pessoas menos precisam e não compreende por que foi detida, já que ajudava as pessoas, pois não há médicos suficientes para a população.</p>	<p>Helena deixa claro que as pessoas precisam mais de atenção do que de remédios (Carência afetiva e recursos do serviço público, a falta de médicos).</p>	
09	<p>Manuela (advogada presa): “Defender a sociedade? Essa não tem defesa. Como se pode defender uma coisa dela própria?”.</p>	<p>Estamos sempre em risco.</p>	
10	<p>Lourdes é uma autoridade presa por falsificar documentos. Ela alega inocência, mas é ridicularizada pelas detentas e pelas guardas. Ela acaba sendo solta por falta de provas.</p>	<p>O caso de Lourdes mostra que de fato ela estava falando a verdade, que podem existir autoridades, políticos decentes e, desse modo, faz a todas repensarem a hostilização que praticaram (Podemos voltar atrás em nossas convicções).</p>	<p>Mais uma vez há uma preocupação com a mídia. Quinta menção. A diretora se preocupa que a detenta seja bem tratada, porque a mídia está atenta ao caso.</p>
11	<p>D. Rosa, senhora idosa que provoca um flagrante por tráfico de drogas. “A D. Rosa não aguenta a solidão?” diz Anabela (psicóloga). D. Rosa responde: “Não há pior inferno que a vida que eu vivia”.</p>	<p>A vida solitária das mulheres idosas que moram sozinhas (Solidão feminina).</p>	
12	<p>Pedro termina seu namoro com Joana. Há um jogo de futebol entre reclusas e guardas, que perdem. Ida ao cinema com a diretora do presídio, Glória, e a chefe das guardas, Idalina.</p>	<p>Humanidade entre as autoridades, que são vistas em uma situação corriqueira do dia-a-dia e se divertindo com as detentas.</p>	<p>O rompimento de Pedro sinaliza que ele ama Marta e que eles podem ficar juntos.</p>

13	Encontro entre autoridades e detentas no presídio para promover uma – Reflexão sobre a reclusão no sistema prisional português. Destaque para a fala de Marta que resume a “moral” da série: “Nesta sala somos todas pessoas cheias de nervos, à espera que um dia gostem de nós”.	A busca por reconhecimento, atenção, que é uma busca de todos nós, homens e mulheres. (Moral da história).	Personagens são afastados, não há um final feliz. Pedro perde o emprego/ estágio e Marta é transferida de presídio.
----	--	--	---

Pesquisa dos autores

No episódio de estreia, a cena inicial é marcada por uma discussão em sala de aula, em que o protagonista Pedro entra em embate com uma colega de classe sobre as punições em relação aos criminosos condenados pela justiça, um enfrentamento ideológico que evidencia a sensibilidade da personagem e sua inclinação em defesa dos direitos humanos. Em seguida, Pedro fica sabendo que conseguiu o estágio no presídio feminino. Lá, a psicóloga Anabela (Ana Cunha) parece cansada e estressada e pouco receptiva aos problemas das reclusas. Por conta disso, passa vários casos para serem acompanhados pelo novo estagiário. Aos poucos, a cada episódio, vamos sendo apresentados às mulheres e seus dramas. São mulheres de diferentes faixas etárias e com escolaridade e condições sociais distintas, ainda que sejam tratadas de modo idêntico no presídio que chamam de hotel.

Antes de observar os sentidos constituídos na trama em relação à mulher, especialmente, destacamos alguns aspectos da história de maneira mais abrangente. Por exemplo, no desenvolvimento da narrativa, nos chamou a atenção a menção a mídia/televisão, que acontece em 5 dos 13 episódios e, por duas vezes, em tom de crítica, como uma metanarrativa, como destaca Barthes (2009). No episódio 02,

Marta (Vera Kolodzig) em consulta com Pedro demonstra inclinação para o suicídio e confessa que gostaria de morrer sem dor, na hora da novela – informação que acaba fazendo com que o estagiário a salve da morte. Pedro está em casa, ao ouvir que é hora da novela se lembra de Marta e corre para o presídio, pede que as guardas vejam se a detenta está bem. É quando descobrem que ela tentou se matar e a socorrem.

Nos episódios finais, Pedro está comendo algo em um local público e escuta um casal a mirar a TV e discutir sobre as penas para delitos, quando o homem diz: “Essa gente deveria mesmo é levar um tiro na cabeça. Vão para a cadeia viver as custas dos contribuintes e ainda tem televisão no quarto”. Um gancho que remete as opiniões opostas da cena inicial da série, quando a personagem se desentende com uma colega em sala de aula por discordar da sua postura radical.

Além dessas menções à televisão, há um tom de crítica explícita à mídia-TV no episódio 03, quando há o sequestro de uma apresentadora de TV, que parece se identificar com a sua algoz, pois ambas são mulheres que se sentem solitárias e oprimidas em suas vidas. A sequestradora Adelaide (Carla Bolito) acusa a apresentadora de TV de ter sua carreira construída por causa de pessoas como ela, a personagem explica: “São seres reles e mesquinhos que te fazem seres o que tu és. Essa gatinha que te faz brilhar”. No desenrolar da história, fica evidente que a apresentadora é feliz e sorridente diante das câmeras, mas se sente infeliz nos bastidores, assim como é a mulher que tenta matá-la. Curiosamente, Adelaide se torna uma detenta acolhida pelas colegas de prisão e, no desenvolvimento da trama, mostra-se uma pessoa mais alegre e protagoniza uma cena que a aproxima da diretora do presídio, Glória (Luísa Cruz). Ambas fazem aniversário no mesmo

dia. Na data, Glória se sente triste e solitária e prefere ir para casa na hora do almoço. Quando está deixando o presídio, passa em frente ao refeitório e escuta as prisioneiras cantando parabéns para Adelaide, que sorri, feliz. A cena seguinte revela a diretora deprimida e só, em frente à TV ligada a lhe fazer companhia.

Em outro momento da narrativa, outra crítica à TV é estabelecida. Glória, a diretora, é quem aprova os projetos no presídio e ela rechaça a primeira proposta de atividade para as detentas sugerida por Pedro, que é reformulada com a ajuda de Marta. A segunda sugestão Pedro garante que será aprovada, e justifica essa aposta dizendo que Glória vai aceitar “Porque dá visibilidade à cadeia. Quando ouvir falar em televisão, logo aceitará”. E de fato é assim que a situação ocorre. A TV aparece como uma vitrine do que queremos expor, mas também daquilo que não gostaríamos de mostrar à sociedade. Essa dualidade fica evidente quando há um suicídio dentro da prisão e Glória é obrigada a dar uma entrevista sobre o assunto. Uma prisioneira que se mata na cela e mesmo assim, é hostilizada pelas outras, porque cometeu um crime de pedofilia com um garotinho de 08 anos. Ela mesma não se perdoa pelo crime que cometeu, acha que deve ser agredida pelas outras prisioneiras, castigada e, por isso, acaba se matando. A maioria das mulheres comemora, atitude que choca Pedro, que não compreende como uma morte trágica como essa pode ser motivo de alegria.

Essa personagem levanta dois assuntos delicados e que, nos parece, merecem atenção da sociedade: a pedofilia praticada por mulheres e os suicídios que ocorrem dentro das cadeias. Segundo o texto ficcional, na forma de legenda durante a entrevista dada pela diretora do presídio, Portugal tem uma das maiores taxas de suicídio dentro das prisões da

União Europeia – logo, um problema que precisa ser considerado pelas autoridades. A informação da ficção, que foi ao ar em 2016, infelizmente, se sintoniza com dados recentes sobre o assunto. Segundo o Relatório Anual de Segurança Interna⁵ divulgado em 2021, atualmente, Portugal é (ainda) um dos países com um alto índice de suicídio entre pessoas presas da União Europeia.

Em relação à condição feminina na narrativa ficcional, há uma percepção evidente, o sentido de solidão. Esse sentimento é inerente à apresentadora de TV, que é sequestrada pela funcionária da limpeza da emissora em que trabalha, que também se mostra uma pessoa solitária e deprimida, além da diretora do presídio. Ele também fica explícito em outra personagem, D. Rosa. O sentido de solidão colocado em discussão é reforçado no episódio 11, em que a personagem idosa, de 85 anos, é presa por tráfico de drogas. A senhora chega ao presídio muito contente, elogia a cela e é sempre doce com suas colegas e com as guardas, todas a tratam com carinho. Em consulta à psicóloga, D. Rosa se mostra muito satisfeita e acolhida. A profissional a questiona e ela explica que não aguentava mais a solidão, pois: “Não há pior inferno do que a vida que eu vivia”.

Além desse problema associado às mulheres, outro tema que também é abordado na série é a violência doméstica, pois duas detentas estão presas por terem assassinado o companheiro. Uma delas já está prestes a sair da cadeia e não se arrepende do que fez, pois argumenta que era a vida dele ou a dela; a outra, uma senhora que matou o marido a machadadas, relata que não se incomodava com a violência praticada

5. Informações podem ser conferidas e detalhadas em: Henriques (2021).

pelo marido, o problema foi quando ele parou de agredi-la e ela descobriu que ele tinha outra mulher. A personagem deixa transparecer que a dor de ter sido traída pelo companheiro foi maior do que a violência que sofria dentro de casa, um sentimento contraditório que parece rondar as vítimas de violência doméstica, tema que é um problema fulcral na sociedade portuguesa e que já foi retratado em outras séries da RTP, inclusive, já discutido por esta investigação no artigo “Mulheres de Abril”: a Revolução dos Cravos traduzida em um docudrama com olhar feminino” (Coca et al., 2022).

A dualidade de sentimentos é algo trabalhado com sutileza nas personagens. O jogo de futebol entre guardas e reclusas, que acontece no penúltimo capítulo, parece traduzir simbolicamente a força e a fragilidade dessas mulheres, algumas mais empáticas aos conflitos alheios, outras, menos. O relacionamento das autoridades com as prisioneiras demonstra essa oscilação, pois se comportam de modo mais duro ou mais sensível com as infratoras dependendo de quem são e dos crimes que cometeram. Alguns delitos são considerados mais graves, até abomináveis, como a pedofilia, já colocada nesta análise, e a negligência com os filhos. Esse assunto é tratado com o caso da detenta que é alcoólatra e, por causa dessa condição, acaba por descuidar do filho pequeno, que morre. São temas pontuais que despertam para problemas geralmente associados aos homens, mas que também podem acometer as mulheres.

Essas observações indicam que a série foi capaz de retratar as mulheres com humanidade. Apesar das falhas e erros que as levaram para a prisão, a série foca em sentimentos preocupantes como a solidão e a violência sofrida dentro de casa. Além disso, propõe discussões de temas sociais que devem ser enfrentados por homens e mulheres como

o suicídio prisional e a falta de profissionais de saúde na rede pública do país, como relata a personagem que é uma falsa médica. Essa personagem faz um alerta também em relação à carência afetiva, quando verbaliza acreditar que o que menos as pessoas precisam é de remédios, deixando a entender que todos necessitam mesmo é de atenção.

São observações dessa ordem que semeiam as ações e os discursos das personagens que nos fazem crer que a “moral da história” se centra no sentido da falta de empatia com as mulheres, reclusas ou não, pois o protagonista Pedro reforça desde o primeiro episódio que se importa com suas pacientes. Muitas personagens demonstram sentir falta de carinho e atenção, algumas até rechaçam esse cuidado quando o recebem, por não saberem lidar com isso, como a rebelde Elsa quando recebe carinho de D. Rosa e se emociona, e a própria diretora do presídio que reluta em aceitar a companhia e a amizade da chefe de segurança, Idalina.

O discurso da personagem Marta no episódio final parece traduzir e reiterar esse sentido quando alerta que todos reunidos ali naquele ambiente são pessoas que têm nervos e que buscam que os outros gostem deles. As consequências dessa exposição é uma reação de Pedro que a beija publicamente e provoca um desfecho que os separa e parece, de algum modo, devolver a normalidade à cadeia.

Discussão e Resultados

Alguns aspectos observados apontam como a narrativa de “Dentro” oferece rupturas de sentidos em relação à maioria das histórias de ficção contada na TV aberta e generalista, a começar por abordar a história de mulheres que cometeram delitos, ao dar protagonismo a

personagens de diferentes idades, perfis físicos e dramas, inclusive, tratando de temas delicados, como a pedofilia praticada por mulheres e o alcoolismo feminino.

A tessitura narrativa é percebida, principalmente, a partir das informações do primeiro nível dos sentidos proposto por Barthes (2009), que revelou a construção das personagens em suas falas e caracterizações, como o cabelo rebelde de Elsa, a reclusa que inferniza a todos com suas ironias, nas vestes elegantes da advogada Manuela, reclusa discreta e simpática que trabalha na biblioteca do presídio, uma intelectual que não se arrepende de ter enganado seus clientes e que lembra sempre que é formada em direito pela Universidade de Coimbra, uma das mais tradicionais instituições de ensino do mundo.

Lembramos que, conforme orienta Barthes (2009), os níveis dos sentidos se sobrepõem e coexistem nos textos da cultura e assim é na narrativa de ficção televisual. Na série “Dentro”, os sentidos não são todos traduzidos de forma didática, alguns são expostos simbolicamente, operando no segundo nível de percepção dos sentidos, como as imagens que atravessam os muros do presídio a cada episódio e nos carregam para a clausura da cadeia e dos problemas daquelas mulheres. Também não são óbvios os sentidos atribuídos à mídia/TV, bem ao contrário, nos parece que essa relação ocupa o nível do terceiro sentido, pois se coloca como uma crítica tecida à própria televisão, que ora é exposta como enganosa, como no episódio em que a apresentadora de TV aparece feliz diante das câmeras, mas no fundo esconde uma depressão, ora é o canal para reportar e levantar a discussão de temas imprescindíveis à sociedade, como fazem os jornalistas que questionam a diretora do presídio sobre o problema do suicídio nas prisões.

As questões pontuadas na narrativa ficcional vão além de compor um “retrato” da condição da mulher atual na sociedade portuguesa: deixam transparecer o papel social que a ficção seriada pode exercer na discussão de assuntos de interesse coletivo, como aqueles elencados na Agenda 2030 da ONU.

No que diz respeito aos sentidos que retratam a condição feminina em especial, foram muitos os temas colocados ao longo da série. Destacamos as personagens que sofrem com a solidão, com a violência doméstica, com a falta de empatia, de atenção e de apoio: esses são os principais sentidos associados à condição feminina atual, vivenciada por mulheres que precisam ser ouvidas.

Considerações Finais

Esta reflexão buscou averiguar os sentidos retratados na série portuguesa “Dentro” (RTP/2016), um percurso traçado por olhares femininos, já que as histórias enlaçadas na trama trazem como protagonistas mulheres que estão presas. Concluímos que a narrativa ficcional ao construir personagens ambivalentes e ao trazer à tona problemas sérios que devem ser discutidos em sociedade, assumiu uma das principais funções sociais da televisão, a de abordar temas que precisam ser refletidos. Além de assuntos polêmicos como o suicídio no sistema prisional, a falta de médicos na comunidade, também trata de questões pontuais como o alcoolismo feminino e a pedofilia praticada por mulheres.

Segundo os pressupostos da teoria dos sentidos proposta por Barthes (2009), a série apresenta ainda rupturas de sentidos em relação a maior parte das histórias contadas em séries da TV aberta e generalista, pois coloca as mulheres como protagonistas, apresenta perfis de

personagens diversos, em relação às faixas etárias, às características físicas e, inclusive, à formação educacional, além de tecer críticas à própria televisão.

Referências

Barthes, R. (2009). *O óbvio e o obtuso*. Edições 70.

Coca, A. P. (2018). *Cartografias da teledramaturgia brasileira: entre rupturas de sentidos e processos de telerrecriação*. Labrador.

Coca, A. P., Almeida, G. F., & Santos, A. T. (2017). Alegoria, simbolismos e terceiro sentido entre os mecanismos de representação da realidade na minissérie “Suburbia”. *Comunicação & Informação*, 20(3), 4-17. <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/40268>

Coca, A. P., Essenfelder, R., & Maia, H. (2022). “Mulheres de Abril”: a Revolução dos Cravos traduzida em um docudrama com olhar feminino. In J. P. Souza (Org.), *Jornalismo e Estudos Mediáticos*. Editora da Universidade Fernando Pessoa.

Henriques, A. (2021, março 31). Suicídios nas cadeias quase duplicaram em 2020. *Público*. <https://www.publico.pt/2021/03/31/sociedade/noticia/suicidios-cadeias-quase-duplicaram-2020-1956745>

PARTE 2 - REALIDADE

OS HERDEIROS DO FEMINICÍDIO: COMO O FANTÁSTICO “EMBALA” EM TELAS OS FILHOS DAS VÍTIMAS DE MISOGINIA?

Jhonatan Alves Pereira Mata¹
Veruska Yasmim Paião Rocha²

O Brasil é um dos países que mais mata mulheres no mundo³. Em 2021, foram mais de 1300 feminicídios registrados no país, segundo dados do Fórum Brasileiro de Segurança Pública(FBSP). Isso significa que, em média, a cada sete horas uma mulher foi vítima de uma morte violenta.

-
1. Doutor em Comunicação (UFRJ). Docente permanente no Prog. de Pós-Graduação em Comunicação UFJF. Mestre em Comunicação e TAE- UFJF. Vice-coordenador do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). jhonatanmata@yahoo.com.br
 2. Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), jornalista e integrante do grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual da Faculdade de Comunicação da UFJF. yasmimadvir@gmail.com
 3. Segundo o Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH), o país só perde para El Salvador, Colômbia, Guatemala e Rússia em número de casos de assassinato de mulheres.

Por si só, esse cenário já é trágico, mas existe outra camada atroz dessa calamidade social. A estimativa é de que mais de 2300 pessoas perderam a mãe para a violência contra a mulher, em 2021. Como mensurar impactos na vida de uma pessoa que perde a mãe de uma maneira tão violenta? E ainda por cima, tendo a própria figura paterna como autor do crime? Uma reportagem⁴ da revista eletrônica Fantástico (Rede Globo) se debruçou sobre a “saga” dessas vítimas (em sua maioria crianças, mas também jovens adultos) para compreender a realidade das famílias marcadas por esses homicídios que - desde 2015 - pela Lei 13.104, têm o qualificador a discriminação de gênero.

Diante desse cenário de violência e violação aos direitos humanos, a proposta deste trabalho é compreender como narrativas televisivas (como a do Fantástico) jogam luz no tema violência contra a mulher, sob a égide dos seguintes questionamentos: De que forma as camadas invisíveis do *iceberg* da violência doméstica são apresentadas? Qual o lugar da mulher na cobertura do feminicídio? De que forma o audiovisual pode contribuir para uma narrativa mais plural, justa e elucidativa, amparando as vítimas e os órfãos-sobreviventes? Em uma sociedade em que 77% de sua população afirma assistir à televisão diariamente e cerca de 63% têm na TV o principal meio de informação (PBM 2016)⁵, parte-se do pressuposto de que o campo midiático, sobretudo o (tele)-jornalismo, exerce um lugar estratégico na configuração das sociedades contemporâneas, contribuindo para a construção social da realidade

4. Matéria exibida na edição do domingo 10 de abril de 2022

5. Segundo dados disponíveis pelo estudo realizado pelo Ibope, a pesquisa contou com 15050 entrevistados. Somadas a primeira e segunda menções a opção pela televisão atinge 89% e pela web 49%.

nacional (Berger & Luckmann, 2004) e para reflexão sobre o exercício dos direitos humanos, neste estudo em especial, o das mulheres.

Telejornalismo: um local de combate à violência contra a mulher

Apesar de representarem a maioria numérica da população⁶, as mulheres são tidas como minorias em termos representativos. Essa percepção é crível visto que o entendimento moderno de minoria, proposto por Sodré (2005), se refere às pessoas que vêm sendo privadas de uma efetiva atuação na esfera pública e, dessa forma, não têm poder e nem voz nas instâncias legais. Em concordância, Solnit (2017, pp. 27-28) afirma que o silêncio é o oceano do não dito, uma lacuna central que marca a história das mulheres. Para a autora, a violência contra a mulher está ancorada na recusa das vozes e histórias femininas e ocorre em vários âmbitos: desde o marido que bate na mulher para silenciá-la até a cultura do estupro que reforça que o depoimento das mulheres não têm valor. Nesse sentido, a pesquisadora defende que ter voz é um aspecto fundamental à vida, sobretudo quando diz respeito à história dos (e da falta de) direitos das mulheres. Ela ressalta que “ao definirmos qual voz há de ser valorizada, redefinimos nossa sociedade e o seus valores” (Solnit, 2017, p. 35). Isto é, se a violência contra a mulher é consequência de construções socioculturais, a libertação dessa opressão começa no processo de contar histórias. Assim, para a autora, ter voz(não apenas no sentido literal), mas também capacidade de posicionamento e participação (2017, p. 31) é a capacidade das mulheres

6. De acordo com a PNAD Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua) mais recente, de 2019, a população brasileira é composta por 48,2% de homens e 51,8% de mulheres.

se experimentarem e de serem experimentadas como pessoas livres e com direitos. A partir dessa perspectiva, se faz necessário refletir sobre o poder das histórias com destaque, neste artigo, para aquelas construídas e narradas cotidianamente na televisão e nos telejornais.

Ao estudar sobre o papel do jornalismo, Alfredo Vizeu (2009) pontua que telejornalismo é uma forma de conhecimento crítico que constrói realidades e contribui para a percepção do mundo da vida. Nas palavras do autor,

O que os jornalistas fazem diariamente é “organizar o mundo” procurando torná-lo mais compreensível. Por isso, há uma preocupação pedagógica no jornalismo que se legitima como o lugar de “poder mostrar”, de “poder dizer” e de “poder analisar”. O jornalismo se auto-referencia como um lugar de mediação, de desegregização, de revelação da verdade e orientação de homens e mulheres na contemporaneidade. (Vizeu, 2009, p. 80)

A perspectiva de Vizeu não só evidencia o potencial socializador e normatizador das narrativas audiovisuais como aponta para o lugar de mediação do telejornalismo entre os diversos campos do conhecimento e o público. Logo, ao narrar o cotidiano, é característica do meio buscar uma abordagem mais didática dos fatos, orientando o telespectador sobre modos de ser e estar na sociedade.

Por sua vez, Iluska Coutinho (2012) evidenciou a presença de uma dramaturgia do telejornalismo ao buscar e investigar um modelo comum adotado para a apresentação de notícias pelos telejornais brasileiros. A estrutura narrativa observada e conceituada pela autora aponta a existência de uma aproximação da edição da informação jornalística em televisão de uma construção narrativa comum à ficção,

evidenciando o modo peculiar com que a notícia em TV é organizada. De acordo com a autora, a informação seria construída/editada por meio da imitação da ação representada por imagens e depoimentos exibidos. Desse modo, a (re)construção do acontecimento nos telejornais daria origem a um “drama informativo”, em que fontes/público, repórteres e editores assumiriam determinados papéis, muitas vezes recorrentes nas matérias veiculadas.

Assim, o que os telespectadores acompanham nos telejornais é uma soma de pequenas tentativas de repetição de alguns fatos, amarrados pelos textos de repórteres e apresentadores, uma “imitação da ação” ou das ações humanas, tal como a definição de Aristóteles para a palavra drama. O sentido de “imitação” tal como proposto pelo filósofo abrange o de representação, no caso, de um conflito que se desenvolveria, sempre com a busca de sua resolução, através das ações dos personagens da estória, da narrativa. (Coutinho, 2012, pp. 198-199)

A autora enfatiza que essa organização da notícia em televisão a partir de uma estrutura dramática implicaria, assim, na distribuição e categorização de personagens estereotipados de obras ficcionais como heróis, mocinhos, vítimas e vilões. Em seus estudos sobre a dramaturgia do telejornalismo local, Jhontan Mata (2013) chama atenção para um fenômeno recorrente em relação aos vilões que assolam público, fontes e população: a síndrome de Darth Vader. Segundo o autor, o termo foi inspirado na série Star Wars, na qual Darth Vader, o principal vilão da trilogia, é conhecido por suas armaduras negras e sua face velada. “Trata-se de um ‘vilão sem face’, construído meticulosamente para que sua face oculta potencialize os efeitos malignos e suspense típicos do vilão clássico” (Mata, 2013, p. 169). Dessa forma, quando os telejornais

figuram os vilões como entidades genéricas, atribuindo valor negativo a entidades responsáveis sem nomeá-los, estabelecem uma fachada⁷ padrão (Goffman, 2002) de órgãos que não cumpriram com os que lhe foi outorgado.

Ao entender que a dramaturgia do telejornalismo se apresenta como alternativa para contar histórias com início, meio e fim e lição de moral, Iluska Coutinho e Ariane Pereira (2021) propõem a adoção das questões de gênero como um item de qualidade informacional para o jornalismo audiovisual, de modo que esse modo de noticiar se torne - a médio e longo prazo - um dos elementos da dramaturgia. Por meio da perspectiva freiriana, as autoras defendem que uma abordagem pedagógica incorporada no modo de narrar característico do jornalismo audiovisual poderia desconstruir comportamentos socioculturais como o machismo e o patriarcado - que sustentam a percepção que homem tem direito à propriedade do corpo da mulher e, assim, autorização para violentá-la - e sobretudo, governar as populações em direção a novos modos de viver, em que não há lugar para a desigualdade.

Segundo Coutinho e Pereira (2021, p. 87),

o telejornalismo, por meio da incorporação do enfoque de gênero pela sua dramaturgia própria, assumiria, ainda, um papel pedagógico, orientando a sociedade na desnaturalização de questões culturais arraigadas, transformando os modos de ler, ser e estar no mundo. [...] Tal perspectiva assume que o jornalismo é uma forma de conhecimento [...], ao narrar o mundo e um modo de conhecê-lo, os telejornais por meio da dramaturgia do telejornalismo atuam como poder, agenciam

7. Conceito desenvolvido por Goffman (2002) para tratar dos artifícios utilizados pelo indivíduo durante sua representação, arquitetado intencionalmente ou sem pretensão.

uma dada governamentalidade. A proposição da perspectiva de gênero como um elemento capaz de estimular a produção de noticiários e produtos jornalísticos audiovisuais em direção à uma sociedade com mais equidade, nas telas e para além delas, dialoga com os saberes necessários apontados por Paulo Freire em *Pedagogia da Autonomia* (1996).

Nesse sentido, a presente análise busca lançar luz sobre modos de narrar possíveis que teriam o potencial de ir ao encontro de práticas jornalísticas audiovisuais que apresentam mulheres como portadoras de direitos, como propõe o *Manual Universal para Jornalistas* (2020). A publicação reúne diretrizes e boas práticas necessárias à cobertura da violência contra a mulher. São indicadas como condutas fundamentais na cobertura da violência contra mulher a humanização da história da mulher para além do episódio de violência, o prenúncio de caminhos para a denúncia, prevenção e acolhimento das vítimas e, sobretudo, contextualização do episódio e o fenômeno social. O que, em outras palavras, significa que as narrativas construídas pela mídia devem apontar a desigualdade entre os gêneros, como o grande fator por trás da violência contra a mulher. “É importante mostrar que a história que você está contando não é um caso isolado, e sim o resultado de uma cultura machista e desigual, que menospreza e desqualifica as mulheres. Sempre que possível, dê dados que demonstrem o quão comuns são esses crimes e como é importante modificar essa situação” (Ferreira, 2020, p. 14). Cientes destas outras possibilidades de narrar, analisamos se a cobertura telejornalística, a partir de nosso recorte, contribui com a capacidade de vocalização das mulheres. De que forma as vítimas do feminicídio, assim como seus filhos, ganham existência e voz na tela

do Fantástico? Como são representados esses personagens em suas realidades construídas também em telas?

Análise da Materialidade Audiovisual

Tendo em vista as características particulares da narrativa jornalística audiovisual, este estudo lança mão de uma metodologia de pesquisa que abarca as especificidades do jornalismo de televisão: a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA). A metodologia é utilizada no campo das pesquisas do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq-UFJF), proposta por Iluska Coutinho (2016, 2018). Para a pesquisadora, as interpretações de edições de programas jornalísticos ou de parte deles, de uma cobertura particular ou de séries de produtos de jornalismo audiovisual, em uma eventual perspectiva comparativa, não devem realizar operações de decomposição/ leitura, que descaracterizariam a forma de enunciação/ produção de sentido do telejornalismo.

Apresentamos a análise da materialidade audiovisual como proposta de uma metodologia para chamar de nossa, que busca aproximar-se das especificidades do fazer, investigar e narrar o telejornalismo. Os procedimentos aqui descritos, utilizados pelo grupo de pesquisadores reunidos no Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais, buscam explicitar aspectos da narrativa telejornalística, preservadas as marcas da materialidade audiovisual que as constituem, tendo como princípio não a decomposição de texto/som/imagem. (Coutinho, 2016, p. 14)

Essa metodologia é dividida em cinco etapas, sendo que a primeira trata da identificação do objeto audiovisual e das suas propostas, seja pela autorreferenciação ou pelo(s) espaço(s) em que se insere e circula, a fim de compreendermos as proposições de sentido

dos emissores (Jost, 2007) ; a segunda abarca a elaboração da ficha de análise; a terceira configura-se no pré-teste do instrumento; a quarta é a pesquisa documental ou definição e obtenção da amostra a ser estudada; na quinta operamos com a construção de parâmetros de interpretação dos dados e, em alguns casos, de um material de codificação.

Assim, o objeto audiovisual a ser estudado neste artigo é a reportagem produzida pelo Fantástico⁸, revista eletrônica dominical da Rede Globo de Televisão, veiculada na TV aberta em 10 de abril de 2022. Além das transmissões nas noites de domingo na grade de programação da emissora, as edições completas do programa, bem como seus trechos, se encontram disponíveis para livre acesso na plataforma de *streaming* Globoplay. Os comentários sobre os bastidores da reportagem também podem ser acessados por meio do podcast “Isso é Fantástico”, disponível na plataforma do serviço de *streaming* de música, *Spotify*. No caso, o material em questão é que conhece-se por paratexto, um conteúdo que acompanha o objeto e que contribui para sua leitura/ interpretação. Durante o podcast apresentado por Tábata Poline, o repórter Estevan Muniz explica detalhes da produção e execução da reportagem. Segundo o jornalista, a sugestão de pauta surgiu do combo: falta de dados específicos dos órfãos do feminicídio, resultado da apuração realizada pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) e da inquietação de especialistas sobre o silenciamento do assunto nas telas. Para ele, construí-la foi extremamente desafiadora, uma vez que foi preciso abordar com sensibilidade as histórias, essencialmente, aquelas que envolviam crianças. Outro ponto destacado trata das potencialidades da narrativa. Nas palavras de Muniz, uma das

8. Programa dominical em forma de revista eletrônica, criado em 1973, e veiculado pela Rede Globo de Televisão aos domingos.

fontes que perdeu a filha por conta do feminicídio e, a partir disso, virou mãe da neta, via na entrevista um grito de socorro. “Ela me disse que ia dar aquela entrevista, que ia abrir as portas da casa dela para o Fantástico porque ela entende que - como a neta dela - existem várias crianças no Brasil enfrentando problemas por causa do feminicídio e avós como ela que da noite para o dia tiveram que ser mães, não eram avós mais para mim e brincar, mas mães para educar” (Isso É Fantástico, 2022). O relato não só reitera a função social do jornalismo como reitera a perspectiva pedagógica do ofício conceituada por Vizeu (2009).

Nesse mesmo fluxo, a diretora-executiva do FBSP, Samira Bueno, também vê a reportagem como um instrumento importante para dar visibilidade a um fenômeno antigo, que necessita ser objeto de uma discussão qualificada para nortear esforços para transformar a realidade. Assim, o paratexto para pensar a análise desse programa é o conteúdo discutido no podcast, para além da sinopse do podcast e da reportagem. Em diferentes momentos, é pontuado que o objetivo da matéria é de impulsionar a implementação de políticas públicas, voltadas para quem mais sofre e, sobretudo, para evitar/prevenir que esse tipo de violência continue e se perpetue. Em linhas gerais, a dramaturgia conta a história de duas famílias afetadas pelo feminicídio: uma avó que perdeu a filha e teve que se tornar mãe da neta e a de dois filhos adultos que tiveram a genitora assassinada pelo ex-namorado. No primeiro caso, a criança sofre com distúrbios alimentares como consequência da perda brutal, já a segunda história retrata a perda da Regiane, uma mulher que - segundo os filhos - “era a flor do dia [...] amava flores e a vida” (Fantástico, 2022). Morta em janeiro de 2020, era a provedora dos filhos Igor e Gabriel. Durante a entrevista, eles abrem o coração e rememoram a história da

mãe, que mesmo diante de um câncer “não derramou uma lágrima. Ela era mulher mais forte do mundo, uma muralha. Nada podia abalar aquela mulher, os valores que ela tinha” (Fantástico, 2022). Os dois relatos se desenrolam de forma intercalada e entrecruzada. Enquanto os conflitos vão se desenrolando, dados sobre a realidade dos órfãos do feminicídio são apresentados, com o esclarecimento de autoridades. Ao retratar sobre políticas públicas, o estado do Amazonas é citado como exemplo de local que oferece amparo financeiro às famílias que amparam esses órfãos. De forma breve, é apresentada a história de Juceline e Reginaldo, irmãos que assumiram a criação de duas sobrinhas quando a irmã deles foi morta pelo namorado. O relato serve para enfatizar a importância da assistência em todo o Brasil.

A produção termina com indícios que o assassino da mãe dos jovens será condenado e com o esclarecimento que há esperança e perspectiva para os órfãos do feminicídio, que embora esses acontecimentos sejam brutais eles não são determinantes na vida do indivíduo. Mas enfatiza-se a necessidade de amparo sócio-econômico.

Com a moldura de nosso objeto empírico avaliada, parte-se para o estabelecimento dos eixos/categorias de avaliação. Nesse sentido, utiliza-se o aporte teórico apresentado neste artigo, sobretudo, a dramaturgia do telejornalismo associada à perspectiva de gênero (Coutinho & Pereira, 2021), de onde as personagens, os conflitos narrativos e as lições de moral transmitidas da reportagem são analisadas.

Assume-se nesta pesquisa uma noção de “cultura visual” muito próxima daquela conceituada por Raimundo Martins (2012, p. 70). O pesquisador a coloca num campo emergente, transdisciplinar e transmetodológico, sob um prisma que discute e trata som e imagem para

além de seu valor estético. Dessa forma, busca-se também “compreender o papel da imagem na vida da cultura” (Martins, 2012, p. 26), e de que forma as imagens apresentadas na dramaturgia contemporânea instigam os telespectadores a interpretação crítica do visual.

Destaca-se também o conceito de bios midiático pontuado por Sodré (2002) e utilizado por Mata (2021) para analisar o caráter doméstico, que, na contemporaneidade é elemento presente nas lives musicais brasileiras, videocliques, e também em reportagens, como é o caso de nosso objeto em questão. Operando nestes terrenos, estabelecem-se os seguintes eixos para a ficha de análise:

Uma vez definido nosso objeto, ressaltamos a forma de obtenção do material de análise, feita exclusivamente por meio da plataforma Globoplay e propomos 5 eixos de avaliação:

1. A domesticidade em telas
2. A representatividade dos atores envolvidos
3. A síndrome de Darth Vader no feminicídio
4. A função pedagógica do Telejornalismo
5. Metáforas e evocações imagéticas.

A Domesticidade em Telas

A questão e os usos de um discurso de domesticidade em telas é um dos elementos com presença frequente em nosso recorte. Na produção, o repórter inicia a história entrando no lar da criança, abrindo a porta e cumprimentando casualmente os moradores com a expressão “oi, tudo joia”? O quarto, as bonecas também dão conta dessa ambientação

que alude a um ambiente doméstico, intimista e infantil. A menina brinca com a boneca, enquanto fala para o brinquedo “filha, vou fazer seu churrasco”. O quadro(arte) que aponta que 84% das mulheres foram assassinadas pelos próprios companheiros também evoca um outro lado da domesticidade/convivialidade. Os agentes públicos atendem nas casas, mesmo debaixo de chuva. A conversa com os filhos jovens, feita em casa. Assim, como proposto por Jost (2007) o repórter sempre tonaliza seu discurso numa tentativa de aproximação dos jovens. Ele explica: “eu conversei antes com os filhos”...sugerindo certa intimidade com as fontes ou ainda “bastou um dia de convívio para acreditar no futuro dessa criança “ (quando a criança diz que ama estudar e quer ser cientista).

Nesse sentido, é perceptível que o bios midiático da reportagem se ancora em um ambiente que alterna domesticidade e aspecto/interesse público. Esse mix pode ser entendido como uma estratégia sensível (Sodré, 2006) que mobiliza os telespectadores a terem empatia pelos personagens apresentados e, dessa forma, desperta interesse pelo tema a fim de mudar esse contexto.

A Representatividade dos Atores Envolvidos

Ao analisar os personagens da dramaturgia em questão, observa-se que a criança não aparece frontalmente, o que é óbvio por motivos de segurança e de direitos. Contudo, há um significativo peso desse recurso de cinegrafia no relato. (O repórter inclusive ressalta a preocupação de abordagem de “certos temas com as crianças”); As mães são caracterizadas como vítimas. Mas, também provedoras, “superadoras” (de câncer de mama inclusive), reprodutoras (já que a questão da idade reprodutiva é um dos dados sobre o estudo), e também vítimas (há

inclusive menção da avó, no final de que “fomos vítimas eu, minha filha e neta”. Merece destaque o grande número de experts mulheres. Samira, Jennifer, advogada da família, pediatra da USP (Ana), Sueli (advogada ativista), Márcia Moraes (assistente social no Norte), Jocilene. Essas mulheres equilibram certa passividade das vítimas na trama (até porque as vítimas que morreram, precisam de quem advogue por elas, inclusive audiovisualmente e não só na sessão de julgamento do assassino); O assassino também tem local de destaque, closeups inclusive. Mas a edição de suas falas direciona para a defesa da vítima, “eu adquiri essa arma na única intenção de tirar minha vida” (mas não tirou, como retruca o profissional da justiça). Os momentos em tela do advogado de defesa dizendo que “ele não estava bem da cabeça”, da advogada da acusação dizendo com veemência que não aceita os argumentos da defesa, e do próprio repórter tipificando o crime “No júri do feminicídio de Regiane...” são índices que levam a audiência a antecipar o resultado da audiência que, ao final da reportagem, caracteriza o réu como condenado. Considerando os filhos como extensão da vítima, estes são humanizados e assegurados como pessoas que não precisam apenas ser amparados pela justiça, mas necessitam de acompanhamento.

A Síndrome de Darth Vader no Feminicídio

A Síndrome de Darth Vader⁹ proposta por Jhonatan Mata (2013) marca presença constante no relato. “Quando o feminicídio atingiu essa

9. A síndrome de Darth Vader refere-se aos vilões sem rosto do telejornalismo local. Essa teoria faz referência à dramaturgia do telejornalismo (Coutinho, 2012) e nasce do livro “Um Telejornal para chamar de seu: identidade, representação e inserção popular do telejornalismo local”. Na obra, Mata (2013) estuda a inserção popular na mídia local juiz-forana.

família ela tinha um ano”. Cumpre ressaltar que Femicídio é o termo que trata da tipificação do crime, não realiza ação. Há agentes humanos que executaram a ação, nublados com o substantivo/crime. O decreto foi publicado por alguém(atual presidente do Brasil Jair Bolsonaro) “Em nota ao Fantástico, O Ministério da Família não informou quando começa o atendimento direto aos órfãos” (Quem do Ministério e Por quê?) As quem assinou esse documento tão crucial?”As vítimas precisam do apoio do Estado” (frase genérica, todos precisamos do Estado. Na verdade, quem pode deliberar sobre o assunto não aparece em vídeo), isso contribuir para uma ideia de problemas genéricos que nublam responsabilizações.

A Função Pedagógica do Telejornalismo

É nítida, na produção, um caráter pedagógico como ressaltado por Vizeu(2009). Ao mediar os acontecimentos contribuindo para um modo de percepção da vida , o telejornalismo ocuparia um lugar de referência no qual o jornalista tem a tarefa de explicar o porquê dos fatos. Logo na apresentação da reportagem, as apresentadoras Maju Coutinho e Poliana Abritta ressaltam que feminicídio é crime e que os dados, obtidos com exclusividade do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, revelam o perfil das mulheres vítimas da violência de gênero. Apesar de indicar o que se intitula como a causa do fenômeno, há uma fragilidade em não explicar o que, de fato, é a violência de gênero. Contudo, a reportagem indica que as histórias apresentadas servem para exemplificar um problema sócio-cultural que afeta milhares de famílias no país. Além disso, as imagens de arquivo recuperam outras instâncias de audiovisual “JN, “Feminicídio, guarde esse nome” são

outras ferramentas que situam o telespectador na temática. O quadro com dados sobre o feminicídio no país, a menção às 2321 mortes, as falas das experts, os projetos implementados são diferentes recursos utilizados pelo repórter para tornar o assunto da violência contra a mulher (e suas camadas invisíveis) mais compreensível para a sociedade.

Figura 1

Arquivos sobre feminicio recuperados do Jornal Nacional e Jornal Hoje



Fotografia: Reprodução Fantástico (Globoplay)

Metáforas e Evocações Imagéticas

Metáforas e evocações imagéticas marcam presença intensa na narrativa. A flor é tida como símbolo recorrente e evoca antigas e

profundas simbologias atreladas ao conceito de “feminilidade”, fertilidade, criação, nascimento e beleza. Elas aludem, sobretudo, a um “universo feminino standard”, uma espécie de “feminino starter pack”, constituído por flores, pela religiosidade e pelas mãos (destacada no título deste trabalho por meio do verbo “embalar”. Isto é, embalar é balançar com as mãos, com ternura. Há mãos da criança, da vó, mãos dadas durante o julgamento, mãos machucadas, “justiça com as próprias mãos” (dizem os filhos). A justiça conforta, mas não “ampara” os filhos do feminicídio, diz o texto final. E a cobertura em questão? Ampara? Dá a mão?”! Justiça de Deus” na camisa dos filhos de Regiane, a imagem emblemática da maçã que representa amor(para mitologia grega) e conhecimento/desejo que - no caso da criança em questão não tem na comida por conta da perda da mãe ;o corte de cabelo - que traduz a força de Regiane mesmo perdendo pelos associados a feminilidade e beleza das mulheres - são elementos que reforçam esse atravessamento.

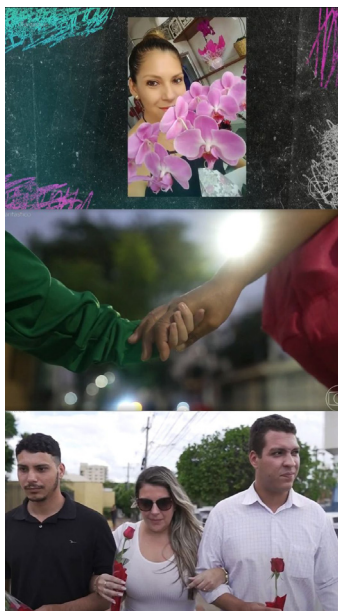
Do início ao fim as flores estão presentes na narrativa: “ela amava flores, era florista,”um sábado de flores”, “um sábado de buquê de noivas” são expressões ditas em tela. Rosas vermelhas fecham a produção e dizem muito sobre uma (mas não única) narrativa sobre feminilidade (muitos coletivos feministas inclusive têm nas flores inspiração para seus nomes). Apesar da flor, como todo símbolo, apresentar conotações e denotações importantes, é válido questionar se essa representação constrói uma realidade (Berger & Luckmann, 2004) que reforça estereótipos, padrões e identidades sobre o que é ser mulher.

Embora haja o questionamento, entende-se que o objetivo da narrativa ao recorrer ao símbolo aparentemente foi de evocar a força e beleza das mulheres que se foram nesses crimes brutais, bem como

o poder do feminino como algo do campo das sutilezas, da suavidade, da criação, da boa energia (em contraposição ao pesado ambiente da audiência, das conversas em vídeo, e mesmo da brutalidade e viés destrutivo, desagregador, do masculino neste espaço narrativo).

Figura 2

Alguns dos frames de flores e mãos apresentados na reportagem



Fotografia: Reprodução Fantástico(Globoplay)

Considerações Finais

A produção em análise tinha como promessa trazer dados inéditos e dar visibilidade à realidade das pessoas que ficaram órfãs por crimes de feminicídio. Crianças e adultos que, além de perderem a

mãe assassinada, ficaram carentes da figura paterna e de subsistência emocional e econômica - já que - na maior parte das casos - a fonte de renda dessas casas provinha das mães. Somados os aspectos paratextuais e os eixos analisados, pode-se observar a inclusão da perspectiva de gênero(embora não haja elucidação do que é o fenômeno é de fato), humanização para representar as vítimas e apelo para implementação de políticas públicas que garantam uma rede de apoio a esses órfãos como também implementações de leis que assegurem e ampliem a vida das mulheres, prevenindo possíveis casos de feminicídio.

Apesar de reforçar a carência de estatísticas específicas sobre a realidade dos órfãos do femicídio e apontar para a importância de estudos que compreendam essa realidade, observa-se que a Síndrome de Darth Vader marca presença constante na dramaturgia da obra analisada. O que indica uma fragilidade sobre papel pedagógico do jornalismo (Vizeu, 2009) da narrativa audiovisual em questão. Afinal, por trás de órgãos responsáveis para combater o problema existem agentes. Quando esses atores se escondem por trás de instituições genéricas, a população não sabe - efetivamente - a quem recorrer ou mesmo se indignar. Nesse sentido, pontua-se que apesar das estratégias imagéticas e sensíveis adotadas, a dramaturgia do Fantástico perde sua potência quando a síndrome do vilão sem rosto se faz presente.

Contudo, em linhas gerais, é possível inferir que o programa embala a narrativa dos órfãos do feminicídio com sensibilidade e esperança ao mostrar que a justiça pode ser feita e que é possível mudar essa realidade. Ademais, ao narrar esse típico drama cotidiano, o Fantástico norteia caminhos importantes para a garantia dos direitos humanos das mulheres, inclusive, aqueles que cruzam as diferentes avenidas

do silêncio(SOLNIT, 2017) e serve de instrumento para que possíveis vítimas e famílias afetadas busquem seus direitos. Isto é, além de denunciar em telas as múltiplas violências de gênero, a revista rompe com o silêncio que paira sobre a temática, até então invisível na grade de uma TV aberta, em horário nobre.

Referências

- Berger, P, & Luckman, T. (2004) *A Construção Social da Realidade*. Vozes.
- Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual. Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Insular.
- Coutinho, I. (2012) *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Mauad X.
- Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, São Paulo, SP, Brasil.
- Coutinho, I., & Pereira, A (2021). Perspectiva de gênero em telas acréscimos ético-informacionais à dramaturgia do telejornalismo. In C. Emerim, A. Pereira, & I. Coutinho (Orgs.), *Teorias do telejornalismo como direito humano*. Insular.

- Ferreira, L. (2020, novembro 25). *Manual Universa para Jornalistas: Boas práticas na cobertura da violência contra a mulher*. UOL. <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/11/25/universa-lanca-manual-para-jornalistas-cobrirem-violencia-contra-a-mulher.htm>
- Goffman, E. (2002). *A representação do eu na vida cotidiana*. TVozes.
- Jost, F. (2007). *Compreender a televisão*. Sulina
- Mata, J.(2021). Morte e vida em telas: análise das estratégias sensíveis entre profissionais e público nas dez maiores lives musicais do planeta num cenário da pandemia. *MusiMid*
- Mata, J. (2019). *Um telejornal para chamar de seu: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local*. Editora UFJF.
- Sodré, M. (2005). Por um conceito de minoria. In R. Paiva & A. Barbalho (Orgs.), *Comunicação e cultura das minorias*. Paulus.
- Solnit, R. (2017). *A mãe de todas as perguntas: Reflexões sobre os novos feminismos*. Companhia das Letras.
- Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Famecos*, 16(40), 77-83.

EROSÃO DA CONFIANÇA DIANTE DA ESTRUTURA FRAGMENTADA NA VEICULAÇÃO DE NOTÍCIAS AUDIOVISUAIS

Ana Paula Goulart de Andrade¹

Jemima Bispo de Jesus²

Luiz Felipe Novais Falcão³

Simone Teixeira Martins⁴

A invenção da imprensa por Johann Gutenberg e sua consequente difusão, a partir do século XV, foram o ponto de partida para o avanço e a massificação do processo de leitura. Desde então, o consumo

-
1. Doutora em Comunicação pelo Prog. de Pós-graduação em Com. da Pontifícia Universidade Católica, PUC-Rio. Prof. da Univ. Federal do Rio de Janeiro da Escola de Comunicação Eco – UFRJ e da Facha. goulartdeandrade@gmail.com
 2. Doutoranda e Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Univ. Federal de Juiz de Fora. Pesquisadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual. jemimabispo0@gmail.com
 3. Doutorando e Mestre em Comunicação pela UFJF. Desenvolve estudos na linha de Pesquisa Mídias e Processos Sociais do PPGCOM da UFJF. Pesquisador do NJA (Núcleo de Jornalismo e Audiovisual). luizfelipefalcao@gmail.com
 4. Doutoranda e Mestre em Comunicação pela UFJF. Bolsista Capes, desenvolve estudos na linha de Pesquisa Mídias e Processos Sociais do PPGCOM da UFJF. Pesquisadora do NJA (Núcleo de Jornalismo e Audiovisual). sistema@gmail.com

de informações alargou exponencialmente. Ao processo histórico que marca o aumento significativo desse consumo soma-se a escalada do acesso à internet nos últimos anos, que levou conexão a 4,7 bilhões de pessoas, segundo estudo promovido pelo *Hootsuite*, em parceria com a agência *We Are Social*, em janeiro de 2021.

Esse ambiente permite ainda uma confluência a partir da interação entre um grupo de pessoas, com diversas referências culturais, que se reúnem mediante um ponto em específico e, ao conversarem sobre ideias, mensagens e valores, acabam acrescentando suas próprias considerações sobre o tema — podendo até transformar o conteúdo em algo diferente e relançar na rede. Trata-se da convergência digital (Jenkins, 2009), representada pela capacidade de definir as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais percebidas no cenário contemporâneo dos meios de comunicação, e ainda gera debates acerca do que representa o enorme volume de informações que circula pela rede virtual.

Nesse cenário, o desafio dos produtores de conteúdo de qualidade é fazer com que prevaleçam os valores do jornalismo profissional na dissonância *sui generis* do meio digital, que abarca, em suas múltiplas plataformas, realidade e ruído, fato e opinião, notícia e “notícia falsa”, saturação e ausência de informação, entre tantas outras cacofonias. Entende-se por jornalismo profissional aquele regido por regras técnicas e padrões de conduta que garantem relatos fidedignos de fatos relevantes.

A partir dessa breve contextualização preambulamos este capítulo, dedicado à observação de coberturas telejornalísticas que, em uma mirada inicial, nos parecem repetir, de maneira intensiva e exaustiva, determinados acontecimentos, mesmo quando não há novos fatos. É o

que, neste trabalho, denominamos como “requenta visual”. Isso porque, nas telas, percebe-se um número crescente de repórteres nas entradas ao vivo fragmentando os elementos constituintes de uma reportagem para aumentar/justificar o tempo de produção dos telejornais nas grades. A repetição exaustiva de fatos e a ausência de novas informações e adendos sinalizam a emergência de uma espécie de saturação informacional, levando às audiências a sensação de que a informação recebida é repetitiva e confunde mais do que esclarece. Portanto, nossa hipótese é a de esse fenômeno produza uma “erosão de confiança”.

A partir dessa hipótese, preliminar e ainda insipiente, tomamos como amostra o caso do assassinato de Moïse Kabagambe, refugiado congolês agredido no dia 24 de fevereiro de 2022, em um quiosque na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. O episódio foi noticiado nas principais emissoras do país e escolhido para análise após a projeção massiva das imagens das câmeras de vigilância. Para o presente trabalho, importamos as coberturas realizadas pelos programas *É de Casa*, *Jornal Hoje* e *Jornal Nacional* (TV Globo) e *Estúdio i*, *Em Pauta* e *Jornal das Dez* (Globonews). Por meio da metodologia da *Análise da Materialidade Audiovisual* (Coutinho, 2016), busca-se compreender em que medida, na cobertura intensiva de um fato, não ocorreria esse estado de “sobreinformação”, colocando em risco os telejornais como espaço informativo.

Linhas Teóricas e Percurso de Análise

Quando nos propomos a estudar, pesquisar e analisar toda e qualquer produção jornalística é preciso levar em conta o contexto, o período, públicos, formas de produção e trabalho de profissionais, que se balizam por critérios de noticiabilidade. Esses critérios, por sua vez,

partem inicialmente de elementos que se organizam a partir da prática profissional: valores-notícia. É sobre esse conceito que nos debruçamos, aqui, na perspectiva da professora Gislene Silva (2005), que pensa a noticiabilidade a partir do exercício inicial de delimitar valores-notícia separadamente do conceito de seleção de notícias. Para a autora (2005, p. 106), outros processos também são necessários, como o tratamento dos fatos noticiosos e a interpretação que a notícia faz desses acontecimentos. Tal instrumento da profissão é aplicado (ou deveria ser) para todo e qualquer segmento, perfil e meio de comunicação que se propõem a fazer jornalismo. A autora organizou um compilado de valores-notícia em uma tabela operacional que lista as possibilidades de análise dos acontecimentos noticiosos que sugerem a cobertura ou não de cada um deles.

Nesse sentido, uma vez que estamos tratando de telejornalismo, é preciso acionar o que diz Alfredo Vizeu (2014): o telejornal e, consequentemente, a cobertura televisiva representam “o meio mais simples, cômodo, econômico e acessível para conhecer e compreender tudo que acontece na realidade e como se transforma a sociedade” (2014, p. 90). Na mesma esteira, Francisco Rui Cádima (1998) destaca o ambiente televisivo como aquele que desempenha papel importante na transmissão de valores sociais e em seu desenvolvimento e que, a partir da introdução das tecnologias digitais, “caminha agora para um novo ciclo de forte interação com o público, alterando-se assim também o vínculo social e cultural” (1998, p. 3).

O telejornalismo se configuraria ainda como lugar de referência (Vizeu & Correia, 2007): um ambiente familiar, de confiança. Essa realidade pode ser ampliada, hoje, para as muitas telas e interfaces

audiovisuais trazidas com a tecnologia. Mas, ainda assim, entendemos que se conserva o consumo de informação de forma ampla por meio do audiovisual. É inegável o potencial mobilizador que os programas jornalísticos de TV têm e, exatamente por essa razão, a cobertura precisa garantir o equilíbrio entre o que é notícia de interesse público e o que ultrapassa o limite, acessando o entretenimento e a saturação informacional sob risco de colocar o papel social do jornalismo em xeque.

Temos ainda que considerar o ambiente de veiculação da “boataria digital”, que fortalece o processo de desinformação. O acesso a um sem-fim de conteúdos audiovisuais, vindos de todos os lados e telas, coloca em suspensão a credibilidade da informação. Entendendo, então, o telejornalismo como um espaço de referência, de aproximação, buscamos com este estudo encontrar alguns dos limites relacionados ao ato de noticiar que consigam dar segurança aos públicos, levando em consideração as estratégias que também são importantes para garantir audiência.

De acordo com Cádima (2002), a qualidade da televisão sempre suscitou debates. Ao diferenciar os modelos público e privado, o autor coloca a qualidade do audiovisual em toda sua dimensão como um conceito passível de alteração, não estanque. Ela varia de acordo com os níveis de percepção de públicos e, inclusive, as políticas de regulação. O autor ainda chama atenção para o que mobiliza os públicos a buscarem o meio de comunicação: “o chamado grande público pretende sobretudo uma oferta compatível com as suas necessidades no plano do entretenimento, do imaginário ficcional, humorístico e, ainda, naturalmente, no plano da informação” (2002, p. 7).

Dessa maneira, levantamos algumas questões para as quais lançamos atenção ao tentar localizar a importância, o tratamento e os limites de uma cobertura jornalística para não cairmos na esparrela de desinformar a partir do excesso de produtos audiovisuais. Segundo Vizeu e Cerqueira (2016, p. 7), a crença na fidelidade das pessoas e das coisas, essencial à noção de confiança. No acordo tácito entre público e emissora, poderia ocorrer o que aqui denominamos “erosão”, ou seja, uma quebra de credibilidade.

Mas qual a medida exata dessa contribuição? Vimos, até aqui, a necessidade dos valores que pautam o jornalismo ao escolher o que é notícia. Porém, na televisão, esses valores, muitas vezes, estão em uma camada inferior ao apelo da imagem, como alertam Alfredo Vizeu e Jô Mazzarolo (1999).

O lead tradicional do jornal, que traz na abertura da matéria o fato mais importante da reportagem, é subvertido na televisão. Ele dá lugar a uma abertura da matéria que não vai necessariamente se preocupar com o fato mais importante da notícia, mas com o detalhe mais atraente, mais sedutor ao telespectador, já que é preciso prender a audiência. (Vizeu & Mazzarolo, 1999, p. 62)

Para encontrarmos as respostas que agregam o valor da informação, o volume de notícias veiculadas, a repetição em busca de audiência e o contexto de consumo do audiovisual noticioso, lançamos mão de uma metodologia que consiga abarcar todas estas características e processos: Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016). Tal método pressupõe que os elementos de um audiovisual são indissociáveis. Eles se organizam em uma experiência única de fruição e produção de sentido que precisam ser vistos em sua inteireza pelo pesquisador.

A metodologia pede que, ao colocar lentes sobre o material, leve-se em conta as dúvidas de pesquisa para definir quais aspectos observar e avaliar. Essa avaliação segue amparada por um referencial teórico que sustenta uma ficha de análise. No caso deste artigo, inicialmente, escolhemos a cobertura a ser analisada. Posteriormente, nos submetemos a experiência de assistir ao material audiovisual disponível no repositório da emissora e elaborarmos um formulário de análise capaz de trazer respostas aos nossos questionamentos. Para conseguir dimensionar a forma como a repetição de informações e o “requeenta” interferem na credibilidade, entendemos que um único telejornal seria insuficiente para nos dar respostas. O fluxo, ao longo dos dias de cobertura a partir do factual, é fundamental. Por essa razão, a análise parte da cobertura disposta ao longo da grade e nos telejornais que a compõem. O caso Moïse trouxe, ao longo da cobertura, entradas ao vivo, matérias editadas, notas e boletins. Observamos, em um primeiro eixo de análise, se o todo da narrativa, durante a cobertura do fato, trouxe dados novos e informações factuais a cada inserção e, ainda, se no telejornalismo, como esfera pública, a informação repetida continua sendo de interesse público ou apenas segue a padrões comerciais. Nos interessou saber ainda, em outro eixo de análise, se as entradas ao vivo e a necessidade de “fazer render” tempo de inserção do noticiário configuram uma divisão, fragmentando a informação e comprometendo a recepção.

A Informação (Re)Produzida pelos Noticiários da TV Globo

O primeiro programa analisado foi o matinal *É de Casa* (2022), veiculado ao vivo aos sábados pela manhã pela Rede Globo. Após a abertura e a veiculação de algumas matérias, em sua maioria leves (a

única informativa foi a que relatou um deslizamento de terra ocasionado pelas fortes chuvas em Franco da Rocha, interior de São Paulo), o apresentador Manoel Soares começa a noticiar os principais acontecimentos no país.

Uma nuvem de palavras é apresentada no telão do estúdio e o jornalista discorre sobre os assuntos mais falados nas redes sociais. Aborda inicialmente temas gerais para, em seguida, destacar palavras mais comentadas ao longo da semana: congolês e Moïse. Prontamente, relembra o assassinato brutal do jovem congolês por ter cobrado seu salário no quiosque Tropicália, onde trabalhava, na Barra da Tijuca, zona oeste do Rio de Janeiro. Soares ressalta que o crime foi assustador, desenvolvendo uma Dramaturgia do Telejornalismo, como conceitua Iluska Coutinho (2012), para causar comoção nos telespectadores. Em seguida, pede ao diretor do programa para retirar as imagens do assassinato, que estavam sendo veiculadas: “é sábado de manhã, né diretor? Não vamos mostrar essas imagens agora não!” (É de Casa, 02h03min43s, 2022). Ressalta que os espectadores provavelmente já haviam visto as imagens e que o fato era importante demais para ser silenciado. Em seguida, informa sobre a manifestação pedindo justiça, que aconteceria às 10 horas da manhã em frente ao quiosque onde ocorreu o crime. Entendemos ser importante destacar que Manoel Soares é um jornalista negro e, portanto, personagem emblemático para discutir esse caso de racismo e xenofobia sofrido pelo imigrante da República Democrática do Congo.

Em seguida, o apresentador informa que vai acompanhar o protesto com o objetivo de mostrar a seriedade do assunto, criando um vínculo com os espectadores e pedindo para que esses continuem

assistindo o programa para serem mais informados sobre o desenrolar do fato, criando uma expectativa de oferta de novas informações, o que não se concretizou. O programa segue com os temas mais leves até Patrícia Poeta retomar o assunto, destaque ao longo da semana nos noticiários da Globo, porque Moïse foi covardemente assassinado a pauladas depois de cobrar 200 reais por dois dias de trabalho não pagos. Cabe ressaltar que essa foi a primeira e única vez, ao longo da programação analisada, que o motivo pelo qual o congolês foi morto foi verbalizado.

Já ao vivo na manifestação, Manoel Soares informa ser “interessante que as pessoas estão se unindo a favor da paz” (É de Casa, 02h59min31s, 2022). Conversa com a advogada Thamires Sampaio, da Frente Nacional Antirracista, que relata haver entrado com uma representação no Ministério do Trabalho do Rio de Janeiro pedindo que a investigação fosse estendida para todos os quiosques da Barra da Tijuca para discutir as condições de trabalho dos cidadãos, “em especial os imigrantes e os negros para evitar que aconteça mais uma morte brutal como essa do Moïse” (É de Casa, 03h00min10s, 2022). Passando da informação à opinião, Manoel Soares destaca que “a abolição da escravidão acontece em 1888, mas a gente vê que, quando uma pessoa acaba sendo morta por exigir o seu salário, isso prova que houve uma extensão do seu processo escravista. E esse processo escravista tem resultados assim como lá no período colonial” (É de Casa, 03h00min28s, 2022). Em seguida o jornalista chama a atenção dos espectadores para o professor Diogo de Andrade por ter levado seus dois filhos para o protesto, que ressalta ter tido tal atitude para que suas crianças entendam o que é racismo e tenham uma educação antirracista.

Ainda ao vivo no meio de manifestantes, Soares relata ter sido chamado de macaco, preto imbecil e que a Rede Globo deveria tê-lo colocado em uma jaula, demonstrando tristeza e indignação. Prontamente, agradece ao professor pela atitude de educar seus filhos e acrescenta que devemos todos educar nossos filhos para a paz, adotando novamente uma Dramaturgia do Telejornalismo com o emprego da lição moral. De volta ao estúdio, Manoel Soares mostra-se assustado com o que aconteceu enquanto esteve na manifestação e narra sua experiência sem destacar a morte de Moïse Kabamgabe, mas suas vivências no protesto, criando outra abordagem, deslocando-se do assunto principal e contribuindo para a saturação informacional.

O segundo programa analisado foi o Jornal Hoje (2022). Já na escalada, Alan Severiano declara ser um “sábado para lembrar de Moïse” (Jornal Hoje, 00min15s, 2022), informando que nove capitais brasileiras fizeram manifestações pedindo por justiça e que a Prefeitura do Rio havia anunciado a transformação dos quiosques onde o rapaz foi morto em um memorial sem, contudo, inserir informação nova para os telespectadores. O assunto é abordado na segunda reportagem do telejornal. Aos 12min58s, Alan Severiano inicia a chamada da notícia ratificando o anúncio feito pela Prefeitura do Rio de Janeiro de que iria transformar a área onde Moïse Kabamgabe foi assassinato em um memorial, apresentando novamente uma não-notícia, com a ausência de fatos novos, como sugere nosso primeiro eixo de análise. Acrescenta, ainda, que a concessão do quiosque onde o congolês trabalhava foi oferecida para a família dele.

Em seguida, a reportagem tem início com imagens dos manifestantes segurando um cartaz, que confirmava o *off* do repórter, afirmando

que “vidas negras importam” (Jornal Hoje, 13min23s, 2022). Um povo fala valida o protesto para, logo após, exibir imagens do congolês sendo espancado com a informação de que o crime havia acontecido há quase duas semanas. Entendemos que esse trecho tenha sido construído para gerar comoção e conscientizar os espectadores sobre a brutalidade do crime, em uma Dramaturgia do Telejornalismo (Coutinho, 2012) para conquistar ainda mais audiência, como sugere nosso segundo eixo de análise. Na passagem de Erick Rianelli, mais um exemplo do conceito apresentado por Iluska Coutinho (2012): “agora são 11h30 da manhã e os manifestantes decidiram caminhar pela praia da Barra. Esse é um dos endereços mais caros do Rio. Ao lado de prédios luxuosos, um homem negro, pobre, refugiado foi espancado até a morte” (Jornal Hoje, 14min30s, 2022). Logo em seguida, outro *off* coberto por imagens mostrando protestos em outras capitais brasileiras e algumas cidades de outros países, intercalado pelo canto expressando a dor dos africanos, sonoras com imigrantes e discursos diversos pedindo justiça para Moïse e condenando o racismo.

O terceiro e último noticiário veiculado pela Rede Globo no sábado, 05 de fevereiro, foi o Jornal Nacional (2022). Já na escalada, o destaque sobre as manifestações em várias cidades brasileiras, e no exterior, pedindo justiça pelo assassinato de Moïse não acrescentou fatos novos. O tema foi abordado já na primeira reportagem, mais uma vez com a repetição das informações. A notícia veiculada no Jornal Hoje foi “requeitada”, com a troca de algumas sonoras e a inserção de outras imagens, apenas.

A Informação (Re)Produzida pelos Noticiários da GloboNews

Para contemplar a análise de canais por assinatura foram observadas, ao todo, sete edições dos seguintes programas: Estúdio I⁵, Globo News Em Pauta⁶ e Jornal das Dez⁷, nos dias 03, 04 e 05 de fevereiro de 2022. Em comum, a maioria das informações ligadas ao caso Moïse foram transmitidas ao vivo, seja por entradas do repórter em um local neutro, com o apoio de ilustração de imagens, ou por comentarista durante uma apresentação no próprio estúdio. A exceção ficou por conta da edição de sábado do Jornal das Dez.

A primeira edição observada foi a do Estúdio i, em 03 de fevereiro, com duração de 2min42s (Estúdio I, 2022a). O fato foi escolhido para abrir o telejornal na escalada, tendo como gancho o depoimento do dono de um quiosque ao lado. O caso foi apresentado por meio de entrada ao vivo do jornalista Guilherme Rios Cardoso, na porta da delegacia. O “ao vivo” se justifica pelo desenrolar da história durante a exibição e pelo repórter estar no local do acontecimento, em busca de mais novidades, além de recuperar outros fatos já exibidos como protestos, ameaças à família etc. Durante a exibição do “ao vivo” o comentarista Otávio Guedes faz uma intervenção e diz “deixa eu ver se eu entendi” (Estúdio I, 01h08min23s, 2022a), repassando as informações dadas pelo repórter e criando uma sensação de dúvida sobre os acontecimentos relatados.

-
5. Telejornal exibido na Globo News, de segunda a sexta-feira, de 14 h às 16 horas, apresentado por Leilane Neubarth, já que a Maria Beltrão, então apresentadora oficial do telejornal, estava de férias.
 6. Telejornal exibido na Globo News, de segunda a sexta-feira, de 20 horas às 22 horas, apresentado por Marcelo Cosme.
 7. Telejornal exibido diariamente na Globo News, de 22 horas às 23h e 30 min, apresentado por Aline Midlej e, eventualmente, por Cecília Flesch.

A segunda análise do Estúdio i, em 04 de fevereiro, teve duração de 2min41s (Estúdio I, 2022b). O caso não entrou na escalada; ganhou destaque apenas depois de uma hora do início do programa. A justificativa para a exibição da pauta foi a colocação de uma faixa no quiosque Tropicália. A Dramaturgia do Telejornalismo (Coutinho, 2012) pode ser observada quando a apresentadora Leilane Neubarth chama a repórter Lilian Ribeiro, que trabalha em *home office* e está em tratamento de um câncer. No diálogo há uma semelhança de lutas, tanto da família do Moïse por justiça, quanto da repórter contra o câncer: “já que a gente está falando de uma luta, vamos falar de uma guerreira que é a Lilian, que está com a gente mostrando a sua força” (Estúdio I, 01h16min45s, 2022). Na análise em questão é comum o uso dos verbos “continua” e “segue sendo investigado” durante a exposição do tema, o que enfraquece o teor de novidade do acontecimento, causando a sensação de “mais do mesmo” de um fato. Outra observação durante a intervenção “ao vivo” da repórter foi a ausência de comunhão do que se fala com o que se vê, ou seja, a produção de sentido imagética também adquire uma forma pulverizada para o consumo televisual.

A edição da Globo News em Pauta do dia 03 de fevereiro, com duração 01min46s (GloboNews em Pauta, 2022a), revela que o caso foi relatado por meio de entrada “ao vivo” de um jardim, um lugar neutro, com o jornalista Léo Hamawaki. O “gancho” para a novidade do caso era a manutenção da prisão dos suspeitos, dita na primeira frase da participação “ao vivo”. O restante do conteúdo foi um “requebra” do assunto, coberto com imagens de um “copião” ou “ilustra”⁸. Na sequência,

8. Copião ou ilustra são termos no jargão de redação, associados a uma colagem de imagens sobre o caso que está sendo exibido, com intenção de dar apoio ao repórter e movimentação à entrada ao vivo, relembrando cenas do caso narrado.

o caso volta a ser debatido pela comentarista Eliane Cantanhêde, que relembra a pauta, sem novidades.

No dia seguinte, o Globo News em Pauta (2022b), com duração de 1min45s, mostra que o fato foi exibido apenas no final do telejornal, no #focoempauta, um espaço reservado para “as imagens que marcaram a semana”. Curioso percebermos que o destaque foi dado pela jornalista Sandra Coutinho, de Nova York, que juntou o caso do Moïse com o assassinato do Durval, o vizinho negro morto por um sargento da Marinha, na região metropolitana do Rio. A jornalista reforça a questão do racismo estrutural e chama a atenção para a desigualdade social brasileira: “enquanto a gente não tiver mais doutores, mais pessoas afrodescendentes nas posições de comando, a gente terá um país desigual, também racialmente, além da desigualdade racial que já é tão grave” (Globo news em pauta, 1h42min35s, 2022b). O encaixe do produto no espaço referido mostra um tensionamento entre notícias globais e locais, além de apontar o olhar da própria jornalista sobre o caso, valorizando a ciência e a ocupação de espaços de poder por pessoas negras. Percebemos que esse lugar é uma tentativa de aproximação com a linguagem das redes sociais digitais na lógica da ecologia midiática, com a utilização, inclusive, de *hashtags* na perspectiva da gramática da hipertelevisão (Carlón, 2014).

A pauta apareceu no Jornal das Dez (2022a), exibido no dia 03 de fevereiro, com 1min16s de duração. A novidade estaria amparada na ameaça que a família recebeu por parte da polícia militar e a manutenção da prisão dos três homens suspeitos. A entrada “ao vivo” foi com o mesmo repórter do Globo News em Pauta, Léo Hamawaki, utilizando as mesmas imagens para ilustração, diferenciando-se apenas

pela modificação de legenda dos dois telejornais. Enquanto O Globo News em Pauta deu destaque para a manutenção dos suspeitos, o Jornal das Dez grifava a ameaça à família. Notamos que o produto não sofreu diferenciação durante a grade de programação entre os telejornais em questão.

Durante a penúltima análise do Jornal das Dez (2022b), no dia 04 de fevereiro, com 1min18s de duração, o assunto foi mostrado por uma locução ao vivo da apresentadora, ilustrada por imagens de uma faixa posta pela ONG Rio de Paz no local do assassinato. Na sequência, relembrou o caso com as imagens de câmeras de segurança. Mais uma vez é flagrante a preferência em noticiar o assunto por meio do “ao vivo”, conforme focaliza Carlón (2014) sobre a linguagem da TV.

A última análise do Jornal das Dez (2022c) foi feita no dia 05 de fevereiro, com duração de 1min48s. Foi o único programa que trouxe a exibição de um produto gravado sobre o tema com 3min5s. O VT abria com a novidade do protesto no local, fazia um panorama pelos lugares do país e do mundo que repercutiram o assunto. De fato, se comparado aos outros produtos, podemos perceber que foi o que trouxe mais novidades, conferindo uma leitura gramatical audiovisual com maior eficácia.

Considerações Finais

A partir das análises realizadas nos programas da TV Globo e Globonews, nos quais foram veiculados os desdobramentos do assassinato do congolês Moïse Kabagambe, traçamos algumas inferências, preliminares e inacabadas, em relação às abordagens. Antes, contudo, é importante ressaltar nossas justificativas em relação à escolha do

referido acontecimento. O assassinato ocorreu em 24 de janeiro de 2022, mas só veio à tona e ganhou repercussão depois da divulgação das imagens de câmeras de segurança, em 01 de fevereiro de 2022. Portanto, disputava visibilidade com outros acontecimentos locais e globais, sobretudo relacionados à vacina, com aumento dos casos de Covid-19 por conta da variante Ômicron. Na mesma semana o caso de um homem negro assassinado pelo vizinho potencializou o assunto pela afinidade em termos editoriais, embalando a pauta pela temática do “racismo”. Além disso, o contexto também trazia a questão da Guerra entre Rússia e Ucrânia.

Acreditamos que os produtos audiovisuais apresentados nas duas emissoras analisadas, em muitos momentos, repetiram determinados acontecimentos de forma extenuante, mesmo na ausência de novas evidências e fatos. A análise corroborou, portanto, a ideia de “requenta visual”, na medida em que as longas entradas “ao vivo” deram conta de fragmentar as matérias a fim de aumentar o tempo de exibição dos telejornais. Validou ainda nossa hipótese sobre o fenômeno da saturação informacional e da consequente erosão de confiança, conceitos capazes de provocar uma pulverização da produção de sentido, característica cara ao fazer jornalístico profissional.

No caso da investigação realizada nos telejornais da Rede Globo, destacamos nosso primeiro eixo de análise: houve apenas dois dados novos nas reportagens (re)apresentadas ao longo do dia; a informação, pelo JH, de que a família de Moïse havia aceitado a oferta de concessão do quiosque feito pela Prefeitura do Rio de Janeiro e de que a área na Barra seria destinada à criação de um memorial da cultura congoleza. No mais, apenas a repetição dos protestos, com as mesmas

sonoras, imagens e informações. Já no que diz respeito à presença da Dramaturgia do Telejornalismo (Coutinho, 2012) na construção das reportagens, constatamos a aparição desse conceito ao longo de todas as notícias apresentadas como estratégia da emissora para comover os espectadores e conquistar ainda mais audiência. Finalmente, depreendemos que a informação repetida diversas vezes, sem o acréscimo de novos dados, segue apenas a padrões comerciais, promovendo uma erosão da confiança de seus espectadores, que assistem aos noticiários em busca de novos fatos.

Em relação à Globonews, as entradas “ao vivo” acabaram provocando um distanciamento do telejornal como lugar de segurança e com teor pedagógico, conforme defendido por Vizeu (2009), reforçando aqui a percepção da saturação informacional, colocando em xeque os telejornais como espaço informativo a partir de um possível abalo na confiança durante o diálogo entre as vozes que produzem um noticiário. A própria linguagem utilizada nas reportagens ratifica a constatação do que neste trabalho denominamos “requeenta”. Expressões como “continua” e “segue sendo investigado” são empregadas, enfraquecendo, involuntariamente, o importante papel dos telejornais de produzir sentidos e consolidar imagens e representações da realidade, características apontadas por Vizeu (2005) e trabalhadas nesta pesquisa.

O presente trabalho suscitou ainda a necessidade de retomada de consciência sobre o papel do telejornalismo: um dos lugares privilegiados para construção da atualidade e realidade social, dentro de um campo mais abrangente, da mídia. Isto se efetiva porque trata-se de um espaço onde se constrói sentidos a partir do que de fato ocorreu, ao contrário do que é visto no cinema ou na telenovela, exemplos de

produções ficcionais marcadas pela recriação do real. Assim, mesmo imbuído na chamada ecologia midiática contemporânea, que estimula a inserção de notícias em múltiplas plataformas, suscetível a uma aluvião informacional, a atividade jornalística – feita em televisão aberta ou por assinatura -, deve seguir o preceito de divulgar notícias de qualidade e se colocar como atividade de produção de sentidos.

Referências

- Cádima, F. R. (1998). *Mitos e realidades das indústrias da convergência*.
- Cádima, F. R. (2002). Televisão, serviço público e qualidade. *Observatório*, 6, 9-18.
- Carlón, M. (2014). Repensando os debates anglos-saxões e latino-americanos sobre o “fim da televisão”. In Y. Fechine & M. Carlon (Orgs.), *O fim da televisão*. Confraria do Vento.
- Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Mauad X.
- Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>
- É de Casa. (2022, fevereiro 05). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10274089/>

Estúdio I. (2022a, fevereiro 03). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10268433/>

Estúdio I. (2022b, fevereiro 04). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10272044/>

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. Aleph.

GloboNews em Pauta. (2022a, fevereiro 03). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/globonews-em-pauta/t/z1zCBH7bNq/data/03-02-2022/>

GloboNews em Pauta. (2022b, fevereiro 04). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10273129/>

Jornal Hoje. (2022, fevereiro 05). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10274214/>

Jornal das Dez. (2022a, fevereiro 03). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10269777/>

Jornal das Dez. (2022b, fevereiro 04). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10273237/>

Jornal das Dez. (2022c, fevereiro 05). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10275613/>

Jornal Nacional. (2022, fevereiro 05). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/10275471/>

Silva, G. (2005) Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em jornalismo e mídia*, 2(1), 95-107 .

Vizeu, A. (2014). *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Edipucrs.

Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Revista Famecos*, 16(40), 77-83.

Vizeu, A. & Mazzarolo, J. (1999). Telejornalismo: onde está o lead? *Revista Famecos*, 6(11), 57-63.

Vizeu, A., & Cerqueira L. (2016). Telejornalismo: efeitos para o bem e para o mal. In C. Emerin, C. Finger, & F. Porcello (Orgs.), *Telejornalismo e Poder*. Editora Insular.

Vizeu, A., & Correia, J. (2008). A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In A. Vizeu (Org.), *A sociedade do telejornalismo*. Vozes.

CINCO DÉCADAS DE COBERTURA DO JORNAL HOJE: AS TRANSFORMAÇÕES EVIDENCIADAS NA TELA DA TV

*Luciana Moraes¹
Cláudia Thomé²*

Um dos telejornais com mais tempo de permanência no ar, o Jornal Hoje, da Rede Globo, completou 50 anos em 2021. Nessas cinco décadas, conteúdo e formato do telejornal passaram por transformações, assim como o telejornalismo brasileiro foi atravessado por fases, propostas por Silva (2018), da etapa falada à imersiva. Em comemoração

-
1. Mestranda em Comunicação no PPGCOM/UFJF, integrante do grupo de pesquisa Narrativas midiáticas e Dialogias. luciana.morais@estudante.ufjf.br
 2. Pós-doutora em Comunicação e Cultura (pelo PPGCOM/UFRJ), professora associada da Facom/UFJF e professora permanente do PPGCOM/UFJF, líder do grupo de pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias. cthomereis@gmail.com

ao cinquentenário, o JH exibiu uma série³ de três reportagens especiais, selecionadas pela emissora e apontadas como as notícias que marcaram a história do Brasil e do mundo. A partir dessa retrospectiva, com trechos de coberturas em diferentes temporalidades, o presente artigo visa delinear quais as fases do telejornalismo brasileiro o telejornal em estudo percorreu e, a partir da metodologia da Análise Televisual (Becker, 2016), detectar as transformações evidenciadas na tela da televisão.

Em 21 de abril de 1971, a TV Globo colocava no ar, pela primeira vez, o Jornal Hoje. Desde sua estreia, o telejornal passou por várias mudanças estruturais, desde o seu formato, que nasce como uma revista eletrônica (com matérias de cultura, arte, moda e música), até a forma de noticiar, priorizando o imediatismo dos fatos. No início do telejornal, o “Hoje”, como é chamado na redação, foi marcado pelas entrevistas com personalidades do mundo cultural e pelo quadro de crônicas de Rubem Braga, que falava sobre o cotidiano do brasileiro.

Destaque também para as entrevistas feitas pela jornalista juiz-
-forana Leda Nagle, exibidas aos sábados, em que importantes nomes da literatura e da música brasileira compartilharam suas histórias, como Carlos Drummond de Andrade, Jorge Amado, Zélia Gattai, Tom Jobim e Dorival Caymmi.

Durante cinco décadas no ar, o JH acompanhou as transformações tecnológicas, que impactaram na produção e exibição das notícias. O telejornalismo brasileiro, de uma forma em geral, também vivenciou

3. TV Globo. “JH 50 anos: veja os fatos marcantes dos primeiros 30 anos do telejornal”, reportagem exibida em 19/04/2021. “Veja os fatos que marcaram o Jornal Hoje nos anos 2000”, reportagem exibida em 20/04/2021. “JH 50 anos: veja os principais acontecimentos da década de 2010”, reportagem exibida em 21/04/2021.

modificações no fazer jornalístico, se dividindo em fases importantes na contextualização dos acontecimentos da sociedade

Não há dúvida que a televisão e o jornalismo não possuem as mesmas práticas sociais de 10, 20 ou 50 anos atrás. A todo momento surgem novos desafios, porém há vestígios de permanência nos conceitos e nas formas de como o meio encara a informação jornalística. (Silva, 2018, p. 19)

O Hoje surge na segunda fase do Telejornalismo, proposta por Silva e chamada de Telejornalismo Reportado (Silva, 2018), marcada pela chegada do videoteipe, com a possibilidade de editar e rever o material antes que ele fosse ao ar. Além disso, as câmeras portáteis, que eram pesadas e grandes comparadas com as de hoje, permitiram a realização de externas, aumentando consideravelmente o conteúdo do jornal.

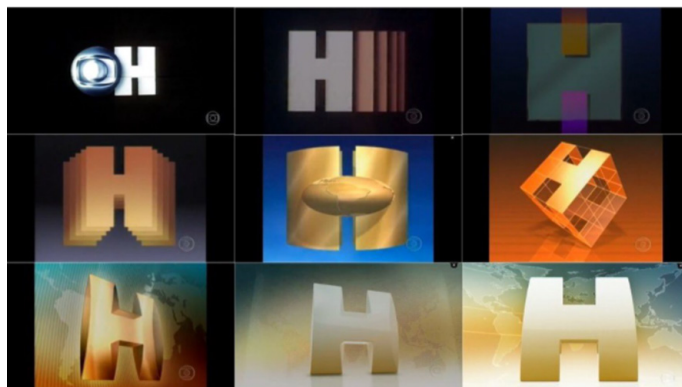
Uma nova fase surge no fim de 1980, na chamada terceira fase do Telejornalismo *All News*, marcada pela crescente expansão das televisões a cabo e surgimento dos canais de assinatura. No caso do Jornal Hoje uma reformulação foi realizada, dando espaço às *hard news*, sem deixar de veicular as notícias sobre comportamento. Já no fim da década de 90, o Jornal Hoje estreou na internet e nos anos 2000, na fase do Telejornalismo Convergente, o JH ampliou as formas de comunicação com o telespectador pelas redes sociais. Em 50 anos de Telejornalismo, foram aproximadamente 12 mudanças de cenário, que começou com um painel e uma bancada e tem hoje uma bancada menor, painéis eletrônicos, onde são acionados vídeos e artes que ilustram as notícias.

Além disso, ao longo desses 50 anos cerca de 15 aberturas marcaram a memória do telespectador e 25 apresentadores passaram

pelo telejornal. A apresentadora Sandra Annenberg esteve à frente da bancada por 16 anos. Em 1998 se tornou apresentadora e editora-executiva. Em 2000 deixou o telejornal para ser correspondente internacional em Londres. Em 2003, voltou ao “JH” e saiu em 2019, quando a jornalista Maju Coutinho se tornou apresentadora. Sandra Annenberg noticiou vários fatos importantes, como por exemplo, em 2013 o ritual de escolha de um novo Papa da Igreja Católica considerado por ela um dos momentos mais marcantes de sua carreira.

Figura 1

Aberturas do Jornal Hoje ao longo de 5 décadas



Nota. Adaptado de “Memória Globo” (2021).

Nos dias atuais, as últimas fases do Telejornalismo, Expandindo e Imersivo, caracterizadas pela narrativa de chamada e notícia⁴ em diversas telas e o uso de realidade virtual, respectivamente, marcam

4. Segundo Silva (2018), na narrativa de Chamada o jornalista entra em cena para convidar o telespectador a assistir o programa que sucede o telejornal e narrativa de Notícia é a cobertura jornalística de um fato, com o profissional em campo se utilizando das mídias sociais para cobrir o acontecimento.

o telejornal, que assume uma nova roupagem com as mudanças tecnológicas. A partir disso, observamos produções que dialogam mais com a audiência, que se divide por meio das diversas telas. Se antes, o telejornal se concentrava em apenas uma mídia, hoje ele opera para atender o público que busca se informar não apenas pela tela da TV. Dessa forma, o telejornal assume um compromisso importante de apuração e de compartilhamento da notícia, seja nas redes sociais digitais, antecipando um assunto, ou em entradas na programação. Caso a notícia exija sua divulgação instantânea, há o recurso de interromper o programa para exibir o fato, como aconteceu no caso do rompimento da barragem Mariana em 2015 e de Brumadinho em 2019.

Qual é, afinal, a primeira promessa de um gênero como o telejornal senão a imediatividade, a atualidade na divulgação das notícias? Qual é, por fim, o grande apelo de um programa que se ocupa, antes de mais nada, da construção da sua própria credibilidade? A construção de uma relação de confiança por parte do público amparada pela promessa de autenticidade (transparência), vigilância, interação e proximidade (com os fatos e entre os sujeitos envolvidos no ato de comunicação, o que inclui o próprio espectador) renovada a cada edição. (Fechine, 2006, p. 8)

As fases do Telejornalismo, identificadas por Silva (2018), se complementam e ganham novos significados a partir das transformações culturais, sociais e dos aparatos tecnológicos, que modificam não só a estética e formato do produto telejornalístico, mas também como a narrativa é construída e como a informação é veiculada. Nesse sentido, este artigo tem como objetivo apresentar resultados de estudo, a partir da retrospectiva de cinco décadas em série de reportagens do JH, sobre

as permanências e as rupturas de linguagem televisiva. Busca-se observar como a anatomia narrativa (Piccinin & Soster, 2012; Thomé et al., 2020) vai se alterando, mas também mantém formas de narrar anteriores (Machado, 2012). Tecnologia e televisão estão juntas neste processo que impacta no fazer jornalístico audiovisual.

A análise da série foi feita a partir da proposta metodológica quanti-qualitativa de Becker (2016), da Análise Televisual, que se estrutura na contextualização/descrição do produto audiovisual; na observação do material a partir de seis categorias (Estrutura; Temáticas; Enunciadores; Visualidade; Sons) e interpretação dos resultados alcançados. O corpus de análise para essa pesquisa compreende a retrospectiva de reportagens em décadas do Jornal Hoje, constituindo uma importante fonte de informação nacional e internacional.

O Mosaico de Notícias do JH em Cinco Décadas

Análise feita em pesquisa anterior aponta que a retrospectiva dos 50 anos do Jornal Hoje traz acontecimentos que foram noticiados ao vivo, possibilitando ao telespectador acompanhar a cobertura dos fatos praticamente em tempo real, privilegiando assuntos com teor trágico e apelo do telespectador para coberturas que geraram comoção nacional (Thomé et al., 2021).

O que os jornalistas fazem diariamente é ‘organizar o mundo’, procurando torná-lo mais compreensível. Por isso, há uma preocupação pedagógica no jornalismo que se legitima como o lugar de ‘poder mostrar’, de ‘poder dizer’, ‘interpretar’, de ‘poder analisar’. O jornalismo se autorreferencia como um lugar de mediação, de revelação da verdade e orientação de homens e mulheres na contemporaneidade. (Vizeu & Cerqueira, 2016, p. 5)

Nesse sentido, na primeira reportagem da série elaborada pelo JH, exibida no dia 19 de abril de 2021, foram lembradas as seguintes coberturas realizadas pelo telejornal entre os anos de 1971 e 2000: queda do elevador Paulo de Frontin, incêndio do Edifício Joelma, morte de John Lennon, incêndio na Vila Socó, morte de Ayrton Senna, queda do Fokker 100 da TAM; massacre de Eldorado, bomba/atentado do Riocentro, julgamento Doca Street; casamento de Charles e Diana; primeiro Rock in Rio; doença de Tancredo Neves, RIO-92.

A segunda reportagem foi ao ar no dia 20 de abril de 2021, com foco nos grandes acontecimentos da década de 2000. Para este período, foram lembradas as coberturas: morte de João Paulo II, eleição de Bento XVI; assalto ao Banco Central, atentado às Torres Gêmeas, ataques de facções criminosas em São Paulo; furacão Katrina, acidente do voo 107, queda do avião da Air France, morte de Michael Jackson e terremoto no Haiti.

Na última reportagem da série, exibida no dia do aniversário de 50 anos do Jornal Hoje, 21 de abril de 2021, foram lembradas as coberturas da década de 2010. Os fatos destacados foram: casamento de William e Kate, casamento de Harry e Meghan; renúncia de Bento XVI, eleição do Papa Francisco; atentado Charlie Hebdo, massacre de Realengo; condução coercitiva de Lula, impeachment de Dilma Rousseff, protestos antirracista; desastres na região Serrana do Rio, tsunami no Japão, morte de Eduardo Campos, acidente com avião da Chapecoense, Brumadinho, incêndio em Notre Dame; pandemia do Coronavírus e vacina. A retrospectiva dos fatos que viraram notícia nessas cinco décadas no Jornal Hoje exibiu 43 acontecimentos, sendo que 53% (23 fatos) relacionados com o Brasil e 46% (20 fatos) com o

noticiário internacional. Fatalidades, acidentes e catástrofes ambientais foram as notícias mais recorrentes na retrospectiva, com 40% de assuntos, tanto no Brasil quanto no mundo, seguida de assuntos de crimes, com 21%. Notícias relacionadas com política representam 12%, seguida de saúde e religião, com 9% , 7% destinados aos assuntos de comportamento, como os casamentos reais da coroa britânica e por fim, 3% foram sobre cultura.

Nesses 50 anos de telejornalismo, o JH traz com essa retrospectiva as notícias consideradas por eles como as que fizeram parte da história do Brasil e do mundo, priorizando os assuntos trágicos e factuais e também os acidentes.

Ao selecionar o fato, transpondo-o do lugar da normalidade para o da anormalidade, transformando-o em acontecimento, e ao escolher a forma da narrativa, o jornalista está constituindo o próprio acontecimento e criando uma memória da atualidade. Uma memória que obedece a critérios subjetivos e engendra a questão do poder. Assim, ao selecionar o que deve ser notícia e o que vai ser esquecido, ao valorizar elementos em detrimento de outros, a mídia reconstrói o presente de maneira seletiva, construindo hoje a história desse presente e fixando para o futuro o que deve ser lembrando e o que precisa ser esquecido. (Barbosa, 2004, p. 4)

Já na análise televisual a seguir, observamos mudanças de enquadramento dos apresentadores nas bancadas que se apropriam de telões interativos e presença de jornalistas trabalhando nas redações na hora do jornal; artes gráficas mais elaboradas a partir do desenvolvimento da computarização gráfica; coberturas trágicas envolvendo menores sendo mais seletas, além dos formatos, que nos permite acompanhar a

evolução do telejornalismo que sempre se apropria de práticas perante as transformações vivenciadas pela televisão.

Análise Televisual em Retrospectiva dos Dados

O presente artigo utilizou da proposta metodológica quanti-qualitativa de Becker (2016), que se estrutura a partir de três etapas. A primeira consiste na contextualização/descrição do produto audiovisual. No item anterior descrevemos o que foi notícia em cinco décadas a partir da retrospectiva realizada pelo JH, em comemoração ao seu aniversário, dos assuntos que o telejornal considerou como relevantes ao longo dos anos. Na segunda parte, trabalhamos com a análise, composta por uma parte quantitativa e outra qualitativa. Por fim, como última etapa para análise, decorre a interpretação dos resultados alcançados.

O corpus de análise para essa pesquisa compreende a retrospectiva de cinco décadas do Jornal Hoje, disponibilizado na íntegra na plataforma Globoplay, entre os dias 19 e 21 de abril de 2021. A análise compreende três edições, totalizando 29 minutos de produção audiovisual, que serão detalhadas no próximo item.

A primeira etapa consiste na observação do material a ser analisado a partir de seis categorias propostas: 1) Estrutura: como o produto é organizado e exibido; 2) Temáticas: sobre o que são os conteúdos, quais são as editorias; 3) Enunciadores: quem são os atores sociais da narrativa; 4) Visualidade: quais e como são os cenários e os recursos gráficos utilizados; 5) Sons: qual é a banda sonora que compõe a narrativa; 6) Edição: como o produto é montado.

Estrutura do Texto/Narrativa: O Jornal Hoje é um telejornal com noticiário leve e informal, exibido na hora do almoço desde o seu

surgimento, com média atual de 70 a 80 minutos de produção de segunda-feira a sábado. A retrospectiva realizada pelo jornal foi elaborada em três dias para comemorar os 50 anos de telejornalismo. O primeiro VT exibido foi sobre os primeiros 30 anos de notícias do telejornal, compreendendo os anos de 1971 a 2000, com total de 10 minutos. Desse total, 45 segundos foram estendidos para a cabeça, ou seja, a fala de abertura da apresentadora, 46 segundos de vinheta, isto é, abertura da série de reportagem e 5 minutos e 59 segundos dedicados a retrospectiva dos fatos lembrados.

A segunda reportagem do dia 20 de abril de 2021, lembrou os grandes acontecimentos da década de 2000, com um total de 9 minutos, divididos em 33 segundos para abertura, 27 segundos para vinheta, 5 minutos e 50 segundos de matérias de arquivo, totalizando 6 minutos e 50 segundos. Ainda neste VT foram produzidos 2 minutos e 10 segundos de depoimentos de apresentadores que passaram pela bancada do jornal e que atuam diretamente na emissora, e programas telejornalísticos e de entretenimento. Na última reportagem da série, exibida no dia que o Jornal Hoje completou 50 anos, foram lembradas as coberturas da década de 2010. A chamada de abertura teve 33 segundos de duração, 38 segundos de vinheta de abertura, 7 minutos e 57 segundos. Toda a produção da série contabilizou 29 minutos, contando ainda com depoimentos de apresentadores que estiveram na bancada do JH.

As três reportagens foram exibidas no encerramento do telejornal, que é uma forma de segurar a audiência do jornal, mantendo o público assistindo ou conectado pela internet. No primeiro dia, apresentado na época pela jornalista Maju Coutinho, atual âncora do Fantástico, a abertura teve 33 segundos de duração, dedicada a explicar o que seria

a retrospectiva, reforçando que o JH sempre foi um jornal aberto aos factuais, priorizando os acontecimentos do dia. Em uma narrativa afeituosa, a apresentadora diz

E a cinco décadas o Jornal Hoje é o jornal do agora. Você está acostumado a ver aqui com a gente as notícias mais relevantes da manhã, no momento que estão acontecendo e essa semana é muito importante, porque na quarta feira dia 21 de abril o Jornal Hoje completa 50 anos no ar. Nós vamos exibir aqui uma série de reportagens especiais. É um mergulho nos nossos arquivos para relembrar como uma das principais notícias do Brasil e do mundo chegaram até você com toda agilidade que nosso jornal sempre exigiu. (Depoimento da apresentadora Maju Coutinho, no JH do dia 19/04/2021, em comemoração aos 50 anos do telejornal. Trecho retirado do dispositivo da Globoplay)

Ao fim da reportagem, um convite é feito ao telespectador, que já tem em primeira mão o assunto da segunda reportagem. A âncora do jornal reforça para que o público celebre os acontecimentos nos próximos dias, além de serem convidados a navegar por conteúdos postados no site do telejornal, sobre os bastidores do dia a dia e curiosidades.

Na edição do segundo dia de comemoração, há depoimentos de apresentadores que passaram pelo jornal, cheios de afeto pelo JH, que reforçam o caráter imediatista e de cobertura dos fatos que aconteciam na hora do jornal. Destacamos três falas, uma do apresentador Roberto Kovalick, atual apresentador do Hora 1: “Jornal Hoje é janela para o mundo e continua sendo”, do jornalista Tadeu Schmidt: “Fica ali um olho na comida e um olho nas notícias” e do apresentador do Profissão Repórter, Caco Barcellos: “Referência dos acontecimentos do dia sempre narrados por parceiros de trabalho inesquecíveis”.

No dia do aniversário de cinco décadas do telejornal, em 21/04/2022, a apresentadora também fez uma homenagem à TV Globo Brasília, que também completou 50 anos. No encerramento do jornal, Maju Coutinho agradece e mostra ao telespectador um bolinho em homenagem ao JH.

Figura 2

Apresentadora Maju Coutinho na série sobre os 50 anos do JH



Jornal Hoje (2021a).

Temática: Sobre os primeiros 30 anos do JH, os assuntos mais rememorados foram tragédias e acidentes, crimes e política, saúde, cultura e comportamento. Nos anos 2000, as notícias se enquadram em tragédias e acidentes, crimes e acontecimentos religiosos. Já nos anos de 2010, os temas mais presentes a partir da retrospectiva foram tragédias e acidentes, política e saúde, crimes notícias religiosa e comportamento. A partir do que foi lembrado, não foram mencionados na celebração dos 50 anos, assuntos relacionados à segurança, à economia

e ao esporte, dando prioridade para catástrofes, calamidades e desastres. Nesse sentido, observamos uma prevalência do telejornal por assuntos mais quentes e factuais.

Enunciadores: A retrospectiva de três reportagens tem a participação da então apresentadora Maju Coutinho, matérias de arquivo do JH elaboradas por uma série de jornalistas citados no momento de exibição das reportagens, apresentadores que passaram pela bancada do telejornal e que deram depoimentos curtos sobre o JH. A partir das falas da âncora, foi sempre lembrado o que seria cada reportagem. Em relação aos tempos de enunciação de cada ator presente na narrativa, destaca-se a fala da apresentadora com 111 segundos e 1316 segundos destinados às notícias de arquivo para lembrar os acontecimentos.

Figura 3

Série em comemoração dos 50 anos do Jornal Hoje



Jornal Hoje (2021b).

Visualidade: O estúdio do Jornal Hoje, onde é transmitido ao vivo o telejornal, é palco para a apresentadora convidar o espectador

a relembra a série de reportagens especiais. Em um telão, onde são chamados os repórteres ao vivo no dia a dia, há um selo comemorativo escrito “H 50 anos”, em homenagem ao telejornal. Além disso, as reportagens contam com elementos como tarja também “H50”, identificando qual o tema que seria tratado na matéria.

Som: Em relação ao som, podemos apontar vinhetas de abertura das três reportagens, totalizando 111 segundos, que vinham acompanhadas de dizeres “fazendo”; “acontecendo”; “neste momento”; “esta manhã”; “acaba de confirmar”; “hoje cedo”; “cobertura completa”; “situação agora”; “ao vivo”; “primeiras informações”; “direto”; “momento histórico”; “há pouco” e “primeiras informações”. Dessa forma, observamos o que o telejornal reforça: os acontecimentos factuais.

Edição: Como foi uma série comemorativa de 50 anos, os materiais foram editados e elaborados por uma equipe que é mencionada antes da exibição das reportagens, a fim de mostrar que houve uma preparação para que o material fosse ao ar.

Análise Qualitativa da Série Memorialística

Após a realização desta categorização inicial, o próximo passo da metodologia consiste na análise qualitativa articulada a partir de três princípios de enunciação que formam categorias com o objetivo de investigar a linguagem utilizada no telejornal: 1) Fragmentação: como são articulados os discursos e narrativas dentro do telejornal; 2) Dramatização: como se estabelecem dialogias entre a cobertura jornalística e a dramaturgia; 3) Definição de Identidades e Valores: como são qualificados e julgados os conflitos apresentados pela narrativa do telejornal.

Fragmentação: Por ser uma série especial dos 50 anos do telejornal, na abertura e em alguns momentos, nos blocos que compõem o jornal, as reportagens especiais eram chamadas pela apresentadora Maju Coutinho como forma de manter o telespectador ligado, para no último bloco acompanhar a exibição. Além disso, a apresentadora convida o público para que, após a reportagem, possa acompanhar no site outras curiosidades e materiais exclusivos que eles gravaram sobre o programa.

Dramatização: A dramatização pode ser percebida nas falas da apresentadora, mais precisamente nas cabeças exibidas antes das reportagens e nos depoimentos dos profissionais, divulgados no segundo dia. Foram convidados jornalistas que tiveram algum tipo de relação com o telejornal e de uma forma, celebrar esses 50 anos seria uma maneira de lembrar também sua participação nos acontecimentos do Brasil e do mundo.

Definição de Identidades e Valores: Observamos que, nos depoimentos dos apresentadores que passaram pela bancada do Jornal Hoje, há narrativas de afeto e respeito pelo que o telejornalismo construiu ao longo de 50 anos. Desta forma, foram convidados jornalistas que já têm uma credibilidade na emissora. Observa-se, na seleção feita dos fatos memoráveis, a cada década, um enquadramento sobre o que vale ser lembrado, na perspectiva da emissora, com foco em tragédias e acidentes.

Considerações

A série de três reportagens especiais sobre os 50 anos do Jornal Hoje, da Rede Globo, evidencia, a partir dos fatos selecionados e lembrados pelos jornalistas, que os acontecimentos factuais são característicos da atualidade e do telejornal, desde o seu surgimento e que a partir

da década de 1980 essas coberturas eram priorizadas ao mesmo tempo que o jornal estava no ar. Acontecimentos trágicos e acidentes tiveram destaque na seleção dos fatos a serem lembrados na retrospectiva, que é da emissora, do JH, mas que também cria a memória do cotidiano dos telespectadores.

O Jornal Hoje passou por quase todas as fases do Telejornalismo propostas por Silva (2018) e hoje se encontra na etapa Imersiva. Observamos que os assuntos abordados pelo telejornal seguem um padrão, a notícia em primeiro lugar, exibida com credibilidade e agilidade, como mencionado anteriormente. O que evidenciamos que configura como grande mudança foi o seu formato. Assim, a prioridade em noticiar o que acontecia no Brasil e no mundo sempre foi um dos requisitos do telejornal.

A partir da Análise Televisual (Becker, 2016), foi possível detectar que as alterações mais significativas ocorreram no espaço onde o telejornal é transmitido ao vivo. Se antes o jornalista ficava sentado atrás de uma bancada, hoje ele pode explorar um espaço maior, com mais proximidade com o telespectador. Ao conversar em diferentes telas, o apresentador torna o jornal mais dinâmico, explorando os telões para entradas ao vivo e os recursos tecnológicos.

O JH se transformou ao longo desses 50 anos, imprimindo uma configuração tecnológica, com telões interativos, artes gráficas e aproximação do espectador /internauta. A linguagem também foi adaptada, com uso da emoção e do testemunho como estratégias narrativas (Thomé & Reis, 2022), mas a característica imediatista e o dinamismo dos fatos do telejornal se mantém ao longo deste cinquentenário.

Referências

- Barbosa, M. (2004). *Jornalistas, “senhores da memória”?* [Trabalho apresentado]. IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Porto Alegre, RS, Brasil.
- Becker, B. (2016). *Televisão e Telejornalismo: Transições*. Estação das Letras e Cores.
- Fechine, Y. (2006). Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In E. Duarte & M. L. Castro (Orgs.), *Televisão: entre a academia e o mercado*. Sulina.
- Jornal Hoje. (2021a, abril 21). Jornal Hoje - Edição de 21/04/2021. *GloboPlay*. <https://globoplay.globo.com/v/9454451>
- Jornal Hoje. (2021b, abril 21). JH 50 anos: veja os principais acontecimentos da década de 2010. *GloboPlay*. <https://globoplay.globo.com/v/9454405/?s=0s>
- Machado, A. (2001). *A Televisão Levada à Sério*. Editora SENAC SP.
- Memória Globo. (2021, outubro 28). Recuperado de <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-hoje/noticia/aberturas.ghhtml>
- Morais, L., Thomé, C., & Oliveira, A. (2021). *Retrospectiva de Cinco Décadas em Série de Reportagens – A Construção da Memória na Celebração do Jornal Hoje 1* [Trabalho apresentado]. XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

- Piccinin, F., & Soster, D. (2012). Da Anatomia do Telejornal Midiatizado: Metamorfoses e Narrativas Múltiplas. *Brazilian Journalism Research*, 8(2), 118- 134.
- Silva, E. (2018). Fases do Telejornalismo: Uma proposta epistemológica. In C. Emerin, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Insular.
- Thomé, C., & Reis, M. (2022). *Emoção editorializada como estratégia narrativa no telejornalismo* [Trabalho apresentado]. 45º Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0810202221021062f4470215f04>
- Thomé, C., Piccinin, F., & Reis, M.. (2020). Anatomias narrativas do Telejornalismo contemporâneo e seus elementos certificadores. In C. Emerin, A. Pereira, & I. Coutinho (Orgs.), *Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas*. Insular.
- Vizeu, A., & Cerqueira, L. (2016). 65 Anos de Televisão: o Conhecimento do Telejornalismo e a Função Pedagógica. *Revista Famecos, mídia, cultura e tecnologia*, 23(3).

A RECONFIGURAÇÃO DE PRÁTICAS SOCIAIS NA TELEVISÃO PÚBLICA DO RIO GRANDE DO NORTE: UM ESTUDO DA TVU E DA TV ASSEMBLEIA DURANTE A PANDEMIA

*Francisco das Chagas Sales Júnior¹
Valquíria Aparecida Passos Kneipp²*

Por causa da necessidade de distanciamento social, como medida sanitária durante a Pandemia, reportagens e programas tiveram que ser gravados remotamente. Com isso, celulares, computadores e aplicativos passaram a ser usados com mais frequência, tanto pelos jornalistas quanto pelos entrevistados. Foi a saída encontrada para que as emissoras de televisão não parassem de produzir e conseguissem manter as

-
1. Doutorando no Prog. de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Univ. Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). jornalistafranciscojunior@gmail.com
 2. Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), com estágio pós-doutoral em comunicação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp-Bauru). valquiriakneipp@yahoo.com.br

programações no ar. “Muitas vezes, as entrevistas foram gravadas com baixa qualidade de áudio e imagem e até mesmo necessidade de uso de legendas para compreensão do conteúdo” (Barichello & Schuwartz, 2020, p. 100).

Nesse contexto, os ambientes domésticos também se tornaram cenários para as gravações. Com isso, repórteres e apresentadores começaram a aparecer diretamente dos cômodos de suas residências. Os locais para realizar entrevistas também passaram por transformações nesse período. “Os não jornalistas, caracterizados como especialistas ou fontes oficiais, independentemente se presencialmente com a equipe de reportagem ou de forma remota via câmera de celular, conversam predominantemente a partir de seus locais de trabalho” (Martins et al., 2020, p. 53).

Isolados em suas casas, os jornalistas de televisão, até então acostumados com a divisão de tarefas entre os membros da equipe, tiveram que se adaptar ao momento e passaram a exercer diversas funções. Ser multitarefas se tornou condição fundamental para conseguir construir reportagens, gravar entrevistas e editar o material para ser veiculado na TV. “Entre as mudanças, encontramos repórteres, de casa, tendo que captar imagens, ligar para as fontes, pedir depoimentos gravados, fazer edição prévia de vídeos solicitados (Cerqueira & Gomes, 2020, p. 179)

A produção colaborativa também se tornou uma prática recorrente nas redações. Vídeos e fotos enviados pelos telespectadores passaram a ter mais espaço no processo produtivo da televisão. “A Pandemia transformou um conteúdo, até então complementar, ilustrativo, muitas vezes feito pelo público, audiência ou personagens e fontes, material

fundamental para o fechamento de reportagens e, consequentemente, de telejornais” (Cerqueira & Gomes, 2020, p. 180)

Assim como as emissoras comerciais, com a Pandemia da Covid-19, as emissoras públicas também tiveram que reconfigurar práticas sociais e investir no uso de tecnologias digitais para continuar produzindo os programas. Uma mudança que exigiu treinamento e planejamento, tendo em vista que era algo que até então não era feito com tanta intensidade. Diante disso, surgiu o questionamento: Como se deu essa reconfiguração nas TVs públicas (educativas e legislativas) do Rio Grande do Norte, com recursos humanos e financeiros limitados, durante a Pandemia?

O Rio Grande do Norte tem 12 emissoras transmitidas em sinal aberto (Sales Júnior, 2020). As produções televisivas no estado tiveram início em dezembro de 1972, com as aulas produzidas e transmitidas para escolas públicas da capital e do interior (Pedroza, 2017). Outro exemplo de pioneirismo é a TV Assembleia RN, primeiro canal nordestino ligado a uma Assembleia Legislativa, inaugurado em dezembro de 2003 (TV Assembleia RN, 2022a). A TV é responsável pela divulgação das atividades do legislativo potiguar.

Para realizar a presente investigação, foi realizado um Estudo de Caso (Yin, 2015) da TV Universitária e da TV Assembleia RN, para identificar e analisar a reconfiguração de práticas sociais em 2020 e 2021, primeiros anos da Pandemia. Além disso, foram feitas análises bibliográfica e documental. Também foram consultados sites oficiais, canais no Youtube e portais de notícias. A observação participante também compôs o instrumental metodológico, visto que um dos autores desenvolve função jornalística em uma das emissoras analisadas.

Este estudo se justifica pela necessidade de compreender esse elemento do ecossistema televisivo brasileiro, que é a televisão pública. Uma área do campo de estudos da comunicação midiática que carece de estudo mais aprofundados e atualizados. Principalmente, após um momento de mudanças significadas na forma de se produzir e assistir TV no país. Além disso, acredita-se que essa investigação contribuirá para o aprofundamento do conhecimento sobre essa temática, especialmente pelo fato de ter como recorte a mídia regional/local do Rio Grande do Norte.

As duas emissoras selecionadas fazem parte de uma estrutura estabelecida no Brasil, onde a Comunicação Pública é formada, entre outras, pelas Emissoras Públicas de Televisão, que se dividem entre Educativas, Universitárias e Legislativas. Ao refletir sobre a Comunicação Pública e as suas múltiplas possibilidades e abrangência, “é possível encontrar um ponto em comum de entendimento, que aquele que diz a um processo comunicativo que se instaura entre o estado, o governo e a sociedade, com o objetivo de informar para a construção da cidadania” (Brandão, 2007, p.6). Desta forma, partiu-se da hipótese de que as duas emissoras analisadas reconfiguraram as suas práticas sociais para atender ao seu objetivo fundamental de comunicação pública para a sociedade.

Um Ecossistema da Televisão Pública Regional

Algumas reflexões são necessárias para contextualizar as construções conceituais e históricas que antecedem a proposta de um ecossistema da televisão pública brasileira. Começando pela própria aplicação da metáfora ecológica nos estudos da comunicação, que se iniciou nos anos de 1960, como um novo marco teórico integrado das

Ciências Sociais relacionadas da Ecologia Antropológica, da Ecologia Política e da Ecologia da Mídia. Foi nessa época que McLuhan, de forma informal, cunhou o conceito de Ecologia da Mídia, em conversas informais. Mas o termo só foi usado publicamente em 1968, em uma conferência do Conselho Nacional de professores de Inglês por Neil Postman. Depois de três anos Postman inaugura o programa em Ecologia da Mídia, na Universidade de Nova Iorque (Scolari, 2013).

Outros autores definiram “o estudo das mídias como ambientes” (grifo dos autores), ou seja: “o estudo das mídias como ambientes permanece como a definição original para entender a ecologia das mídias” (Strate et al., 2019, p.68). De acordo com os autores, a influência de McLuhan impulsionou uma mudança no enfoque dos estudos da “comunicação de massa” (grifo dos autores) para “estudos de mídias” (grifo dos autores). Isso porque as novas mídias não são mais de massa, então essa mudança se faz necessária no atual contexto.

De acordo com Scolari (2013), nos anos 2000, com a criação da Associação da Ecologia da Mídia por Postman, se efetivou a institucionalização da metáfora. Antes, nos anos 1990, com a chegada da internet e a mudança das lógicas comunicacionais, com base nas ideias de McLuhan alguns autores, como Roger Fidler, Paul Levinson e Robert K Logan começaram a desenvolver uma releitura da obra de MacLuhan, a partir da digitalização.

Num contexto em que proliferam novas espécies de mídia (a cada semana surge uma nova mídia que ameaça produzir extensão do resto dos seus colegas), nascem interfaces que estendem cada vez mais o nosso sistema cognitivo e o ecossistema de comunicação vive um estado de tensão, a ecologia da mídia

em geral e as teorias de Marshall McLuhan em particular tem muito a dizer. (Scolari, 2013, p. 34)

Scolari também é categórico ao propor que não podemos apenas limitar as atualizações de teoria ecológica de McLuhan ou a citação dos clássicos aforismos do autor, como o meio é a mensagem, entre outros. Para ele, a ecologia da mídia tem pendente uma exploração mais profunda da metáfora ecológica, para descobrir todas as suas possibilidades.

Por trás de cada teoria ou paradigma científico há sempre uma metáfora escondida. Sem no entanto, essas teorias ou paradigmas não podem permanecer na simples enunciação metafórica se quiserem crescer e desenvolver todo o seu potencial epistemológico: o deve tornar-se um conjunto articulado e coerente de hipóteses, conhecimentos, categorias de análise e métodos de pesquisa (p. 35).

Em busca de um dicionário próprio para a Ecologia da Mídia, Scolari (2013) apresenta algumas propostas que se inicia com o conceito de evolução para complementar-se (mídia evolução). No caso desta pesquisa, será possível verificar no próximo tópico como foi o processo evolutivo das emissoras públicas no Rio Grande do Norte. Para o autor (2013, p. 36), a ecologia da mídia e a evolução são os dois lados da mesma moeda, “conceitos como coevolução ou hibridização também devem ser incluídos neste hipotético dicionário”.

Sendo que a coevolução pode ser entendida de duas maneiras: coevolução entre as mídias e os sujeitos e coevolução entre as mídias.

No primeiro caso, o olhar deve focalizar a relação estabelecida entre um meio e seus produtores/consumidores (por exemplo, como a televisão ou os livros eles “formaram” diferentes gerações

de criadores e receptores); em um segundo, o estudo deve apontar para as complexas relações que se estabelecem entre duas ou mais mídias (não podemos entender as transformações da televisão contemporâneo, senão de videogames e experiência de navegação site). (Scolari, 2013, p. 36)

Ao aproximarmos as propostas do autor ao objeto empírico deste estudo é possível estabelecer algumas questões que envolvem o ecossistema midiático da TV pública no Rio Grande do Norte, apesar de não considerar que o termo evolução seja efetivo como conceito de base, mas admitir que ele reflete e se identifica com esse estudo, ao passo que se investiga aqui a mídia televisiva pública do estado e a hibridação da produção com o público, no período da pandemia da COVID-19. Ampliando, assim um espaço diálogo e participação com o telespectador, como fonte de informação e construtor de conteúdo. Espaço esse que revela também a formação do telespectador e o conhecimento e habilidade como receptor e produtor de conteúdo. Já a relação estabelecida, em um segundo momento, que diz respeito a coevolução entre mídias revela seu foco e sua estreita relação além de videogames e de navegação, ampliada para aplicativos de comunicação em tempo real como Google Meet, Skype, entre outros, e, ainda, a efetiva contribuição das redes sociais digitais.

Um ecossistema da TV pública regional potiguar se configura, como uma micro estrutura, dentro da macro que engloba todas as emisoras públicas do país, a partir das emissoras legislativas e educativas analisadas neste estudo, como parte fundamental dentro da própria ecologia da mídia, “que pode até mesmo explicar seu próprio desenvolvimento como uma resposta ao ambiente das mídias eletrônicas,

com o advento da televisão como meio dominante de comunicação na América do Norte até o final da década de 1950” (Strate; Braga; Levinson, 2019, p. 69).

A Televisão Pública no Rio Grande do Norte

Atualmente, o Rio Grande do Norte possui 12 emissoras com programação local sendo exibida em sinal aberto digital para os 167 municípios do estado (Sales Júnior, 2020). Desse total, quatro são considerados canais públicos, sendo duas concessões educativas e duas legislativas. São os casos da TV Universitária RN, TV Câmara Natal, TV Assembleia RN e TV Futuro, conforme observamos no Quadro 1. Todas elas estão sediadas em Natal, capital potiguar. No interior, não existem canais públicos em funcionamento na televisão aberta.

Quadro 1

Emissoras públicas no Rio Grande do Norte

Emissora	Inauguração	Tipo de concessão
TV Universitária	1972	Educativa
TV Câmara Natal	2003	Legislativa
TV Assembleia RN	2003	Legislativa
TV Futuro	2018	Educativa

Elaborado pelos autores.

A TV Universitária foi a primeira experiência televisiva do Rio Grande do Norte, criada em 1972 para a produção de aulas que eram transmitidas para escolas públicas (TVU, 2022). A iniciativa fazia parte do projeto Satélite Avançado de Comunicações Interdisciplinares

(SACI), por meio do Programa Nacional de Teleducção (PRONTEL), que busca levar educação básica para localidades da capital e no interior (Pedroza, 2017). Durante 15 anos, a TVU foi a única emissora do estado com produção local de conteúdo, até a chegada dos primeiros canais comerciais.

Foi na TV Universitária (Canal 5) que o natalense começou a se ver na TV e isso causou um estranhamento enorme. A comparação entre o padrão nacional e o padrão local era inevitável e as diferenças se tornavam ainda mais acentuadas. Repórteres e apresentadora inexperientes no fazer televisivo, pobres em visual e conteúdo, entrevistados que desconheciam a linguagem do veículo, e a própria fala arrastada destoava do padrão de TV ao qual o natalense estava acostumado a assistir, entre chuviscos e ruídos. (Pedroza, 2017, p. 144)

A primeira emissora legislativa surgiu no estado apenas no início da década de 2000. Em 29 de abril de 2003, a Câmara Municipal do Natal iniciou oficialmente as transmissões da TV Câmara Natal, com o objetivo de ampliar a divulgação das atividades do Legislativo municipal (TV Câmara Natal, 2021). Inicialmente, o canal era exibido apenas na TV a cabo, mas em 2014 passou a ser exibido também em sinal aberto para todo o estado, ampliando o alcance da programação.

Além de exibir as sessões plenárias, ordinárias e extraordinárias, as reuniões de comissões, audiências públicas, frentes parlamentares e sessões solenes, a TV Câmara Natal passou a produzir programas jornalísticos e, com isso, aproximar ainda mais o cidadão dos vereadores. E dos principais acontecimentos da cidade. (TV Câmara Natal, 2021)

No mesmo ano, em 15 de dezembro, a TV Assembleia RN começou a transmitir o sinal (TV Assembleia, 2022a). A primeira transmissão realizada pelo canal foi a sessão ordinária da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte. A partir desse momento, a emissora também passou a veicular ao vivo reuniões das comissões e audiências públicas realizadas pelo Legislativo potiguar. A programação conta ainda com telejornais, boletins informativos e programas voltados para a prestação de serviços e promoção da educação, cultura e cidadania.

Inicialmente o sinal da TV Assembleia estava disponível apenas para os assinantes da Cabo Natal, com programação diária de 15 horas. Ao final do segundo ano de atividades, as imagens da TV do legislativo potiguar também já chegavam as TVs Cabo dos municípios de Mossoró, Assu e Currais Novos, utilizando equipamentos digitais e com programação de 24h. Em 2008 a TV Assembleia começou a operar em canal aberto, via satélite, com a geradora em Lagoa Nova, município localizado na região central do estado. (TV Assembleia, 2022a)

Com a inauguração da TV Digital no Brasil e a proximidade do desligamento do sinal analógico no Rio Grande do Norte, em 2014, tanto a TV Assembleia RN quanto a TV Câmara Natal passaram a fazer parte da Rede Legislativa, criada pela Câmara dos Deputados para auxiliar no processo de transição tecnológica. “Com isso, as televisões do legislativo (potiguar e brasileiro) também passaram a dividir faixas do canal 51 da TV aberta. Os investimentos iniciais em transmissores ficaram por conta da TV Senado, pertencente ao Senado Federal, e da TV Câmara, da Câmara Federal” (Sales Júnior & Kneipp, 2019, pp. 189-190).

Em 2018, o estado ganhou mais uma concessão de emissora educativa. Com isso, a TV Futuro entrou no ar como afiliada da TV

Cultura. Inicialmente, com uma cobertura que abrangia mais de 30 municípios potiguares, chegando a cerca de dois milhões de telespectadores (Sales Júnior & Kneipp, 2019). No entanto, dos quatro canais públicos, esse é o que menos se identifica com as características de uma emissora pública de TV.

Apesar de veicular noticiários, como determina a Constituição Federal, o canal também exibe programas de conteúdo policial e comunitário ancorados numa linguagem sensacionalista e voltada para o espetáculo, realiza transmissões de eventos particulares e promove o arrendamento de espaços com finalidade comercial e sem controle direto do conteúdo que é transmitido, tendo em vista que se tratam de produções independentes. (Sales Júnior, 2020, p. 85)

Apesar desse caso isolado, no geral, as emissoras públicas potiguares seguem o que determina a legislação brasileira quanto as finalidades de uma emissora educativa ou legislativa. “As demais emissoras que formam a TV aberta no Rio Grande do Norte têm características bem definidas e cumprem as finalidades estabelecidas pelas concessões que foram dadas pelo Poder Executivo do Brasil aos seus proprietários. São canais que transmitem em sinal digital e veiculam programação diversificada para todo o estado” (Sales Júnior, 2020, p. 85).

Quanto a propriedade, assim como estabelece a legislação brasileira em relação à radiodifusão pública no país, as emissoras estão ligadas a instituições públicas ou sem fins lucrativos. A TV Universitária é administrada pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). A TV Assembleia RN e a TV Câmara Natal são de responsabilidades dos poderes legislativos Estadual (Assembleia Legislativa) e Municipal (Câmara Municipal do Natal). Já a TV Futuro é gerenciada

pela Fundação Antônio Gomes dos Santos, considerada uma entidade sem fins lucrativos, com atividades voltadas para a assistência social.

Quadro 2

Instituições concessionárias das emissoras públicas do RN

Emissora	Instituição
TV Universitária	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
TV Câmara Natal	Câmara Municipal de Natal
TV Assembleia RN	Assembleia Legislativa do RN
TV Futuro	Fundação Antônio Gomes dos Santos

Elaborado pelos autores.

Nesse contexto, observamos que as emissoras de TVs consideradas educativas e legislativas no Rio Grande do Norte estão ligadas, na maioria, a instituições públicas que desempenham atividades de relevância para a população do estado. O que justifica a criação e manutenção desses canais para ampliar a oferta de conteúdo por meio da televisão. Além de contribuir para a diversificação do ecossistema televisivo potiguar, esse tipo de TV se apresenta como um meio importante e necessário para a prestação de serviços à sociedade, principalmente em situação de emergência, como observamos durante a Pandemia da Covid-19, a partir de março de 2020.

TVU e TV Assembleia durante a Pandemia

Com o decreto da Pandemia da Covid-19 pela Organização Mundial de Saúde (OMS), a Universidade Federal do Rio Grande do Norte decidiu suspender as atividades presenciais na instituição,

a partir de 17 março de 2020 (Silva, 2020a). Essa decisão foi tomada pelo reitor da universidade após a reunião com o comitê especial criado para debater as questões relacionadas à emergência sanitária. Era uma medida urgente diante da necessidade de reforçar as ações preventivas e tentar reduzir a contaminação do coronavírus entre servidores e alunos. As aulas foram retomadas apenas em 24 de agosto do mesmo ano, mas no formato remoto (Silva, 2020b). A retomada foi aprovada pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UFRN.

Imagem 1

TVU Notícias apresentado na sala da casa da apresentadora



TVU RN (2020).

Nesse período, as atividades da TV Universitária foram suspensas e os programas ao vivo deixaram de ser exibidos por tempo indeterminado. Com isso, dias depois e ainda sem a retomada das atividades presenciais na universidade, as produções voltaram a ser realizadas, mas de forma remota. O noticiário TVU Notícias passou a

ser produzido à distância por estudantes e servidores. Por isso, nesse momento, o jornal tinha como cenário a sala de casa da apresentadora e as notícias eram gravadas pelos repórteres com o celular, conforme observamos na Imagem 1.

Sem ter como produzir o próprio material, as reportagens eram construídas com imagens captadas na internet e/ou com a colaboração de entrevistados, que gravam falas e depoimentos com o próprio celular e enviavam para a equipe de produção de jornalismo da TV Universitária. O conteúdo era editado e finalizado pelos servidores da TVU. A duração de cada edição dependia do conteúdo produzido no dia, mas tinha entre 20 e 30 minutos. Assim como nas emissoras comerciais de todo o país, essa foi a saída encontrada para continuar produzindo o telejornal, sem deixar de contar com as informações de especialistas em diversas áreas, importantes naquele momento para compreender melhor a situação da Pandemia.

Além do TVU Notícias, a TVU também produziu boletins noticiosos que eram veiculados ao longo da programação. Como o Giro 5.com, por exemplo, com foco na prestação de serviços e nos principais acontecimentos do dia no Rio Grande do Norte, no Brasil e no Mundo, conforme a Imagem 2. Essas produções eram curtas e tinham duração média de 1 a 2 minutos, ilustradas com fotos e vídeos da internet ou fornecidos por assessorias de comunicação de instituições públicas e empresas privadas. Assim como o telejornal, eram gravados em ambientes domésticos.

Imagem 2

Giro 5.com da TV Universitária



TVU RN (2021).

No primeiro ano da Pandemia, a TV Universitária produziu apenas programas no formato remoto, gravados em ambientes domésticos e com o uso de celulares, câmeras e computadores dos integrantes das equipes. Além das produções jornalísticas, a emissora também veiculou edições inéditas do Cena Potiguar, que é uma atração dedicada a discutir a produção audiovisual no Rio Grande do Norte. O restante da programação era preenchido com reprises ou conteúdos fornecidos por outras emissoras educativas regionais e locais e pela TV Brasil.

Com o plano de retomada gradual das atividades presenciais na UFRN, em junho de 2021, os programas voltaram a ser gravados na sede da emissora e com a estrutura técnica disponível. Foi o caso do Por Dentro do Campus (institucional) e do Boletim UDE (esportivo). Para evitar a contaminação pelo Coronavírus, estudantes e servidores seguiam as medidas de segurança exigidas pela UFRN como o uso de máscaras e o distanciamento social. O TVU Notícias voltou a ser exibido

ao vivo apenas em 16 de agosto desse ano, com formato reformulado e com novos apresentadores.

Na Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte, as atividades presenciais foram suspensas no dia 18 de março de 2020 (Tribuna do Norte, 2020a). Inicialmente, a suspensão foi de 15 dias, sendo prorrogada diversas vezes ao longo da Pandemia, como medida de prevenção diante do aumento exponencial dos casos positivos da Covid-19 e das mortes em decorrência da doença no estado. Com as ações implementadas pela mesa diretora da casa legislativa, as produções e transmissões ao vivo da TV Assembleia também foram suspensas. No entanto, no dia 7 de abril, foi aprovada a realização de sessões plenárias e reuniões das comissões permanentes e especiais de forma remota, por meio de videoconferência, conforme a Imagem 3 (Tribuna do Norte, 2020b).

Imagem 3

Reunião remota da Comissão de Enfrentamento ao Coronavírus



TV Assembleia RN (2020c).

A partir daquele momento, a TV Assembleia mudou as práticas sociais de produção da emissora para se adequar ao novo formato, imposto pela necessidade de distanciamento social. Uma escala de revezamento das equipes foi montada para atender as demandas da Assembleia Legislativa e colocar no ar as principais atividades legislativas, que naquele período seriam realizadas totalmente remotas. Foram mudanças que exigiram treinamento rápido dos profissionais e muito planejamento. Afinal, era algo que não tinha sido feito até então.

Deputados e convidados começaram a participar de sessões, audiências públicas e reuniões de comissões por chamada de vídeo, com o auxílio de aplicativos de videoconferência. A medida possibilitou que a divulgação das atividades, por meio da televisão, não parasse. Com isso, os telespectadores poderiam se informar sobre o que estava sendo aprovado no âmbito do legislativo estadual para o enfrentamento do coronavírus. Além disso, a TV Assembleia continuou a exercer a missão principal de uma emissora legislativa, prevista na lei que regulamenta essa área da radiodifusão, que é a exibição ao vivo das atividades parlamentares.

Além das transmissões ao vivo das atividades que fazem parte da rotina da Assembleia Legislativa, durante a programação da TV Assembleia eram exibidas reportagens com a cobertura das sessões e reuniões. Nesse momento, O AL Notícia foi o único informativo mantido no ar para manter os potiguaros informados. Outros programas também continuaram sendo produzidos de forma remota e exibidos pelo canal, mas os telejornais foram mantidos suspensos porque demandavam uma equipe maior e naquele momento a presença de profissionais na sede da emissora estava limitada, como medida de prevenção contra o vírus.

Nesse período, o canal também produziu um programa chamado Retomada, que apresentava reportagens especiais para discutir as perspectivas de como seria o retorno das atividades da sociedade em geral, após o fim da Pandemia. Foram abordados temas como economia, política, educação, religião, turismo e outros assuntos que tem relação direta com a população do Rio Grande do Norte. Nessa produção, foram ouvidos especialistas e dadas informações atualizadas sobre o enfrentamento da doença no estado.

Imagem 4

Boletim da TV Assembleia gravado na casa da repórter



TV Assembleia RN (2020b).

Nas semanas seguintes, com o aumento das demandas da Assembleia Legislativa e a prorrogação da suspensão das atividades presenciais, a emissora passou a produzir e exibir uma edição mais curta do Jornal da Assembleia, mas no formato de boletim. O informativo contava apenas com os repórteres dando as notícias, sem a presença de um apresentador, todos em *home office*, conforme observamos na

Imagem 4. O foco desse noticiário, além da divulgação das ações do Legislativo, era a prestação de serviço e notícias voltada para a promoção da cultura e cidadania.

A rotina produtiva da equipe do boletim era a seguinte: a pauta era definida pelos editores, as informações checadas pelos produtores e gravadas pelos repórteres em ambientes domésticos e com o celular deles e equipamentos que tinham disponíveis em casa. O material era enviado para o editor de imagens e de texto para ser editado e enviado para a sede da TV Assembleia para que pudesse ser exibido às 19h, de segunda a sexta. Era uma logística que exigia planejamento e coordenação para cumprir os prazos de horários. O programa tinha duração média de 10 minutos.

Em 2 de fevereiro de 2021, a Assembleia Legislativa retornou do recesso parlamentar com as sessões e reuniões sendo realizadas de forma híbrida, com parte dos deputados estaduais presentes em plenário e outros por chamada de vídeo (Tribuna do Norte, 2021). A medida foi um avanço no plano de retomada gradual das atividades presenciais. Com isso, a TV Assembleia precisou aumentar a quantidade de equipes para fazer a cobertura jornalística das ações legislativas. Os boletins informativos continuaram sendo os principais noticiários da emissora. Os telejornais voltaram a ser transmitidos ao vivo apenas em abril de 2022, com o retorno presencial de todos os funcionários e servidores do legislativo estadual, aprovado pela mesa diretora da casa. Sempre cumprindo as medidas de biossegurança como o uso de máscaras e distanciamento social.

Considerações Finais

A criação e a manutenção de canais públicos contribuem diretamente para a diversificação do ecossistema televisivo potiguar, promovendo a complementariedade dos sistemas público, privado e estatal, como está expressa na Constituição Federal de 1988. Afinal, apresentam aos telespectadores conteúdos relevantes, que na maioria das vezes são negligenciados pelas emissoras comerciais. Além disso, essas tevês se constituem como um meio de aproximação das autoridades com a população, uma vez que permitem a divulgação dos trabalhos parlamentares, no caso das emissoras legislativa, ou de projetos educativos e/ou científicos, na TV ligada à Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Com este estudo, foi possível identificar novas práticas sociais adotadas durante a pandemia da COVID-19, por meio da reconfiguração e adaptação do *modus operandi*, tanto dos profissionais quanto dos telespectadores e das fontes de informação. Além da comprovação da hipótese inicial de que a mudança ocorreu para atender ao seu objetivo fundamental de comunicação pública para a sociedade. A partir disso, propõe-se a visualização de um ecossistema da TV pública macro (nacional) e, ainda, a existência de uma microestrutura regional, onde as emissoras educativas e legislativas (TVU e TV Assembleia) analisadas nesta pesquisa tiveram um papel relevante e se mostram como um diferencial da TV comercial, sendo possível visualizar no agrupamento das emissoras regionais duas categorias midiáticas, com as várias emissoras existentes no estado – comerciais e não comerciais, cada qual constituindo uma micro ecossistema.

No entanto, quando observamos a presença dos canais educativos e legislativos na TV aberta apenas na capital, verificamos o quanto ainda é preciso avançar no estado em relação ao acesso das pessoas às informações de interesse público e na transparência das atividades das instituições. O interior segue negligenciado quando o assunto é a implantação e manutenção de mídias públicas, especialmente a televisão, que ainda se mantém como um veículo popular, ágil e com credibilidade entre o público potiguar.

Ao analisar o papel desempenhado pelas emissoras públicas de TV no Rio Grande do Norte durante a Pandemia da Covid-19, foi possível verificar que as tecnologias digitais, como celulares e aplicativos, se apresentaram como uma alternativa para ampliar e diversificar as produções realizadas por esses canais, em um momento em que a sociedade precisava de informações precisas, detalhadas e com credibilidade. Nesse período, o uso dessas ferramentas foi feito de forma emergencial, mas se mostraram eficientes para contornar as dificuldades impostas pela necessidade de medidas de prevenção contra a doença, como o distanciamento social.

As novas práticas sociais experimentadas se mostraram sustentáveis de serem mantidas após o período pandêmico. Principalmente, diante da falta de estrutura e de equipes reduzidas na maioria das emissoras públicas do Rio Grande do Norte. Para muitas, a experiência adquirida servirá para apresentar novas alternativas para a produção de programas e conteúdo televisivo nos canais educativos e legislativos potiguares. O que representa um avanço para a comunicação pública no estado, uma vez que atualiza formatos e formas de se fazer televisão.

As novas práticas também contribuíram para a desburocratização nas instituições públicas que mantém canais de televisão. O que antes era um projeto visto com resistência pela maioria das diretorias das instituições agora se tornou realidade e representa uma opção disponível para dar mais agilidade e eficiência aos meios de comunicação oficiais, facilitando a produção de conteúdo e, conseqüentemente, o acesso das pessoas a informações relevantes e de interesse público. Tudo de forma gratuita. Por isso, acredita-se que possam ser feitos novos investimentos, contribuindo para o fortalecimento dos canais públicos nos próximos anos.

Referências

- Barichello, E. M. da R; Schuwartz, Clarissa. (2020). Entre adaptações e mudanças: Estratégias de legitimação do ambiente telejornalístico brasileiro na cobertura da pandemia do coronavírus. *In*: Emerim, C.; Coutinho, I. (2020). A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia. – 1. ed. – Florianópolis, SC: Editora Insular.
- Brandão, E. P. Conceito de Comunicação Pública. Recuperado de <https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Historia-da-Comunica%C3%A7%C3%A3o-P%C3%BAblica.pdf>
- Cerqueira, L.; Gomes, E. (2020). Telejornalismo remoto: O que pode se incorporar à rotina das redações e dos profissionais pós-pandemia?. *In*: Emerim, C.; Coutinho, I. (2020). A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia. – 1. ed. – Florianópolis, SC: Editora Insular.
- Kneipp, V. A. P.; Sales Júnior, F. das C. (jul/dez, 2019). A TV aberta no Rio Grande do Norte: o início das transmissões digitais na televisão potiguar. *In*: Revista Regit, Itaquaquecetuba, SP, V. 12 nº 2,. P. 184

– 199. Recuperado de: <http://revista.fatecitaqua.edu.br/index.php/regit/article/view/REGIT12-a12>

Martins, S. T., Coutinho, I., Pereira, G., Mata, J. A. P., & Falcão, L. F. N. (2020). Sobre isolamentos e demarcações sociais: o lugar de fala do jornalista de TV em tempos de Pandemia. In C. Emerim & I. Coutinho (2020). *A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia*. Editora Insular.

Pedroza, C. J. P. (2017). Ver + Aprender + Fazer / Canal 5: Anotações para uma história da primeira televisão do Rio Grande do Norte. In V. A. P. Kneipp (Org.), *Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica*. Edufrn.

Sales Júnior, F. das C. (2020). *A televisão aberta no Rio Grande do Norte: uma análise do perfil editorial da produção local* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte]. <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/28727>

Scolari, C. A. (2013). Más allá de McLuhan: Hacia una ecología de los medios. In A. Rublescki & E. M. da R. Barichello (Orgs.), *Ecologia da mídia*. FACOS-UFSM.

Silva, W. (2020a, março 17). *UFRN suspende aulas presenciais por tempo indeterminado*. UFRN. <https://ufrn.br/imprensa/noticias/34250/ufrn-suspende-aulas-presenciais-por-tempo-indeterminado>

Silva, W. (2020b, julho 16). *UFRN regulamenta retomada das aulas do período 2020.1*. UFRN. <https://ufrn.br/imprensa/noticias/37942/ufrn-regulamenta-retomada-das-aulas-do-periodo-2020-1>

Strate, L., Braga, A., & Levinson, P. (2019). *Introdução à ecologia das mídias*. Edições Loyola.

Tribuna do Norte. (2020a). Assembleia Legislativa do RN suspende atividade por 15 dias. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/assembleia-legislativa-do-rn-suspende-atividades-por-15-dias/475047>

Tribuna do Norte. (2020b). Produção legislativa cresce 38% no primeiro semestre. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/produta-a-o-legislativa-cresce-38-no-primeiro-semester/515332>

Tribuna do Norte. (2021). ALRN retoma trabalho em formato híbrido. Recuperado de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/alrn-retoma-trabalhos-em-formato-ha-brido/501962>

TV Câmara Natal. (2021, abril 29). *TV Câmara 18 Anos - 29/04/2021* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=oAyK7_Zx9As

TV Assembleia RN. (2022a). *História da TV*. Recuperado de <http://www.al.rn.gov.br/tvs>

TV Assembleia RN. (2020b, março 11). *JORNAL DA AL - 11 03 22* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LqMtVDUNNVQ&t=391s>

TV Assembleia RN. (2020c, agosto 17). *TV ALRN - REUNIÃO DA COMISSÃO DE ENFRENTAMENTO AO CORONAVÍRUS*

- 17 08 2020 [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=vBfHt4KYw_I

TVU RN. (2020, agosto 04). *TVU NOTÍCIAS | Terça, 04/08/2020* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=z5s9K3Y-oPwU>

TVU RN. (2021, abril 08). *Giro 5.com | 08/04/2021* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=THGvfDP4ax0>

Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Bookman.

BAILE NOTICIADO EM HORÁRIO NOBRE: A DANÇA DAS CADEIRAS NO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO NA TELA DO JORNAL NACIONAL

*Simone Teixeira Martins¹
Luiz Felipe Falcão²
Iluska Coutinho³*

Vivenciar a realidade social marcada por uma disputa narrativa entre mídia e forças políticas é um exercício a que estamos, de certo modo, habituados. No cenário brasileiro contemporâneo há adição de elementos que tornam essas disputas, também representativas, mais complexas. Para além da disputa simbólica entre quem tem o domínio

-
1. Doutoranda e Mestre em Comunicação pela UFJF. Bolsista Capes, desenvolve estudos na linha de Pesquisa Mídias e Processos Sociais do PPGCOM da UFJF. Pesquisadora do NJA (Núcleo de Jornalismo e Audiovisual). sitema@gmail.com
 2. Mestre e Doutorando em Comunicação pela UFJF. Pesquisador dos grupos de pesquisa “Núcleo de Jornalismo e Audiovisual” e “Comunicação, Identidade e Cidadania”. luizfelipecfalcao@gmail.com
 3. Doutora em Comunicação Social, professora titular do curso de Jornalismo e professora permanente do PPGCOM da Fac. de Com. da UFJF, coordenadora e pesquisadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual. iluskac@globocom.com

da verdade, há que se colocar em cena a temática da boataria digital com mobilização da sociedade. O fazer jornalístico incorporou o enfrentamento às *fake news* acompanhado nos últimos anos por ataques e tentativas de deslegitimação do Jornalismo profissional, estimulada pelo presidente Jair Bolsonaro (Falcão & Pereira, 2019). Polêmico desde sua atuação como deputado federal, ele mantém o mesmo personagem em suas aparições à frente do Palácio do Planalto. A imprensa é tratada por ele e apoiadores como um inimigo disposto a interferir e atrapalhar sua gestão.

Esse tensionamento entre governo e mídia é evidenciado em coberturas que mostram as decisões do executivo. Nestas, como nas tomadas como recorte no trabalho, também se narra a relevância e o papel do Jornalismo profissional. Um destes papéis seria confrontar promessas de campanha e deliberações do executivo. Se durante a campanha para as eleições de 2018, Bolsonaro afirmou que seguiria critérios técnicos para a escolha dos ministros que comporiam seu governo, a cobertura da troca de ministros da Educação nos primeiros dois anos no exercício da presidência é tomada como foco de reflexão necessária. Entre janeiro de 2019 e fevereiro de 2021 quatro ministros ocuparam o comando do MEC: Ricardo Vélez Rodriguez, Abraham Weintraub, Carlos Decotelli e Milton Ribeiro.

A pesquisa descrita neste artigo toma as edições do Jornal Nacional (JN) que trata das mudanças de ministro da Educação como objeto empírico, considerando para tanto a centralidade do telejornalismo como forma de acesso ao mundo no Brasil (Becker, 2012; Coutinho, 2016), quanto o protagonismo do noticiário noturno da TV Globo como mídia. O objetivo da análise, que em termos teóricos dialoga com

as contribuições sobre a dramaturgia e os saberes do telejornalismo (Cerqueira, 2018; Coutinho, 2012), é lançar olhar para a cobertura telejornalística adotada pelo Jornal Nacional sobre o tema, compreender em que medida o JN desempenha o papel pedagógico do telejornalismo na cobertura de trocas que tem impacto nas políticas públicas de educação, e perceber as relações (e o poder) que as reportagens têm na definição das escolhas para o cargo. Buscamos compreender, ainda, a forma com que o noticiário divulga esse lugar da visibilidade das fragilidades de candidatos ao ministério assim como o fomento das discussões públicas a partir da pauta pública.

Telas como Espaço de Representação, Saber e Pesquisa: referencial teórico e metodologia de análise

Segundo dados da última Pesquisa Brasileira de Mídia disponível⁴ (PBM 2016), os telejornais são no Brasil a principal forma de acesso à informação sobre o que ocorre no país e no mundo. Em uma sociedade em que o acesso a direitos básicos como saúde, alimentação e educação é muito desigual, as emissoras de televisão aberta desempenham papel relevante tecendo por meio do laço social feito à distância a esfera pública midiaticizada, tal como conceituada por Wolton (2004)⁵.

4. Não há informações sobre a realização de pesquisas posteriores. Considerando a importância do consumo de mídia para o cotidiano da sociedade e para a comunicação, inclusive de políticas públicas, esse seria um dado de compartilhamento público fundamental. O tom adversarial da relação do atual poder executivo federal com a mídia pode explicar a não publicização da pesquisa, caso tenha sido eventualmente realizada.
5. Também é do mesmo autor a compreensão da televisão como mídia geradora de um laço social feito à distância. Wolton parte do conceito de Durkheim para apresentar a proposta em seu Elogio do grande público (1993).

No Brasil, como anuncia título do primeiro volume da Coleção Jornalismo Audiovisual (Rede TeleJor), o Brasil (é)ditado pelos telejornais, sobretudo aqueles veiculados em rede nacional. A mesa de um telejornal representa um altar onde todas as noites é celebrado o ofício quase religioso de mostrar ao público o que aconteceu no país e no mundo naquele dia. E com toda a liturgia possível, o labor repete-se diariamente ajudando a compor o imaginário nacional, construindo imagens ou destruindo reputações, de acordo com as conveniências políticas do momento (Porcello et al., 2012, pp. 14-15).

Em diálogo com a perspectiva da dramaturgia do telejornalismo entendemos as telas de televisão e outros dispositivos como espaço onde são representados os temas que, também por meio de sua inserção nos noticiários, são tornados públicos no Brasil. Segundo Iluska Coutinho (2012), a narrativa da informação em televisão em rede e nas emissoras locais é estruturada como um drama cotidiano, colocando em tela a representação de ações de diferentes personagens na tentativa de resolver conflitos sociais reais, ou de caráter eminentemente narrativo.

Ao colocar em cena o registro jornalístico de fatos de interesse público, e editorial, os telejornais, seus repórteres e editores, desempenham, segundo Laerte Cerqueira (2018), uma função pedagógica, em diálogo com a perspectiva freiriana. Em 2021, ano do centenário do patrono na Educação no Brasil, acreditou-se relevante retomar os saberes por ele apontados, e retomados por Laerte Cerqueira e Alfredo Vizeu (2019) como orientações e recomendações a observar na cobertura das trocas de comando no ministério da Educação. Para entender os ritmos e compassos do baile noticiado em horário nobre recorreremos então a princípios como: o rigor no método; a criticidade; a ética e a

estética; a reflexão crítica sobre a prática; a apreensão da realidade; o reconhecimento de ser condicionado e o saber escutar.

Paulo Freire (2017) defende que o ato de ensinar exige o reconhecimento e a aceitação da identidade cultural dos indivíduos. O patrono da educação brasileira conceitua a educação como uma prática libertadora. Segundo o pedagogo, a educação libertadora consiste, acima de tudo, em um ensino conscientizador, porque além de conhecer a realidade, procura transformá-la. Dessa forma, todos os envolvidos no processo educativo conseguem aprofundar seus conhecimentos em torno do objeto estudado para poder intervir sobre ele. “Aprender para nós é construir, reconstruir, constatar para mudar” (Freire, 2017, p. 68). Freire acrescenta que existe a necessidade do debate, da discussão em torno daquilo que se diz, que se mostra e como se mostra na TV. Entendemos que esse processo faça com que os telespectadores adquiram conhecimento e, sobretudo, consciência crítica.

Nesse sentido, ao explicitar o papel ativo tanto do educador quanto do educando, responsáveis por debater e refletir sobre a TV, o pedagogo enfatiza a importância do entendimento do poder e da força da televisão. Para além desta discussão, acreditamos ainda que o telejornalismo esteja em constante construção (e transformação), assim como a sociedade e os indivíduos. Dessa forma, compreendemos que, assim como as instituições de ensino, também a TV – e particularmente o telejornalismo – têm a função/obrigação de educar os seus telespectadores em uma sociedade em que o grau de instrução é baixíssimo, como a brasileira. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2018 havia 11,3 milhões de brasileiros analfabetos com 15 anos ou mais de idade (Costa 2019). Reforçamos, portanto, o nosso

entendimento de que as mídias têm o dever de promover a educação, instruindo seus espectadores sobre os acontecimentos ao redor do mundo, porque muitos deles não têm acesso a um ensino formal.

Ao estudar as ideias e a importância de Paulo Freire para a comunicação, Venício de Lima (2011) destaca que os conceitos de comunicação e cultura defendidos pelo educador podem ser vistos de forma complementar, visto que se relacionam diretamente com a liberdade e a libertação humanas. Lima (2011) compreende que Freire, em suas obras, orienta que – para alcançar uma consciência crítica – os indivíduos precisam estar comprometidos com um constante processo dialético de transformação da realidade por meio da ação e da reflexão. Todavia, o autor ressalta que as ideias do educador só serão de fato compreendidas se aqueles que se propuserem a estudá-lo levarem em consideração o contexto histórico em que os estudos foram feitos por Freire.

Já Eduardo Meditsch e Mariana Faraco (2003, p. 26) ressaltam que os ensinamentos de Paulo Freire podem ser vistos de forma estranha ao serem utilizados no jornalismo por não ter sido esse o foco de suas obras. Entretanto, “analisando-se em profundidade suas teorias, é possível verificar que podem ser aplicadas também no jornalismo, tanto por sua universalidade como pela utilidade”.

Indo ao encontro da ponderação feita por Meditsch e Faraco, Laerte Cerqueira (2018, p. 127) acrescenta que outras vozes têm sido criadas, com pluralidade e transparência, ao longo de todo o processo noticioso e não apenas no produto final. E cabe ao espectador decidir o que deseja consumir, destacamos.

Dessa forma, deixar de lado a ideia de que o público é inerte e submisso às transmissões e que o telejornalismo é imparcial e isento são

fundamentais para pensar ações pedagógicas e transformadoras tendo o telejornalismo como aliado e não mais como o vilão apontado por muitos. Encarar as deficiências das emissões televisivas, entender como se formam os discursos e como se alinham as informações e ainda como se produz o telejornal pode ser campo fértil para discussões pedagógicas.

Para empreender nossa análise neste trabalho, tomou-se como método a análise da materialidade audiovisual (AMA) possível, tal como proposto por Coutinho (2016). A metodologia propõe-se a observar não apenas o conteúdo da narração dos repórteres e entrevistados, mas a totalidade da informação, em um processo que combina três momentos: o primeiro consiste no reconhecimento e na compreensão do objeto para o estabelecimento dos eixos centrais de observação a partir das perguntas de pesquisa; já o segundo diz respeito à realização da análise do recorte audiovisual selecionado para, por fim, realizar a interpretação dos resultados e completar a avaliação. Dessa forma, Iluska Coutinho (2016) sugere que seja feita uma pesquisa bibliográfica aprofundada e, em seguida, a construção de uma ficha baseada em eixos de análise – desenvolvida a partir das necessidades de observação, juntamente com o referencial teórico, e que revela uma espécie de “entrevista do objeto”, já que assim é possível analisar os conteúdos audiovisuais através de uma moldura específica e apropriada aos objetivos e objetos de pesquisa. Dessa forma, foram analisados trechos de cinco edições do Jornal Nacional disponíveis no repositório [GloboPlay](#). Os resultados apresentados à seguir são sintetizados de acordos com os arranjos, noticiosos e musicais evidenciados na análise.

O Prelúdio – Ricardo Vélez Rodriguez

A saída de Ricardo Velez foi anunciada pelo presidente Jair Bolsonaro pelo Twitter no dia 08 de abril de 2019. Na cobertura do Jornal Nacional a representação da troca, aqui considerada o prelúdio do baile das cadeiras no Ministério da Educação, foi realizada ao longo de três minutos e 36 segundos, em que foram descritas as circunstâncias da demissão.

A reportagem de Délis Ortiz informa, com imagens da edição extra diário oficial, que a demissão já veio acompanhada da nomeação de Abraham Weintraub. Em formato linha do tempo aponta 15 polêmicas envolvendo Velez, incluído a avaliação do ministro dizendo que as universidades do Brasil deveriam dedicar-se exclusivamente a uma elite intelectual. Também foram destacados: o episódio da comparação dos brasileiros com canibais; a carta remetida às escolas públicas solicitando o envio de vídeos em cerimônias com execução do hino nacional e o anúncio feito pelo então ministro de mudança dos livros de história sobre o golpe civil-militar de 1964.

Construído o personagem de um ministro entre trapalhão, de evidente inadequação, a cobertura passa a apresentar o substituto: Abraham Weintraub. Nas telas é compartilhada a informação de que o novo ministro integrava o governo Bolsonaro desde seu início. Déliz explica que Weintraub era uma espécie de vice do então chefe da casa civil, Onix Lorenzoni. Mestre em Administração, com atuação no mercado financeiro, e professor da Universidade Federal de São Paulo, o novo ministro é apresentado como um crítico das ideologias de esquerda, e da imprensa.

Déliz Ortis salienta que a saída de Velez seria a segunda mudança na composição original do governo, após o caso Bebbiano, e anuncia uma reunião do novo ministro no planalto para o dia seguinte. Weintraub seria, no compasso apresentado a seguir, mais um dos ministros a “dançar” a música de uma despedida bastante polêmica.

A Coreografia do Descompasso – Abraham Weintraub

A cobertura da saída de Abraham Weintraub no JN foi a mais extensa entre os casos analisados. Foram três reportagens no total. A primeira delas, de oito minutos, narra todo o contexto até a saída; a segunda traz em dois minutos a repercussão entre políticos; a terceira e última tem três minutos e relata a anulação pelo ministro da portaria sobre a inclusão de minorias no ensino superior.

A apresentadora salienta a polêmica como tom de um dos mais polêmicos ministros do governo Bolsonaro, que deixa o cargo após 14 meses de controvérsias e descompassos. A reportagem começa com vídeo divulgado nas redes sociais pelo presidente e por Weintraub, em que a saída é anunciada. O trecho destaca a recusa do ex-ministro de comentar as razões da saída, e o desconforto de Bolsonaro com a situação. No vídeo, Vladimir Netto explica que o presidente teria cedido à pressão de ministros diante de um histórico de polêmicas considerado insustentável; a mais grave seria o xingamento de Weintraub aos ministros do STF. A saída seria assim uma sinalização positiva do Governo aos outros poderes, Supremo e Congresso Nacional.

No histórico da passagem de Weintraub desde sua chegada ao MEC há destaque para a crítica à Paulo Freire em seu discurso de posse e para a ameaça àqueles que não estivessem satisfeitos com o rumo

idealizado para o Ministério. Vladimir lembra que tal caminho incluiu: o corte no orçamento das universidades; a onda de protestos por todo o país; os erros de português em posts de redes sociais e documentos oficiais. A reportagem ainda lembra os fracassos do programa Future-se e da Carteira do Estudante digital, os problemas com as notas erradas do Enem e o pronunciamento do ministro sobre supostas plantações de maconha no interior das universidades. Além disso, a matéria veiculada no JN ressalta o mal estar diplomático com a postagem do ministro que ironizava o povo chinês por meio do personagem Cebolinha, e o consequente inquérito por racismo. Por fim a reportagem recupera o registro sonoro da reunião ministerial do dia 22 de abril, em que Weintraub refere-se aos ministros do Supremo como “vagabundos”, e a postagem em que ele considera as operações policiais relacionadas ao inquérito das *fake news* como a noite dos cristais brasileira.

A narrativa do JN expõe a solução aparente do conflito, que foi marcado também por crise com o Congresso em função das indicações de reitores, destacando que a proximidade com a ala ideológica de bolsonaristas manteve o ministro no cargo até aquele momento, e a participação de Weintraub em manifestações contra o STF. Já durante a pandemia, o ex-ministro aparecia sem máscara e provocava aglomerações.

A segunda matéria trouxe a repercussão da saída do ministro entre os políticos. Foram destacadas publicações de ministros, políticos e representantes de instituições ligadas à educação. A União Nacional dos Estudantes, a União Brasileira dos Estudantes Secundaristas e a Associação Nacional dos Pós-graduandos enviaram nota, considerando Weintraub como o pior ministro da história. Entre os congressistas houve edição de falas do coordenador da comissão externa de acompanhamento

dos trabalhos do MEC, deputado João Campos (PSB-PE); da deputada Tábata Amaral (PDT-SP) e do deputado governista Carlos Jordy (PSL). Júlio Mosquera destacou as críticas de Rodrigo Maia, então presidente da Câmara, ao ex-ministro da Educação.

No encerramento da cobertura, reportagem de Geiza Duarte aborda a revocação por Weintraub de portaria do MEC que estimulava a inclusão de minorias em programas de pós-graduação, o que provocou a reação das entidades representativas das instituições de ensino superior, parlamentares e movimentos sociais. Este foi seu último ato como ministro antes de deixar o cargo e o país; o JN informa sua indicação pelo governo para o cargo de diretor executivo do Banco Mundial.

Uma Nota a Mais, e For a de Compass – Carlos Decotelli

O nome de Carlos Decotelli entra na cobertura da sucessão de ministros da Educação. Seu pedido de demissão é anunciado na edição de 30 de junho de 2020, menos de uma semana depois do anúncio de sua nomeação pelo presidente e sem que ele tivesse inclusive tomado posse oficialmente. A decisão é o ponto final ao debate acerca da existência de mentiras e inconsistências no currículo de Decotelli. O doutorado na Argentina foi desmentido pelo reitor da Universidade Nacional de Rosario, assim como a pesquisa de pós-doutorado na Universidade Alemã de Wuppertal, negada pela instituição. Havia ainda indícios de plágio na dissertação de mestrado de Decotelli.

Na apresentação da cobertura, que teve um tempo total de seis minutos e 39 segundos, Willian Bonner salienta que Decotelli não permaneceu nem cinco dias no cargo, e que não resistiu a uma série de denúncias de informações falsas no currículo. A reportagem de Délis

Ortiz informa que Decotelli entregou a carta de demissão ao presidente, confirmada pelo Planalto por publicação no Diário Oficial. A repórter acrescenta que o então ministro foi aconselhado a deixar a pasta, sem identificar a autoria do conselho.

Numa linha do tempo de informações falsas ou imprecisas a repórter evidencia publicação da Universidade de Rosário, que nega ter concedido o título de doutor ao ministro; ele teria cursado disciplinas mas não finalizou o curso de doutorado. A reportagem apresenta as denúncias de plágio recorrendo a dois pesquisadores. Em arte gráfica, cores destacadas em marca texto cobrem partes da dissertação de mestrado de Decotelli que, segundo a reportagem, teriam sido plagiadas. A arte termina com uma imagem comparativa de um dos textos em que está escrito plágio; há o trecho do documento seguido da palavra dissertação e o trecho repetido. Em *off* a repórter explica que o especialista e professor da PUC do Chile, Enrico Rezende, entendeu que 70% da dissertação foi plagiada, com cópias literais ou reprodução dos textos com algumas pequenas modificações. O pesquisador acrescenta que isso não é aceitável e que o título deve ser “provavelmente revogado”; chama ainda atenção para o tipo de imagem da Educação brasileira que essa situação passa para o cenário internacional. Sem detalhar com clareza esse risco, esse trecho da sonora amplifica o desgaste do ministro, do governo mas também das instituições brasileiras, em sentido lato.

A linha do tempo segue mostrando documentos em arte que descaracterizam o pós-doutorado de Decotelli na Alemanha. A reportagem recorre ao seu currículo lattes para mostrar que, após a divulgação das informações que desmentem seu currículo, ele fez alterações no

documento: “a nomeação de Decotelli, que parecia promissora, ficou insustentável.”

A reportagem segue com a repercussão do caso: uma publicação do ministro do gabinete de segurança institucional, General Augusto Heleno; o posicionamento do Conselho Nacional de secretários de Educação; carta do movimento “Todos pela educação”; a presidente da Associação Nacional de Pós-graduandos, Flávia Calé, que entrevistada denuncia despreço do governo pela Educação, e a transformação do MEC em um balcão de negócios. Os posicionamentos têm um tom de desfecho moral, mas a substituição de Weintraub permanecia inconclusa.

Segue o baile: um solo de Renato Feder

O quarto ministro da educação dessa “dança das cadeiras” foi o então secretário de educação do estado do Paraná, que não aceitou o convite de Jair Bolsonaro. Feder havia se encontrado com o presidente antes da indicação de Decotelli e teria sido preterido em função da idade e das relações com o governador de São Paulo, João Doria (PSDB)⁶. A cobertura do Jornal Nacional foi feita no dia 06 de julho, mesmo com a recusa de Renato Feder tendo sido anunciada no dia 03. Willian Bonner contabiliza o tempo em que o Ministério da Educação está sem comando desde a saída de Weintraub: 18 dias.

O repórter Júlio Mosquera inicia a narrativa de quatro minutos e 40 segundos contando que a “dança das cadeiras” tem como pano de fundo um viés ideológico. O anúncio da recusa é apresentado como “mais um capítulo” da história. Chama a atenção as qualificações que

6. Feder doou R\$ 120 mil para a campanha de Dória à prefeitura e teria trabalhado na Secretaria Estadual de Educação de São Paulo

aparecem na reportagem, como “fritura” e bombardeio”, termos em geral presentes na crônica.

A narrativa segue com destaque para as críticas de Rodrigo Maia à campanha contra Renato Feder feita nas redes sociais, aos “lunáticos” que seriam os integrantes da ala ideológica bolsonarista e à falta de racionalidade no debate do ministério da Educação. Mosquera destaca a ascensão da pauta de costumes e doutrinas no MEC em detrimento das políticas públicas educacionais. O repórter afirma haver consenso entre pesquisadores e autoridades em Educação: o “MEC virou um gerador de crises, dúvidas e inseguranças”. São apontadas as fragilidades do ministério que precisam ser resolvidas, e as posições da presidente do Conselho Nacional de Educação, Maria Helena Guimarães, e do diretor-executivo da Fundação Lemann, Denis Mizne.

A Contradança de Milton Ribeiro e do Governo

A narrativa sobre o atual ministro da educação, Milton Ribeiro, é da cobertura de posse, considerando sua manutenção no cargo no momento de finalização do trabalho. Pastor da Igreja Presbiteriana empossado em 16 de julho de 2020, ele é graduado em Teologia e Direito, tem mestrado em Direito Constitucional e Doutorado em Educação. A cobertura do JN para a posse do novo ministro foi mais breve que as demais: dois minutos e 57 segundos.

A reportagem de Júlio Mosquera é marcada pelo registro factual. Bolsonaro acompanhou a solenidade de longe, em função de se recuperar da Covid-19. Apresenta o currículo do ministro e enumera os desafios a serem enfrentados: suporte ao ensino à distância, a coordenação da volta das aulas presenciais, discussão do Fundeb.

A matéria evidencia a origem do apoio ao ministro: o grupo evangélico mais ideológico ligado ao governo. Há inserção de um trecho do pronunciamento de Bolsonaro que diz esperar o entendimento de Milton e os demais setores da educação. Já a fala do ministro destaca o compromisso com o ensino público e a laicidade, e culpa as políticas públicas educacionais do passado pelo momento que a Educação atravessa. O pastor-ministro ainda promete a abertura de diálogo e a escuta a educadores e acadêmicos.

No final da reportagem, Júlio Mosquéra resgata de forma resumida a linha do tempo da dança dos ministros, e retoma as polêmicas que levaram até a escolha do atual, associada aos apoios que este recebeu. Há assim também o encerramento da descrição dos resultados.

Conclusões: em busca da batida perfeita

Colocadas em série, sob o olhar e avaliações dos analistas, as reportagens sobre a troca de ministros da Educação no governo Bolsonaro narram também um lugar para o jornalismo e os jornalistas como portadores de um conhecimento particular, um saber narrar o cotidiano, em telas. Em diálogo com os conceitos teóricos tomados como referência nesse exercício reflexivo salientam-se nas conclusões as buscas empreendidas na escalação do papel de autoridade máxima na área da Educação.

Nesse sentido os saberes elencados por Freire são retomados nessa avaliação final. Duas estratégias parecem ter sido recorrentes no exercício do rigor no método, a disciplina da checagem ou da verificação, que fazem parte das premissas do jornalismo, assim como o recurso ao passado, sendo a retomada histórica também ancorada em textos

de caráter noticioso. Ao falar assim sobre a inconstância, o baile das trocas de ministro, o JN busca reafirmar-se como um marcador sempre presente para os telespectadores, em oposição portanto à instabilidade no governo.

A criticidade é dirigida ao outro, em um olhar sobre o dever ser do governo a quem caberia estabelecer políticas públicas de Educação ancoradas sobretudo nos prometidos critérios técnicos. O telejornal recorre a especialistas para reforçar a perspectiva de criticidade, com reflexos nos aspectos da ética e estética do mundo dado a ver/saber por meio da cobertura veiculada nas suas edições.

A apreensão da realidade é realizada a partir da reflexão crítica sobre a prática, sobretudo do governo. Nesse sentido vale ressaltar que nos desafios apresentados em diferentes momentos como aspectos com os quais os ministros deveriam lidar não aparece o tratamento da Educação como política pública, ou o esclarecimento acerca dos papéis e deveres dos diferentes poderes no que refere ao tema.

Quanto ao saber escutar é interessante perceber distintas formas de inserção de vozes e imagens na narrativa. O governo federal e seus apoiadores falam a partir de mediações outras que são apropriadas pelo telejornal. É a partir das lives, dos pronunciamentos transmitidos também em redes sociais que se narra a perspectiva do governo federal, em cenário que parece salientar um certo negacionismo em relação ao papel do Jornalismo também como poder. Como elemento da esfera pública mediatizada, o telejornal abre espaços para parlamentares; apenas um deputado governista foi entrevistado no recorte selecionado para este artigo. A voz dos especialistas selecionados narra uma perspectiva consensual acerca da Educação, a representante do Conselho Nacional

de Secretários de Educação e o diretor-executivo da Fundação Lemann são apresentados como a voz da autoridade, no singular. Embora seja realizada a inclusão de uma sonora de Associação dos Estudantes de Pós-Graduação, ela não tematiza questões controversas, como o financiamento da Educação. Isso parece indicar que na narrativa do telejornal há um (re)conhecimento de que os jornalistas seriam condicionados ao narrar o mundo, entre outros aspectos, por questões relacionadas à Economia Política da Comunicação.

Nesse sentido, as conclusões indicam que o telejornal reforça na cobertura analisada seu lugar de poder fiscalizador, enquanto ao governo caberia a escalação de um ministro da Educação alinhado ao que os parlamentares e especialistas defendem, ou melhor, ao que defendem aqueles cujo posicionamento ganhou visibilidade nas telas do JN.

Referências

- Becker, B. (2012). Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. *Matrizes*, 5(2), 231-250.
- Cerqueira, L. (2018). *A função pedagógica do telejornalismo: e os saberes de Paulo Freire na prática jornalística*. Insular.
- Cerqueira, L., & Vizeu, A. (2019). Os saberes da pedagogia no telejornalismo: Paulo Freire e a prática jornalística. *Famecos*, 26(1). <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/31212/18535>

- Costa, G. (2019, setembro 8). Analfabetismo resiste no Brasil e no mundo do século 21. *Agência Brasil*. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2019-09/analfabetismo-resiste-no-brasil-e-no-mundo-do-seculo-21>
- Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil.
- Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Mauad X.
- Freire, P. (2017). *Pedagogia da autonomia*. Paz e Terra.
- Lima, V. A. de. (2011). *Comunicação e cultura: as ideias de Paulo Freire*. Fundação Perseu Abramo.
- Meditich, E., & Faraco, M. B. (2003). O pensamento de Paulo Freire sobre jornalismo e mídia. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 26(1).
- Porcello, F., Vizeu, A., & Coutinho, I. (orgs). (2012). *O Brasil (é) ditado*. Insular.
- Vizeu, A. (2002). *Telejornalismo, audiência e ética*. Biblioteca On-line de Ciência da Comunicação.
- Wolton, D. (2004). *Pensar a comunicação*. Editora Universidade de Brasília.

REPORTAGENS DE COMPILAÇÃO: CONTRASTES E CORRELAÇÕES DE ARQUIVOS NOS 50 ANOS DO JORNAL NACIONAL

Gabriel Malinowski¹

O modo de invocar o passado está sempre perpassado por condições tecnológicas, no sentido lato do termo, abarcando também seus aspectos culturais e subjetivos. As práticas de compilação de arquivos, que adquirem novo impulso com a Internet e os arquivos digitais, contribuem para a construção de alguns formatos audiovisuais que, em diversos circuitos (cinema, televisão, internet), atuam não apenas para a reconstrução do passado, mas para um certo modo de contato com esse tempo pretérito.

1. Doutor em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Professor substituto da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Membro do NJA. gabrielmalinowski@gmail.com

No caso da televisão, especificamente, as tecnologias de arquivo utilizadas pelas emissoras entram em um jogo que participa ativamente dos processos de memória e esquecimento de uma audiência formada culturalmente por telas. Os modos como esses arquivos são disponibilizados, seja integralmente ou em processos de reutilização em novos programas, conferem às emissoras uma relação de poder em relação a essas memórias geradas. Trata-se de um material audiovisual que, em muitos casos, ajudam a forjar diversas referências sociais, culturais e políticas.

Para notar algumas características e estratégias dessa compilação de arquivos da própria televisão, a série de reportagens que comemorou os 50 anos do Jornal Nacional é um caso exemplar. Segundo Iluska Coutinho (2008, p. 07), o formato série de reportagem, (...), se aproximaria de uma espécie de novela informativa, em que cada capítulo possibilitaria o aprofundamento de um tema ou aspecto da realidade retratado na TV. A prática da compilação dessas reportagens parece um sintoma de um tipo de montagem interessada em consolidar certas formas de sentir e imaginar o passado – e que se manifesta em outras práticas e em diversos produtos midiáticos. Nas cinco reportagens que compõem a série, utiliza-se apenas e imagens e sons de arquivo, ou seja, materiais que já haviam sido utilizados e exibidos pelo telejornal.

O objetivo deste artigo é analisar como as cinco reportagens articulam operações de contraste e correlação de arquivos para construir essas reportagens. A nosso ver, essas duas estratégias são importantes para a conformação de um certo modelo de historicidade mediada. Trata-se de uma história forjada midiaticamente por arquivos de diferentes tempos históricos que ora se contrastam ora se correlacionam.

Essas operações ocorrem tanto pelos conteúdos simbólicos quanto pela qualidade material das imagens e dos sons.

Para notar como essas operações de contraste e correlação são armadas, nos apoiaremos no método desenvolvido pelo Núcleo de Jornalismo Audiovisual (CNPq-UFJF), denominado Análise da Materialidade Audiovisual, “que toma como objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição, em toda sua complexidade de códigos, sentidos e símbolos” (Coutinho, 2018, p. 187). Considera-se, assim, a dimensão audiovisual como uma unidade, não se atendo apenas a um aspecto desse conjunto.

Fundamentação Teórica

O desenvolvimento dos meios de comunicação criou, segundo John B. Thompson (1998, p. 38), “o que agora descrevemos como ‘historicidade mediada’”. Trata-se de indivíduos que acessam sentido acerca dos principais acontecimentos do passado por meio do contato com jornais, filmes e programas televisivos. Em outros termos, Vilém Flusser vai argumentar que a escrita impulsionou a visão histórica do mundo. A história seria a tradução linearmente progressiva de ideias em conceitos, ou de imagens em textos. Quando essa escrita é retraduzida em imagens, ou seja, quando os aparelhos, que são programas com a capacidade de retradução de textos em imagens, assumem um lugar central na cultura, a história é colapsada, e daí nomeá-la como pós-história. Essa mudança, segundo Flusser, possui implicações diretas em nossa percepção, em nossa existência:

antes da invenção da fotografia e das outras imagens tecnológicas que a seguiram, a história era vista como uma corrente ramificada fluindo em direção a um oceano não evidente - “a plenitude dos tempos”. [...] Levando esse esquema em consideração, nota-se que a introdução da fotografia alterou nosso estado existencial. Anteriormente, costumávamos flutuar rio abaixo da história, arrastados por seus eventos que não se repetiam e suas oportunidades únicas. Mas agora circulamos no reservatório de imagens tecnológicas, no qual os eventos históricos caem descontroladamente. (Flusser, 1991, p. 1)

Para Flusser, “o nosso modelo para a captação dos eventos históricos não mais é o conto, mas o filme. De forma que podemos fazer ‘cortes’, ‘flashbacks’, acelerações e retardamentos. E, sobretudo, podemos assumir a produção de produtor do filme que manipula a fita da história da humanidade” (Flusser, 1991). Trata-se, com efeito, de um mundo programado por aparelhos. A noção de programa, segundo Flusser, é relativamente nova, e suplanta as noções de destino e causalidade. Se a herança mítica nos forneceu a noção de existência como destino, a ciência introduziu a perspectiva da causalidade. Entretanto, a situação “programática” é aquela que, segundo Flusser, penetra em vários domínios, epistemológicos e políticos. Na visão do autor, o mundo pós-histórico que habitamos é um mundo operado por programas, que programamos e que nos programam.

Não que a história tenha deixado de “desenvolver-se”. Pelo contrário: rola mais rapidamente que anteriormente, porque está sendo sugada para interior do aparelho. Os eventos se precipitam rumo ao aparelho com rapidez acelerada, porque estão sendo sugados, e parcialmente provocados pelo aparelho. A história toda, política, arte, ciência, técnica, vai destarte sendo incentivada pelo aparelho, a fim de ser transcodada no seu oposto: em programa televisionado. O aparelho se tornou a

meta da história, Passa ele a ser represa do tempo linearmente progressivo. A plenitude dos tempos. História transcodada em programa torna-se eternamente repetível. (Flusser, 1983, p. 102)

Com efeito, não se pode pensar na perspectiva flusseriana de pós-história sem levar em consideração programas que produzem, armazenam, conservam e acessam imagens técnicas. Os programas estão inseridos nesse processo, e produzem efeitos marcantes para a propagação de certas temporalidades midiaticizadas. As práticas de compilação na televisão, e sobretudo no jornalismo, são formas específicas (e em disputas com outras formas de compilação da imagem televisiva na ecologia midiática digital) que, com sua materialidade e concretude, seus modos de reapresentar imagens e sons, impactam decisivamente nossas sensações históricas. Inserido de modo visceral nessa pós-história, o jornalismo audiovisual possui papel ativo na construção de referências sociais e temporais.

Na visão de Mônica Kornis (2007, p. 02): “a presença da história no mundo de hoje é um dado marcante, (...) e particularmente a televisão firmou-se como um meio de narração de nosso tempo, não só no telejornalismo, mas também na teleficção e nos programas de viés documental”. Ainda segundo a autora, “a linguagem audiovisual, ao longo de todo esse tempo, construiu formas de representação e de reconstrução do passado em contextos históricos diversos e segundo diferentes concepções estéticas” (Kornis, 2008, p. 09).

Cabe enfatizar, assim, a centralidade e importância da televisão – ainda nos dias atuais – bem como sua relevância social (Machado, 2019). É inegável que a televisão participa da construção de repertórios simbólicos e afetivos, especialmente na cultura brasileira, onde o processo

de letramento sempre foi problemático. Esse aspecto é corroborado por Coutinho (2008, p. 01), quando analisa o papel do telejornalismo na produção de conhecimento:

Para além do convite ao lazer, ou de sua vocação ao entretenimento, a televisão também se constitui no Brasil em um importante instrumento de informação, de acesso ao mundo por meio de seus sons, textos e imagens exibidas na tela. Essa é a premissa fundamental, quase crença, do telejornalismo, gênero televisivo que pertence à categoria Informação, e de muitos que têm esse tipo de programa como sua principal forma de orientação no mundo.

Estamos imersos em sistemas tecnológicos de imagens e sons que participam, em maior ou menor grau, do modo de construção da realidade. Deve-se notar também que esse repertório trazido pelo telejornal não se constrói apenas por aspectos simbólicos ou narrativos, mas também afetivos, da ordem das sensações diretas, da presença, da materialidade da imagem e do som.

Ao integrar o arquivo no telejornal, estamos refletindo sobre um importante modo de referência do passado. Se, como afirma Coutinho (2008, p. 03), “é fundamentalmente ao assistir aos noticiários televisivos que significativa parcela da população (...) ‘abastece’ seu repertório com informações e notícias capazes de possibilitar sua inserção nas conversas cotidianas e mesmo sua orientação no tempo ‘presente’”, é também pelas imagens de arquivo veiculadas pela televisão que essa mesma população imagina e referencia seu passado. Pode-se dizer assim que, ocasionalmente, a televisão e o telejornal atuam como lugares de memória (Nora, 1993). As reportagens dos 50 anos do JN certamente

ocupam esse lugar, na medida em que apresentam um mosaico (termo utilizado pelos próprios apresentadores) desse arquivo do telejornal.

No campo do telejornalismo, a utilização de imagens de arquivo é cotidiana. Entretanto, as imagens de arquivo participam da construção de reportagens em contextos específicos. Segundo Bistane e Bacellar (2005, p. 29), essas imagens de arquivo “servem para cobrir matérias do dia, quando não houve tempo de captar imagens, quando o material feito na rua não foi suficiente”. Nota-se que, de modo geral, é um recurso muitas vezes não evidente, que complementa as reportagens interessadas na atualidade dos fatos. Com exceção, “temos os necrológicos, matérias que traçam o perfil de personalidades ou a trajetória de autoridade” (2005, p. 29). Geralmente, esse tipo de reportagem é veiculado na ocasião da morte de figuras públicas. Podemos pensar também no uso de imagens de arquivo em reportagens que recuperam um fato, ou que precisam traçar uma cronologia para contextualizar um novo acontecimento. Em todos esses casos, o arquivo aparece de modo mais domesticado, e se dobra à informação ou aos interesses de uma narração atualizada.

Além desse uso cotidiano em reportagens, o material audiovisual com esse “valor de arquivo” aparece em outros contextos e programas já bem estabelecidos na cultura televisiva. Grandes reportagens e documentários de televisão são alguns exemplos de uso mais sofisticado de arquivos. Com o processo de canais a cabo e por assinatura, na década de 90, aparecem canais que possuem um viés mais historiográfico, como o *History Channel*, e também os canais *All News*, que possuem uma variada programação de programas jornalísticos. Em todos esses casos, a utilização de arquivos da própria televisão é potencializada.

Catherine Russell (2018) tem trabalhado com a noção de “arquivoologia” (*archiveology*) para analisar algumas implicações dos filmes de compilação. Segundo a autora, mais do que um gênero ou um tipo de cinema, a “arquivoologia” seria uma prática interessada em reusar e reciclar materiais de arquivo. Para Catherine Russell, “o arquivo de filmes não é mais simplesmente um lugar em que os filmes são preservados e armazenados, mas foram transformados, expandidos e repensados como um ‘banco de imagens’ do qual as memórias coletivas podem ser recuperadas” (Russell, 2018, p. 01). Nesse sentido, “a arquivoologia oferece [...] inúmeras oportunidades para repensar a diversidade de histórias e histórias que podem estar na rubrica ‘memória e documento’” (Russell, 2018, p. 32).

Essa perspectiva arqueológica de Russell parece rentável para nossa investigação sobre as reciclagens de materiais de arquivo na televisão. Ainda que a discussão da autora atue, predominantemente, no campo cinematográfico, ela nos serve de apoio para uma aproximação às práticas de compilação de arquivo pelas emissoras televisivas. No entanto, é importante fazer algumas demarcações em relação às diferenças e particularidades dos arquivos televisivos, bem como suas formas de conservação e acesso.

Diferentemente do cinema, que desenvolveu uma mentalidade de conservação e valor histórico de seus filmes somente após algumas décadas de cultura cinematográfica, a televisão e as emissoras investiram em seus arquivos, de modo geral, desde a integração do vídeo aos modos de produção televisiva, a partir da década de 60. As grandes emissoras, mundo afora, possuem um acervo que, com a chegada das tecnologias digitais e em rede, vem sendo interceptado por novos

mecanismos de acesso e utilização. No contexto digital e convergente que vivemos, por exemplo, plataformas de emissoras disponibilizam o conteúdo já exibido em arquivos digitais, com um acesso liberado (de modo gratuito ou por assinatura).

Com efeito, os modos de ver esses arquivos televisivos são transpassados por políticas de visualidade e estratégias de utilização estética. Desse modo, múltiplos efeitos estão sendo constantemente gerados devido ao fato de esse arquivo, assim como qualquer arquivo, não ser uma realidade passiva. Ele tem um papel gerador. O arquivo audiovisual está em constante jogo de aparição e desaparecimento por essas forças que o perpassam. O fato de, no Brasil, as grandes emissoras possuírem o domínio do material por elas exibido ao longo de décadas endossam a questão proposta por Steve Bryant: “os países precisam de um Arquivo Nacional da Televisão?”. As novas mídias e os processos de arquivos digitais possibilitaram certo acesso a esses conteúdos, dentro de novas formas de negócios dessas emissoras no ambiente da Internet. Contudo, parece que, ainda hoje, a grande audiência entra em contato com esse arquivo televisivo, principalmente, a partir de programas das próprias emissoras que reciclam essas imagens.

Metodologia

Para a realização de nossa análise, iremos estabelecer um protocolo de estudos estruturado que permita analisar a utilização dos arquivos (em suas dimensões materiais e narrativas) de forma semelhante nas cinco reportagens. Para isso, nos apoiaremos no método desenvolvido pelo Núcleo de Jornalismo Audiovisual (CNPq-UFJF), denominado Análise da Materialidade Audiovisual, “que toma como

objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição, em toda sua complexidade de códigos, sentidos e símbolos” (Coutinho, 2018, p. 187). Considera-se, assim, a dimensão audiovisual como uma unidade, não se atendo apenas a um aspecto desse conjunto.

A primeira etapa da análise consiste na compreensão das promessas, ou seja, das formas de (auto) apresentação das reportagens “seja por meio de seus próprios enunciados audiovisuais, pela sua inscrição em dado canal ou emissora, sua posição na grade de programação” (Coutinho, 2018, p. 188). Essa perspectiva entende que “cada programa está ancorado em promessas (Jost, 2007), modos de endereçamento ou estilos televisivos (Rocha, 2016) particulares” (Coutinho, 2018, p. 188). Leva-se em consideração também os elementos para-textuais e os produtos intermídia em contato com o objeto analisado.

Após essa etapa, passa-se à análise da materialidade propriamente dita. Para isso, iremos estabelecer, previamente, eixos e itens/categorias de avaliação que sejam condizentes com a observação das imagens de arquivo nas reportagens. O ordenamento da edição de cada fragmento, por exemplo, que diz respeito à narrativa das reportagens, será um aspecto que, certamente, iremos nos deter, pois a montagem do arquivo, como explicita os próprios âncoras, produzem “contrastes, mudanças, mas também situações incrivelmente parecidas com as de décadas atrás e que persistem”.

Por fim, iremos fazer a interpretação dos dados recolhidos nessas fichas de leitura, que serão mais qualitativos que quantitativos, a fim de notar o tipo de imaginação histórica induzido a partir dos aspectos materiais e narrativos das reportagens. Trata-se de um método de pesquisa e interpretação que, pelo princípio da não decomposição do texto/

som/imagem busca “preservar as marcas da materialidade audiovisual, aproximando-se daquilo que Morin entende como complexidade” (Coutinho, 2018, 193).

Análise de Resultados

Na série de reportagem dos 50 anos do JN, o arquivo adquire um estatuto diferente de seu uso mais cotidiano no Jornal Nacional e nos telejornais, de modo geral. Com efeito, as cinco “reportagens de compilação” fogem ao modelo mais tradicional de notícia audiovisual. Temos uma reportagem que dialoga muito com os chamados filmes de arquivo (ou de compilação). Deve-se notar que esse imperativo histórico é bem consciente no discurso dos próprios apresentadores. Trata-se de um efeito intencional da produção do telejornal. Como afirma Renata Vasconcellos, ao final do penúltimo bloco do telejornal: “a seguir, um mergulho na história”.

O bloco seguinte se inicia com a reprodução da primeira vinheta do JN, ainda em preto e branco, e com recursos gráficos bem simples. Em seguida, os âncoras William Bonner e Renata Vasconcellos também aparecem em preto e branco, e com a qualidade da imagem próxima à da vinheta exibida. Nota-se aí um efeito de arquivo, ou seja, um tratamento da imagem atual que lembra e acompanha a imagem de arquivo da vinheta anteriormente exibida.

Então, os âncoras explicam o método de produção das reportagens: “nós estabelecemos uma regra para todos os participantes desse projeto: eles teriam que vasculhar os arquivos da Globo e usar exclusivamente sons e imagens originais da época, sem nenhum acréscimo atual de narração”. Após essa explicação do método de produção, há

uma explicação daquilo que o espectador está prestes a observar: “os trechos de reportagem formam uma espécie de mosaico. Por isso, eles não seguem necessariamente uma ordem cronológica. Nosso objetivo é apresentar contrastes, mudanças, mas também situações incrivelmente parecidas com as de décadas atrás e que persistem”.

William Bonner continua: “escolhemos cinco temas que podem ser considerados fundamentais para qualquer nação”. São eles: comunicação, educação, cidade, trabalho e saúde. Esse conjunto, apresentado em reportagens com duração média de 20 minutos, nos dias 02, 03, 04, 05 e 06 de setembro de 2019, respectivamente, forma uma novela mais experimental constituída por imagens (e sons) do arquivo do JN. Devido à pouca intervenção discursiva, pois não há nenhuma narração adicional, essas reportagens se mostram bem atípicas para o padrão informativo/narrativo usual das matérias realizadas pela emissora, geralmente estruturadas com recursos dramatúrgicos (Coutinho, 2012) consolidados, com “personagens”, entrevistas e texto em *voz off*.

Na série, há um elemento que se sobressai, ainda que não seja nem mesmo mencionado pelos âncoras na apresentação das reportagens. Trata-se da dimensão material, das texturas e das sonoridades desses arquivos audiovisuais. Obviamente, não se deve desvincular a dimensão do conteúdo, das interpretações e dos sentidos estabelecidos na montagem das imagens e dos sons. Um efeito curioso que comprova a relevância dessa dimensão material são os efeitos utilizados na edição para nuançar as variações de texturas e janelas entre as imagens. Nunca há um corte abrupto entre duas imagens díspares. Há sempre efeitos suaves de alargamento ou encurtamento de janelas de exibição ou manipulações que suavizam as mudanças de cores e granulações.

Com isso, queremos notar que o tempo histórico da imagem está presente, não só pela representação, mas também no suporte e na tecnologia que a produziu.

A variação temporal é também enfatizada pela inserção gráfica do ano de cada imagem. Esse recurso traz um elemento informativo ao formato – que pode parecer muito hermético para o público acostumado ao formato mais clássico de reportagem, com narração, entrevistas e passagens. Essa relação com essa “audiência presumida” (Coutinho, 2012, p. 150) é um ponto de interesse a ser analisado também. Nessa série de reportagens, a compilação pura é o formato utilizado para marcar essa data comemorativa. Parece ser um formato que o público (audiência presumida) entenderia como um programa especial da história do JN. A compilação seria um formato que, na visão do próprio jornal, seria inteligível para mostrar a história do jornal.

Uma característica marcante nas cinco reportagens é um jogo de contrastes e correlações que acontece entre as imagens, os sons, as narrações. A primeira reportagem da série, *As revoluções provocadas pela comunicação em cinco décadas de reportagens*, exibida no dia 02 de setembro de 2019, se inicia com três planos gerais da Terra capturados de uma estação espacial. O discurso, em voz *off*, acompanha a magnitude das imagens e cita “câmeras superpotentes” e “sofisticados computadores”. Esse encadeamento correlacional, provindos de uma mesma reportagem, é interrompido com uma alteração na janela de exibição, que é encurtada e fundida a uma imagem em preto e branco de um cinegrafista com uma câmera rudimentar. Em seguida, um jornalista trabalha numa máquina de datilografar e, num outro plano, editores trabalham em uma sala de edição de vídeo linear. O contraste, entre

esses dois conjuntos de imagens, acontece tanto no âmbito simbólico, ou seja, na representação dessas figuras de “alta” e “baixa” tecnologia, como também na materialidade, nas texturas e sonoridades que a elas são atreladas. O contraste se sobressai e impulsiona as relações temáticas e históricas.

A segunda reportagem, *Os problemas e os avanços da Educação no Brasil*, articula, inicialmente, uma fala da ativista Malala sobre o poder da Educação para mudanças sociais com a voz *off* de uma reportagem sobre educação no Brasil que questiona: “o que fazer para que uma educação de qualidade se torne acessível a um número cada vez maior de brasileiros?”. Nessa breve montagem de dois arquivos distintos, a correlação se sobressai, sobretudo, no campo da temática e do discurso. A fala de Malala, “uma criança, um professor e uma caneta podem mudar o mundo”, reforçada com uma inserção gráfica, é tomada como pressuposto para a voz *off* das imagens precedentes.

Em seguida, os planos de uma terceira reportagem, exibida pelo telejornal nos anos 70, são retomados. Ao contrário dos planos anteriores, que parecem contemporâneos entre si, sentimos o *flashback* não apenas pela inserção gráfica da informação “década de 1970”, como pela ausência de cor, pela textura, e também pela representação daquilo que se vê. Trata-se de uma professora entrevistada com um microfone próprio da época. Ela fala sobre a dificuldade de lecionar em condições precárias. Ao longo de sua fala, são inseridas imagens das crianças lendo e escrevendo no chão da escola, em um espaço sem qualquer infraestrutura.

É por meio dessa dinâmica que a arquitetura das reportagens é encaminhada. Os imbricamentos da montagem tensionam e aproximam

temas, texturas, argumentos. O fluxo historicamente “curto-circuitado” se estabelece em um jogo de contraste-correlação entre textos, imagens, sons e discursos.

Considerações Finais

Como tentamos enfatizar, as memórias e os repertórios histórico-audiovisuais trazidos por essas reportagens não são formados apenas por aspectos simbólicos ou narrativos, mas também afetivos, da ordem das sensações diretas, da presença, da materialidade da imagem e do som. Além disso, essas reportagens possuem um formato, um estilo de montagem calcado na prática de compilação de arquivos audiovisuais. Mais do que a sobreposição de uma narrativa histórica, as cinco reportagens articulam operações de contraste e correlação de arquivos. A nosso ver, essas duas estratégias são importantes para a conformação de uma certa historicidade mediada, ou imaginação histórica. Trata-se de uma história forjada midiaticamente por arquivos de diferentes tempos históricos que ora se contrastam ora se correlacionam. Essas operações ocorrem tanto pelos conteúdos simbólicos quanto pela qualidade material das imagens e dos sons.

Cabe mencionar também certo efeito nostálgico gerado por essas reportagens de compilação. Essa nostalgia não se refere apenas ao campo significativo que a imagem libera, mas todo o processo que permite a sobrevivência desses antigos arquivos televisuais. Há uma nostalgia das antigas relações televisivas, nostalgia dos antigos aparatos e como ele estava inserido em todo o campo sócio-cultural. Parece ser uma nostalgia de como funcionávamos com eles. Trata-se de uma

nostalgia que não se refere apenas a algo que está no passado, mas ao processo que permitiu uma mudança radical do passado até o presente.

No ensaio *Da futilidade da História*, de 1966, Vilém Flusser é categórico ao afirmar que “o nosso ambiente já se está precipitando, furiosamente, em direção a plenitude dos tempos, e nos arrasta consigo”. Para Flusser, “os nossos antepassados nadavam na correnteza da história, nutridos por ela e informados por ela. Mas nós ultrapassamos a história, e a herança dos nossos avôs não nos diz respeito”. Por não nos dizer mais respeito, essa história é substituída por um saudosismo. Trata-se de uma sensação que nos lança em um passado-processo já não existente, do qual carregamos apenas seus resquícios.

Se os modos de invocar o passado estão sempre perpassados por condições tecnológicas (no sentido lato do termo, abarcando também seus aspectos culturais e subjetivos), essas reportagens de compilação dos 50 anos do JN expressam não apenas a reconstrução ideológica do passado, mas um certo modo de sentir esse passado.

Referências

Bistane, L., & Bacellar, L. (2005). *Jornalismo de TV*. Contexto.

Coutinho, I. (2008). Telejornalismo e (re)produção do conhecimento no Brasil. *Revista Lumina*, 2(2).

Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Ed. Mauad.

- Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger, C. (Eds.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Insular.
- Flusser, V. (1966, maio 7). Da futilidade da história. Suplemento literário. *Jornal Estado de S. Paulo*.
- Flusser, V. (1983). *Pós-história: vinte instantâneos e um modo de usar*. Ed. Duas Cidades.
- Flusser, V. (1991). *Photography and history*. Manuscrito. <http://flusserbrasil.com/artel31.pdf>
- Kornis, M. (2007). *Televisão, história e sociedade: trajetórias de pesquisa*. CPDOC.
- Kornis, M. (2008). *Cinema, televisão e história*. Ed. Zahar.
- Machado, A. (2019). *A televisão levada a sério*. Senac.
- Nora, P. (1993). Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Revista Projeto História*, 10.
- Russel, C. (2018). *Archiveology: Walter Benjamin and archival film practices*. Duke University Press.
- Thompson, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Ed. Vozes.

O PAPEL DA EDIÇÃO NA CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS NO TELEJORNALISMO: A MONTAGEM DA COBERTURA DOS 100 MIL MORTOS NO JORNAL NACIONAL

*Jhonatan Mata¹
Caio Ferreira²*

A Covid-19 chegou ao Brasil em fevereiro de 2020. Mas foi em 31 de dezembro, do ano anterior, que a Organização Mundial da Saúde (OMS) recebeu o alerta sobre a incidência de diversos casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Revelou-se, então, ao mundo que os respectivos casos da doença eram decorrentes de um novo tipo de Coronavírus, antes não identificado em seres humanos. O vírus, chamado pelas autoridades

-
1. Doutor em Comunicação (UFRJ). Docente permanente no Prog. de Pós-Graduação em Comunicação da Univ. Federal de Juiz de Fora -PPGCom-UFJF. Jornalista, Mestre em Comunicação e TAE- UFJF. jhonatanmata@yahoo.com.br
 2. Jornalista, Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), e integrante do grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual da Faculdade de Comunicação da UFJF. caioffss84@gmail.com

de SARS-CoV-2, causa a doença COVID-19. Ao observar o comportamento do vírus, percebeu-se que o isolamento social era fundamental e urgente para conter o avanço do contágio. A partir disso, o mundo se viu obrigado a adotar medidas visando a conter a disseminação da Covid-19. Para isso, foram necessárias providências como o fechamento do comércio e restaurantes, parte significativa das empresas passaram a adotar o home office, os alunos que frequentavam a educação presencial, da pré-escola à faculdade, passaram a se adaptar ao ensino remoto. Depois de um ano e meio de pandemia, em um sábado, dia 8 de agosto de 2021, o Brasil alcançou o número de 100 mil mortos pela pandemia de COVID 19, uma notícia trágica, que marcou o país.

Uma reportagem publicada pelo El País, em 15 de abril de 2021, intitulada: *Inação e desinformação do Governo Bolsonaro agravam a pandemia no Brasil* aponta para um estudo publicado pela revista Science e pela ONG Médicos Sem Fronteiras mostrava que a gestão do governo brasileiro causou mortes evitáveis e agravou a epidemia no país.

A resposta [do Governo] federal [ao vírus] tem sido uma combinação perigosa de inação e negligências, incluindo a promoção da cloroquina como tratamento apesar da falta de evidências científicas”, conforme descreveu nesta quarta-feira na *Science* a equipe liderada da pesquisadora brasileira Marcia Castro, da Escola de Saúde Pública da Universidade de Harvard. A equipe afirma que “nenhuma narrativa sozinha explica a propagação do vírus” no Brasil, mas cita expressamente a influência da politização no grau de adesão às recomendações básicas. (Galarraga, 2021, par. 6)

Essa crítica feita à forma como o governo Brasileiro conduziu a pandemia no país é parte importante para a construção da investigação

que pretendemos realizar neste artigo, que consiste em entender como foi noticiado esse marco das 100 mil mortes pela pandemia de covid-19, no maior telejornal da TV aberta brasileira, o Jornal Nacional da TV Globo.

O Marco das 100 mil Mortes e o Papel do Telejornalismo na Sociedade Brasileira

Entendendo a importância que a TV aberta desempenha no Brasil, e, mais especificamente, o papel do telejornalismo em poder atuar como antídoto para um contexto marcado pela circulação frenética da desinformação, nossa proposta visa mapear potenciais e limitações do noticiário, a partir da cobertura do anúncio dos 100 mil mortos pelo Jornal Nacional, em 08/08/2020. Para além das reportagens sobre a temática, a edição do noticiário foi aberta com um editorial que criticava o trabalho do Governo para conter a pandemia. A edição especial rendeu, inclusive, ação iniciada pelo Governo no TRF da 2ª Região, com vistas a pedido de direito de resposta contra a TV Globo, alegando “indevidas ilações sobre omissão do governo”.

Situamos a relevância de nossa pesquisa ao considerar que, na contemporaneidade, “o telejornalismo mantém sua importância central no Brasil como forma de acesso a informações sobre o país; suas narrativas sobre fatos e acontecimentos permeiam interações sociais, realizam construções imagéticas hegemônicas, (é) ditam o Brasil” (Coutinho et al., 2018, p. 87). Mesmo em um contexto de expansão do acesso à internet, as emissoras de TV continuam sendo agentes importantes de divulgação e produção de informação e sentidos, não só da forma tradicional, por meio dos aparelhos televisores, mas também através da recirculação desses conteúdos em meios digitais, seja na íntegra, ou em recortes.

Para Pereira, a TV continua sendo importante e relevante não apenas na produção e reprodução de conteúdos, principalmente para quem está desconectado da Internet, como também as emissoras se colocam no ambiente web como autoridades e legitimadoras de informações, ocupando certo protagonismo também no ambiente de redes.

Ainda que a Internet já esteja presente em 74,9% dos lares brasileiros segundo dados do IBGE 2017, o que nos leva a um aumento relevante desse percentual de cidadãos conectados à rede, se compararmos com os 69,3% da PNAD Contínua TIC 2016 (IBGE 2016), mas que ainda não alcança milhões de cidadãos brasileiros, que continuam desconectados e vivendo nas zonas de sombra e silêncio, sendo assim os meios de comunicação de massa suas únicas fontes de informação”. (Pereira, 2020)

Coutinho, 2018 também aborda o tema.

Na contemporaneidade o telejornalismo mantém sua importância central no Brasil como forma de acesso a informações sobre o país; suas narrativas sobre fatos e acontecimentos permeiam interações sociais, realizam construções imagéticas hegemônicas, (é)ditam o Brasil. (Coutinho et al., 2018, p. 87)

Entendendo a importância que a TV aberta ainda desempenha no Brasil, e mais especificamente, o papel que o telejornalismo ainda exerce na disseminação de informação no país, estudar o telejornalismo continua a ser relevante tanto do ponto de vista do acesso, já que a TV ainda é a principal tela em que a população consome para obter informações, sejam elas de âmbito local a global (Coutinho et al., 2018).

Com base nas informações acima, podemos compreender que os telejornais ainda são o principal meio de informação dos brasileiros

e cumprem uma função pública em um país marcado pela desigualdade no acesso aos bens de consumo e também a direitos essenciais como educação, saúde e segurança. O que nos leva a um segundo tema que também se faz importante para a construção do presente trabalho, a Democratização da Comunicação, principalmente no que se refere aos canais de televisão abertos no Brasil.

No período da ditadura militar, o oligopólio midiático brasileiro se consolidou, a partir dos incentivos governamentais.

No caso da mídia no Brasil, sete famílias dominam os meios de comunicação: a família Marinho da Globo, a Abravanel (Sílvio Santos), do SBT, o Edir Macedo da Record, a família Saad da Band, a Frias da Folha de S. Paulo, a Mesquita do Estadão e a Civita da editora Abril (Veja). O maior grupo detentor de audiência televisiva (a TV Globo) nasceu e cresceu no período da ditadura militar brasileira. (Almeida et al., 2017).

Com o fim da ditadura Militar, a Constituição Federal de 1988 trouxe novas determinações para o campo da radiodifusão. Garcia (2017) explica que, embora a constituição tenha definido importantes premissas para o campo da comunicação brasileira, a regulamentação do capítulo quinto nunca aconteceu, mesmo com a sociedade civil pressionando, e inclusive criando, através do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação FNDC, um projeto de lei estruturado, com esse objetivo.

Se o contexto da Assembleia Nacional Constituinte representou, em linhas gerais, a inclusão normativa na Carta Constitucional de aspectos como: a criação do Conselho de Comunicação Social (por mais que estabelecesse o órgão apenas como auxiliar do Congresso Nacional e não deliberativo); a proibição do monopólio; e a complementaridade entre os sistemas estatal, privado e público (Motter, 1994, p. 299), considerados avanços

no sentido da promoção da democratização do setor, desde então os principais artigos da Constituição Federal ainda não foram regulamentados, em especial os artigos 220, 221, 222, 223 (Brasil, 1988). (Garcia, 2017)

A autora ainda faz uma análise do histórico das políticas de comunicação brasileiras, mostrando que desde a Constituição Federal de 1988, pouco se avançou nessas políticas no sentido de democratizar e regulamentar os serviços de telecomunicações e radiodifusão.

Os serviços de radiodifusão – sejam públicos ou comerciais – possuem natureza pública e, nesse sentido, devem atender às finalidades de interesse coletivo. Essa premissa se encontra presente em documentos da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), nos quais é indicada a necessidade de medidas regulatórias sobre os sistemas de rádio e televisão. Conforme a publicação “O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiros”, “o espectro eletromagnético é um recurso público finito e precisa ser regulado, pelo menos no que se refere à distribuição das frequências” (Mendel & Salomon, 2011, p. 5). Logo, segundo o estudo, a regulação da mídia caminha, de forma simultânea, com a garantia, promoção e proteção da liberdade de expressão. Tais garantias, recomendadas pela legislação internacional e seguidas inclusive por várias nações latino-americanas, carecem de aplicação no Brasil, onde persiste a presença de um sistema de radiodifusão comercial concentrado e sem espaço para a participação popular há tempos reivindicada pelo movimento social. (Demarchi, 2017).

A Importância da Mídia para as Sociedades Democráticas

Marquette (2017) e Chauí (1980) foram as autoras escolhidas para referenciar a importância da mídia nas sociedades democráticas. A primeira analisa os limites entre o mercado e a mídia, discussão importante para a presente análise, enquanto a segunda, vai falar sobre os conceitos de Ideologia e Hegemonia, que têm a mídia como um importante braço de ação sobre a sociedade.

No artigo “A Comunicação como Mercadoria: uma Discussão sobre o Mercado da Mídia e a Democracia”, Marquette (2017) busca discutir o atual cenário de mercantilização da comunicação, se apoiando nos conceitos de autores como Guareschi (2013); Chauí (1997); Moraes (2006) e Romais (2001). A autora faz uma reflexão sobre a seleção das vozes que serão ouvidas pelas mídias e das informações que serão divulgadas, para então se perguntar se podemos afirmar que vivemos uma democracia, sabendo que grande parte da população não tem a oportunidade de se expressar, nem de ter acesso às informações de maneira generalizada. Marquette também pretende trazer à tona o conceito de comunicação como um direito social, e não como mercadoria.

As tecnologias de comunicação nunca foram tão aperfeiçoadas, mas o mundo parece-lhe cada vez mais mudo. O número daqueles que tem o direito de escutar e de ver não para de crescer, mas o número daqueles que tem o privilégio de informar, de se exprimir, se reduz vertiginosamente. Segundo o autor, os meios de comunicação estão concentrados nas mãos de poucos, controlados por um pequeno grupo de poderosos, o que limita os discursos e as vozes que circulam no espaço social. (Galeano, 2006 como citado em Marquette, 2017)

Em seguida, a autora explora os conceitos de “mídia-tização” a partir dos autores Silverstone (2002); Guareschi (2013) e Muniz Sodré (2015). Para Marquette, entende-se por “medicalização” o processo que tornou a mídia moderna onipresente na vida social.

Não é possível escapar à presença e à representação da mídia, e somos, enquanto sociedade, dependentes dessa mídia para entretenimento, informação, conforto, segurança, compreensão do mundo, partilhar e produzir significados. É através dela que partilhamos nossas vidas uns com os outros, e partilhamos também “os valores, atitudes, gostos, as culturas de classes, as etnicidades, etc., reflexões e constituições da experiência e, como tais, terrenos-chave para a definição de identidades, para a nossa capacidade de nos situar no mundo moderno”. (Silverstone, 2002, como citado em Marquette, 2017)

A autora também faz uma reflexão em torno do mercado na democracia, utilizando principalmente os conceitos de Marilena Chauí para mostrar que constantemente os interesses do mercado entram em conflito com os interesses democráticos. E conclui ressaltando a importância em tratar a comunicação como um direito social e não como uma ferramenta do mercado.

Análise da Materialidade Audiovisual

Para a confecção do trabalho, nos ancoramos na metodologia de análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2016, 2018) para compreender o impacto da edição audiovisual na construção de sentidos de um telejornal. Também pretendemos entender como esse telejornal se posicionou em relação à responsabilização ou não, do governo pelos

impactos da pandemia, tendo como objeto principal a cobertura do marco de 100 mil mortos.

Para realizar este estudo, optamos pelo referido método, desenvolvido no âmbito do grupo de pesquisa NJA (Núcleo de Jornalismo e Audiovisual), que permite avaliar o objeto com base nos conceitos escolhidos para a realização desse estudo. Esta metodologia permite entender o audiovisual como um todo: imagem+som+enquadramento+edição+tempo de forma que todos esses elementos são considerados na hora de fazer o estudo. A autora Iluska Coutinho (2018, p. 192) apresenta o processo de análise

- 1) identificação do objeto audiovisual (e suas propostas);
- 2) emolduração e elaboração da ficha de análise;
- 3) pré-teste do instrumento;
- 4) pesquisa documental/definição e obtenção da amostra a ser investigada;
- 5) construção de parâmetros de interpretação dados e, em casos eventuais, de uma material codificação. (Coutinho, 2018, p. 192)

Em um momento inicial recorreremos à pesquisa documental para localizar a edição do Jornal Nacional do dia 8 de agosto de 2020, data em que o Brasil atingiu o número de 100 mil mortos pela pandemia de covid-19. Para isso recorreu-se à plataforma Globoplay que permite acesso aos vídeos integrais do Jornal Nacional, assim como a seus trechos editados em cada um dos dias de veiculação. Definimos então três eixos de análise que nortearam a nossa pesquisa:

1. O sepultamento em tela: formas e recursos para informar as 100 mil mortes;
2. Mortes desgovernadas: a abordagem sobre a política do Governo e as posturas da emissora em relação ao fato;

3. A morte editada: o papel da edição no anúncio dos 100 mil mortos.

A Edição das 100 mil Mortes

A edição do Jornal já começa com a notícia de que o Brasil já passou das 100 mil mortes pela pandemia de covid-19. Ainda na cabeça³, logo após a vinheta, a apresentadora Renata Vasconcellos é quem dá a notícia, e logo após o também apresentador William Bonner, repete a informação e acrescenta que foram “mais de 100 mil vidas perdidas no intervalo de 20 semanas” (Jornal Nacional, 2020). Logo em seguida, informam que o congresso nacional e o Supremo Tribunal Federal decretaram luto oficial, mas que o Palácio do Planalto não adotou a medida. O tom de crítica pela posição do governo fica nítido na construção da frase, que foi dividida entre os dois apresentadores da seguinte maneira: “O Congresso Nacional decreta luto oficial. O Supremo Tribunal Federal decreta luto oficial. O Palácio do Planalto não adota a medida.” (Jornal Nacional, 2020). A cabeça da próxima notícia se inicia com a seguinte construção: “Em um sábado de luto o Brasil se despede de Dom Pedro Casaldáliga e Chica Xavier”(Jornal Nacional, 2020). A informação frisada “em um sábado de luto” marca a discordância em relação ao posicionamento do Palácio do Planalto. A cabeça do jornal se encerra com essas três informações.

Em seguida se inicia um editorial de mais de 4 minutos que é aberto com um movimento de câmera que leva até um telão que exhibe o

3. Texto que informa o telespectador, durante o telejornal, qual reportagem será exibida a seguir. Costuma conter também o tema principal da notícia.

número de vítimas em tempo real, marcando “100.543 vidas perdidas” seguido de uma tela preta, e de um corte para o apresentador, que inicia o texto dizendo:

Todo cidadão brasileiro tem direito à saúde. E todos os governantes brasileiros têm a obrigação de proporcionar para os cidadãos esse direito. As ações dos governantes precisam ter como objetivo diminuir o risco de a população ficar doente. E não somos nós que estamos dizendo isso. É a Constituição brasileira que todas as autoridades juraram respeitar. Está registrado no artigo 196. (Jornal Nacional, 2020)

O Jornalista então apresenta o texto do artigo 196 da constituição brasileira, que é exibido em texto através de uma arte. O editorial com a apresentadora Renata Vasconcelos

O Brasil está há 12 semanas sem um ministro da saúde titular. São 85 dias desde 15 de maio. Dois médicos de formação deixaram o cargo porque pretendiam seguir a orientação da ciência. E o presidente Bolsonaro não concordou com essa postura. (Jornal Nacional, 2020)

O apresentador segue afirmando que primeiro o Presidente menos-prezou a covid chamando-a de “gripezinha”, depois ao ser questionado sobre o número alto de mortes, Bolsonaro disse que não era coveiro. Bonner reforça que o presidente disse duas vezes que não era coveiro e segue dizendo que a resposta do presidente a uma pergunta anterior sobre o número de mortes foi: “e daí?”. Em seguida o apresentador fica em silêncio, até continuar

Agora o presidente repete que a pandemia é uma chuva e que todos vão se molhar, ou que a morte é o destino de todos nós e

que temos de enfrentar a doença, como se fosse uma questão de coragem, como se nada pudesse ter sido feito. (Jornal Nacional, 2020)

O editorial segue criticando o desprezo do governo às orientações médicas e conclui que “O resultado disso foi a confusão e perplexidade de muitos cidadãos, que ficaram sem saber em que acreditar, e um isolamento capenga, insuficiente para atingir plenamente o seu objetivo”. (Jornal Nacional, 2020)

O editorial também cita as filas imensas formadas para aguardar um “leito salvador de UTI” e diz que essas filas se formaram porque os leitos não foram comprados a tempo e na quantidade adequada pelos prefeitos, governadores e pelo presidente ou porque a falta de isolamento social deixou de achatar a curva de contaminados e sobrecarregou o sistema de saúde. E continua dizendo que é necessário lembrar a constituição para responder a uma pergunta importantíssima

Nós já mostramos o que diz o artigo 196, é dever das autoridades que governam o país implementar políticas que visem a reduzir o risco de doenças e a pergunta que se impõe é: O presidente cumpriu esse dever? Entre os governadores e prefeitos, quem cumpriu? Quem não cumpriu? Mais cedo ou mais tarde o Brasil vai precisar de respostas para essas perguntas. (Jornal Nacional, 2020)

Os apresentadores finalizam reforçando que essas mortes foram mortes causadas pela covid, que o jornal reconhece a dor de todos os que perderam alguém querido nessa pandemia e que manifesta a sua ‘solidariedade irrestrita à dor de cada um.

O editorial deixa claro o posicionamento do jornal em relação à responsabilidade do governo pelo alto número de mortes e esse posicionamento se reforça no decorrer do jornal que apresenta seguida do editorial, sem uma chamada específica uma matéria de quase 5 minutos apresentando a história de cinco pessoas que morreram de covid 19, uma enfermeira, um Comandante da Guarda Municipal, uma dona de casa, e uma aposentada. E finaliza apresentando o depoimento de um líder indígena, que perdeu amigos e parentes para a doença em sua aldeia. A matéria apresenta depoimentos de parentes e amigos das vítimas, sem a utilização de fundos musicais, que reforça um tom sóbrio pretendido, e marca a intenção do jornal de nomear e personificar os números que aparecem ao fundo dos apresentadores com a contagem de mortos.

O telejornal segue apresentando um matéria sobre os atos heroicos dos profissionais de saúde com a seguinte cabeça “Em Mato Grosso do Sul, devolver a saúde para quem precisa de um respirador nesse momento da pandemia é uma tarefa para heróis”(Jornal Nacional, 2020) Essa frase, se analisada no contexto geral da edição, levando em conta as informações trazidas no editorial sobre o dever constitucional dos governantes em garantir a saúde da população, apresenta um posicionamento implícito de que, embora fosse uma obrigação do governo, quem vinha garantindo a saúde eram os profissionais de saúde com seus atos heroicos.

O Bloco é finalizado apresentando uma matéria sobre um ato organizado na praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, homenageando os 100 mil mortos pela pandemia de covid-19 com cruzeiros pretas e balões vermelhos colocados sobre a areia da praia.

No terceiro bloco do jornal, o apresentador William Bonner apresenta uma reportagem sobre a resposta da secretaria de comunicação do governo às críticas feitas pelo ex-ministro Sérgio Moro sobre a condução da pandemia

Neste sábado em que o Brasil passou a contar, oficialmente, mais de 100 mil mortos pela pandemia, o presidente Jair Bolsonaro não se manifestou pessoalmente sobre a tragédia. Ele só repostou parte das mensagens que a secretaria de comunicação do planalto tinha publicado em uma rede social, em resposta a um post do ex-ministro Sérgio Moro. (Jornal Nacional, 2020)

O texto deixa implícito uma crítica a não manifestação do presidente sobre a tragédia, e a matéria corrobora com essa crítica ao demarcar mais de uma vez que a resposta foi publicada pela secretaria de comunicação do planalto, e não pelo presidente. A matéria também mostrou declarações de ministros do supremo tribunal federal, senadores e deputados e dos presidentes das respectivas casas. Posicionamentos de organizações sociais também foram mostradas. Ao fim da reportagem, o apresentador volta dizendo que “O Ministro interino da saúde Eduardo Pazuello, só se manifestou no fim do dia em uma nota divulgada pela assessoria de imprensa” (Jornal Nacional, 2020). A frase deixa nítida uma crítica ao ministro, ao dizer que ele “só se manifestou no fim do dia em uma nota” e segue com as críticas ao dizer que “Sem citar o número de 100 mil mortes Pazuello disse que lamenta profundamente cada vida perdida”. (Jornal Nacional, 2020), o enfoque na falta de citação do número de mortos marca mais uma crítica implícita ao governo e ao ministro.

Em seguida, o bloco apresenta o levantamento atualizado do número de mortes pela pandemia, mostrando os gráficos desses números desde o início da pandemia, assim como a média móvel. Durante esse trecho, os apresentadores demarcam, mais de uma vez, que esses números foram coletados pelo consórcio dos veículos de imprensa, e não pelo governo, como deveria ser.

O Jornal é finalizado com uma matéria que fala sobre o sentimento de solidão na pandemia, sobre a dor da perda, e sobre as implicações filosóficas e psicológicas da morte na vida dos seres humanos, mais especificamente das mortes causadas em larga escala pela pandemia de covid-19.

A partir dessa análise, pudemos explorar os eixos que propomos neste artigo, no primeiro eixo “O sepultamento em tela: formas e recursos para informar as 100 mil mortes” percebemos que o telejornal se utilizou da abertura, de um editorial, de cabeças, notas e reportagens para guiar a atenção dos telespectadores para a sua abordagem do tema, além dos recursos gráficos presente em todos os itens citados a cima. No segundo eixo: “Mortes desgovernadas: a abordagem sobre a política do Governo e as posturas da emissora em relação ao fato” percebemos que a emissora fez questão de deixar claro o seu posicionamento de que o governo federal, e o presidente Jair Bolsonaro foram responsáveis pelo alto numero de mortes causadas pela pandemia, e ela fez isso, não só através dos recursos textuais, como no editorial, mas também na construção das matérias, cabeças e na ligação entre esses temas. Por último, no terceiro eixo definido: “A morte editada: o papel da edição no anúncio dos 100 mil mortos” destacamos a não utilização de fundos musicais nas matérias como um dos principais recursos

utilizados pela emissora para trazer um ar de maior seriedade para os temas abordados. A costura entre os temas, feita principalmente pelas cabeças, também se apresenta como um recurso de edição utilizado para guiar a atenção dos telespectadores para a abordagem pretendida pelo telejornal. A utilização dos silêncios entre as falas e das artes gráficas presente nas matérias e no fundo dos apresentadores também contribuíram muito para essa construção.

Conclusão

A análise da edição do Jornal Nacional que foi ao ar no dia das 100 mortes causadas pela pandemia nos permitiu perceber que a empresa se posicionou de forma clara e direta sobre a inação do governo federal em relação à pandemia, e sobre a falta de responsabilidade do presidente Jair Bolsonaro em relação às suas declarações sobre o tema. Para além disso, a análise da materialidade audiovisual nos permitiu compreender e analisar quais foram as estratégias de edição utilizadas, para além do texto, pelo telejornal, para entregar a mensagem desejada. A costura realizada entre o editorial, reportagens e cabeça constrói uma narrativa que chegaria no objetivo final de responsabilizar o governo pelo alto número de mortes, mesmo que nada tivesse sido dito diretamente, mesmo sem a presença do editorial.

Esta edição do telejornal de maior circulação do país, embasada pela análise da materialidade audiovisual, nos mostra que a mídia ainda cumpre um papel fundamental de informar e fiscalizar as ações do governo. Mesmo que outros momentos, canais privados como a Rede Globo, tenha utilizado seus telejornais para atingir seus objetivos próprios, neste caso ela cumpriu um papel importante de investigação

e de apresentação de informações relevantes sobre a pandemia, mais especificamente, sobre a forma como o governo conduziu a pandemia, apresentando fatos concretos que comprovam a responsabilidade do governo no alto número de mortos pela pandemia, e construindo uma narrativa na edição que não deixasse dúvidas acerca do seu posicionamento sobre o fato.

Referências

Coutinho, Iluska. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil.

Coutinho, Iluska. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual. Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Insular.

Galarraga G., N. (2021, abril 15). Inação e desinformação do Governo Bolsonaro agravam a pandemia no Brasil. *El País*. <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-04-16/inacao-e-desinformacao-do-governo-bolsonaro-agravam-a-pandemia-no-brasil.html>

Jornal Nacional. (2020, agosto 8). Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/8763064/>

Marquette, C. (2017). *A Comunicação como Mercadoria: uma Discussão sobre o Mercado da Mídia e a Democracia* [Trabalho apresentado]. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, PR, Brasil.

Pereira, G. T. de F. (2020). *Novas Telas para o Telejornalismo : o conflito entre o quarto e quinto estado/poder e a expansão do conteúdo para além das localidades* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

JORNALISMO RIMA COM ASSISTENCIALISMO? UM ESTUDO DE CASO SOBRE A TELESOLIDARIEDADE COMO ELEMENTO DE MUDANÇA DE LINGUAGEM JORNALÍSTICA

*Renato Ferreira de Moraes¹
Valquíria Aparecida Passos Kneipp²*

A partir de um novo recorte do telejornalismo local, o artigo busca uma reflexão sobre alterações na abordagem televisiva da realidade por meio da realização de pautas cujo foco são minicampanhas de solidariedade ou matérias com temática assistencialista realizadas pelo telejornal Bom Dia RN, da InterTV Cabugi, afiliada da Rede Globo em Natal, capital do Rio Grande do Norte. Justifica-se o estudo em

-
1. Jornalista, Doutorando do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM-UFRN).
rmoraes132@gmail.com
 2. Jornalista, Pós-doutora, professora do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM-UFRN),
valquiriakneipp@yahoo.com.br

função de que a estratégia sinaliza para mais uma alteração estética na ecologia dos meios de comunicação locais, uma forma de aproximação com o público, assim como de engajamento do telespectador nos temas propostos num cenário de mudanças no estilo do telejornal em função de uma disputa pela audiência com concorrente que adota tom mais popular. Ainda, pelo fato de a cabeça de rede da emissora referência para o estudo não realizar, geralmente, esse tipo de abordagem em programas jornalísticos, mas tão somente em campanhas de cunho institucional, a denominada telesolidariedade (García-Canclini, 2008). Esse tipo de ação faz parte do histórico da fundação e consolidação da emissora concorrente (TV Ponta Negra, afiliada do SBT no RN) com uma programação mais popular desde sua implantação, em 1987.

Como referencial teórico, buscamos apoio em Traquina (2005) sobre critérios de noticiabilidade, bem como em Sodré (1975), no que diz respeito à exposição de aspectos grotescos pela mídia como reflexo de uma tradição oral da sociedade brasileira. A partir do pressuposto, nesse caso, que a mídia acaba por contribuir para um cenário em que a sociedade supre a ausência do Estado nas ações sociais, utilizamos o conceito de assistencialismo com referência em Alayón (2014), Mota (2010) e Sitcovsky (2009). Com esse estudo, através da análise de cinco edições do telejornal Bom dia RN, adota-se como recorte uma semana construída proposta por Kayser (1982).

Desta forma, busca-se analisar a telesolidariedade como estratégia do programa durante uma semana de programação (construída com a segunda-feira, da primeira semana, a terça-feira da segunda semana, a quarta-feira da terceira semana, a quinta-feira da quarta semana e a

sexta-feira da quinta semana), bem como eventuais diferenças sobre o tempo que a estratégia ocupa diariamente na duração total do informativo.

A exemplo de trabalhos anteriores realizados pelos autores sobre a ecologia dos meios locais, trata-se de estudo de caso (Yin, 2005), que auxilia na compreensão de fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos da contemporaneidade.

Em Kneipp & Moraes (2020), analisamos a constituição do telejornal Bom dia RN e o classificamos como um informativo monotemático em função da pandemia da Covid-19, com base também em uma semana construída. No ano seguinte, realizamos estudo comparativo (Kneipp & Moraes, 2021), agora utilizando como base o recorte do estudo anterior e uma semana de 2020, já num cenário de recrudescimento da pandemia. Além disso, acrescentamos à análise a inserção de imagens apócrifas, com referência em Andrade (2008), como forma de participação do público na composição do informativo; em Sodré (1975), sobre o ambiente festivo do telejornal e em Dejavite (2014) sobre infotainment. O resultado desse estudo comparativo já apontava para mudanças na estética e na linguagem do telejornal também em função da ecologia dos meios local e da guerra pela audiência entre a emissora a TV Ponta Negra (afilada do SBT em Natal), cuja principal característica é uma programação mais popular, a exemplo do programa policial Patrulha da Cidade, líder de audiência entre 2012 e 2019, conforme aponta Cardoso (2019).

Neste estudo, buscamos identificar e analisar uma nova estratégia da emissora em dar aos seus telejornais um tom mais popular rimando, como propomos no título deste estudo, assistencialismo com jornalismo.

Assistencialismo e Jornalismo: algo de grotesco no ar

Para Alayón (1995), assistencialismo é a prática assistencial descompromissada com ações conscientizadoras, reparadoras ou erradicadoras do atraso que motivou a situação em que foi necessária a intervenção no problema. Em seus estudos, o autor reflete também sobre o que chama de mistificação de que a superação dos problemas seria responsabilidade do próprio assistido, através de seu esforço individual. E que a desigualdade social é fator natural e, portanto, inquestionável. Essa ausência de um olhar reparador sobre os problemas cumpriria claros objetivos de dominação numa estrutura social marcada pela divisão de classes. Em resumo: “o assistencialismo é uma das atividades sociais que historicamente as classes dominantes implementaram para reduzir minimamente a miséria que geravam e para perpetuar o sistema de exploração” (Alayón, 1995, p. 15).

O assistencialismo decorre dos problemas do sistema capitalista, analisa Mota (2010) ao citar o desemprego, por exemplo. Na impossibilidade de garantir o direito ao trabalho, seja por condições temporárias, pelo nível de desemprego, ou pelas orientações macroeconômicas vigentes, o Estado amplia o campo de ação da Assistência Social. “Além dos pobres, miseráveis e inaptos para produzir, também os desempregados passam a compor essa clientela”, conclui a autora (p. 16). Daí, em algo similar ao canto da sereia (Montaño, 2002), as classes dominantes invocam o Estado para a tarefa moral de combate às desigualdades, cujo principal símbolo é a pobreza.

Particularmente a partir dos anos 1990, relata Sitcovsky (2010), o Estado brasileiro vem sendo pressionado pelas classes dominantes em reduzir seu espaço de atuação, o que acarretou em cortes orçamentários

em diversas áreas, inclusive na Assistência Social. “Nos governos Fernando Henrique Cardoso, a assistência social foi tratada com fortes influências dos pressupostos da solidariedade, do trabalho voluntário e das parcerias” (Sitcovsky, 2010, p. 161). Criou-se o mito de um terceiro setor, que seria parceiro do Estado nesta tarefa. Daí a inflexão que o assistencialismo visa preencher lacunas de um Estado que é ausente ou insuficientemente estruturado para atender às demandas da população.

Na análise de Euzébios Filho (2020), esse terceiro setor, em parceria com a mídia, transforma-se num empreendedor social empoderado, que busca transformar o sujeito da pobreza, que não será mais apenas amparado, mas cobrado por resultados: deve produzir e consumir: o assistencialismo produtivo busca reinserir o assistido na cadeia de consumo. Na visão do autor, compreende

toda e qualquer ação social estruturada entre as noções de empreendedorismo e empoderamento, mas que não abre mão do modelo secular de dominação social e econômica, manifestado pela dependência e pela servidão características da relação objetiva entre classes sociais. É um assistencialismo que culpabiliza o indivíduo isolado pelo sucesso ou fracasso empresarial – elevando, assim, o poder de controle inclusive psicossocial - do capital sobre o sujeito potencialmente rebelde ou desajustado, ao mesmo tempo em que atua para aumentar o poder de consumo e de produtividade do pobre, nos marcos exigidos pelo neoliberalismo. É mais um paradoxo dos tempos atuais. (Euzébios Filho, 2020, p. 566)

Há outro modelo de assistencialismo realizado em forma de cruzada, que García-Canclini (2008) chama de telesolidariedade.

Atores e atrizes, mais ou menos atraentes, que pedem colaborações ao público, permitem que os espectadores se relacionem com a

penúria social sem o mal-estar provocado pelos noticiários. Filmar cenas em orfanatos, terremotos e bombardeios, com vibrantes narrações de sensíveis locutores, ajuda a sentir emoções que não podem ser encontradas nas geladas estatísticas da extrema pobreza. (García-Canclini, 2008, p. 86)

Em Kneipp e Moraes (2020) abordamos como a Rede Globo montou uma estratégia de apoio a uma dessas maratonas de telesolidariedade ao unir estrategicamente a linguagem de dois programas que se sucediam na programação da emissora aos sábados, comandados, respectivamente, por Luciano Huck e por sua esposa, Angélica: Caldeirão do Huck e Estrelas Solidárias, programa este que mudou de nome e linguagem para valorizar esse tipo de ação solidária. Até então, o programa, denominado Estrelas, se limitava a entrevistas com personalidades do mundo artístico. Politicamente antenado com as causas sociais, o Estrelas Solidárias saiu do ar logo após o Criança Esperança, campanha de arrecadação de fundos realizado anualmente pela Rede Globo.

Em termos regionais, a principal concorrente da InterTV Cabugi (afiliada da Globo), a TV Ponta Negra, afiliada do SBT em Natal, construiu trajetória a partir da participação popular e incluiu em sua programação as práticas sociais de seu proprietário, Carlos Alberto de Sousa, que fez carreira política com base na visibilidade construída no rádio e na televisão com programas ou quadros assistencialistas (Moraes, 2019). Ocorre que essa estratégia parece ter extrapolado as estruturas de entretenimento. No estudo em questão, elas se inserem num jornalismo que busca engajamento emocional com o telespectador

ao misturar ingredientes num recipiente com notícia e entretenimento, o infotainment (Dejavite, 2014).

Essas estratégias que acabam por expor necessidades materiais ou afetivas da população estão ancoradas em raízes profundas da cultura brasileira, como analisa Sodré (1975) em seus estudos sobre o grotesco. A TV, avalia o autor (1975, p. 36, grifo nosso) se apropria de “elementos esparsos da oralidade brasileira, mas sempre sob o controle dos supostos padrões de consciência coletiva: a conciliação, o sentimentalismo, a caridade, a democracia racial, a benignidade do cidadão nacional, etc.”. O que podem ser esses elementos? Segundo o autor, pertencem a um sentimento escatológico na cultura de massa brasileira.

Ainda hoje, em cidades do interior do Brasil, o deformado físico (a mulher macaco, o menino com cara de jumento, etc) é vivido como um fenômeno de ordem sobrenatural – e, às vezes, como espetáculo, já que pode ser exibido, a dinheiro, em feiras, ou simplesmente vendido como história na literatura de cordel. (Sodré, 1975, p. 37)

Essa exibição ocorre sempre sob o crivo do sistema midiático, porém, via de regra, o tema não é de interesse jornalístico. Para refletir sobre a telesolidariedade no jornalismo recorremos a Groth (2011), que investigou a essência do objeto das Ciências dos jornais a partir de quatro características: periodicidade, universalidade, atualidade e a publicidade. Essas características se dividem em duas tipologias, sendo a forma – com as características de periodicidade e publicidade e o conteúdo – com as características da universalidade e atualidade.

De acordo com o autor, primeiro a periodicidade como uma característica saliente e evidente, “instrumento mais prestes a captar os

acontecimentos do tempo das sociedades modernas, é influenciada de maneira mais vigorosa pelas inúmeras aparições periódicas e movimentos do cosmo sociocultural e natural” (Groth, 2011, p. 157). Ou seja, o telejornal analisado nesse estudo estaria de certa forma ligado aos acontecimentos da sociedade em que está inserido e as suas necessidades, por isso lança mão de estratégias como a telesolidariedade. A próxima característica levantada por Groth (2011) se refere ao conteúdo ofertado pelos jornalísticos a universalidade, que para ele

só tem que ser entendida corretamente - como um tipo ideal e justamente como universalidade do jornal, não como do “universo”, como cosmo da natureza e da cultura. A universalidade do jornal, já na origem básica da ideia, não quer nem nunca pode abranger a realidade objetiva, mas sempre somente a universalidade, também acentuada como tipo ideal, dos mundos diante das pessoas que produzem e usam o jornal e isto também só dentro dos limites traçados pela natureza do jornal. (Groth, 2011, p. 217)

Por essa reflexão sobre a universalidade em relação ao Bom Dia RN ela estaria de acordo com as instâncias de produção e recepção do telejornal. O autor também compreende a atualidade como um conceito de qualidade do jornal, “é, portanto, um conceito de algo objetivo, um conceito de tempo de conteúdo do jornal, indica uma quantidade de tempo. Vista de forma ideal, a relação temporal entre mediação e ser ou acontecer se constitui no coincidir de ambos os momentos, na simultaneidade, na qual a distância entre ambos é = 0”. (Groth, 2011, p. 225).

A última característica apontada por Groth (2011, p. 263) denominada como publicidade diverge da concepção atual que predomina na

sociedade contemporânea, pois compreende que “a publicidade significa estar aberto, a abertura, a acessibilidade geral da coisa”.

Traquina (2005, p. 146) nos fornece algumas reflexões para podermos entender a relação entre o jornalismo e o assistencialismo, ao propor responder, por meio de teorias, porque as notícias são como são. A primeira teoria apresentada pelo autor é a teoria do espelho, “é a teoria mais antiga e responde que as notícias são como são porque a realidade assim as determina”. O autor aponta como fator central a teoria do espelho, noção-chave que o jornalista é “um comunicador desinteressado, isto é, um agente que não tem interesses específicos a defender e que os desviam da sua missão de informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu, doa a quem doer” (Traquina, 2005, p. 147). Em relação ao objeto empírico desta pesquisa é possível investigar se o assistencialismo reflete realmente a realidade regional.

Na teoria da ação pessoal ou como ficou mais conhecida teoria do *gatekeeper*, Traquina (2005, p. 150) apresenta o termo *gatekeeper* como a pessoa que toma a decisão numa cadeia produtiva, que “foi introduzida pelo psicólogo social Kurt Lewin num artigo, publicado em 1947, sobre as decisões domésticas relativas à aquisição de alimentos para a casa”. Adaptada ao jornalismo, a teoria aborda que o processo de produção é constituído por uma série de escolhas, “onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, portões que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não”. No caso do telejornal, o editor chefe exerce esse papel, mas existe uma cadeia de portões, em termos de decisões, dentro da estrutura organizacional da emissora.

A teoria organizacional, que insere o jornalista no seu contexto da organização para a qual trabalha, destacando a importância dos constrangimentos organizacionais sobre a atividade profissional, “considera que o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo” (Traquina, 2005, p. 152 como citado em Breed, 1993). Os autores descrevem um processo de socialização profissional para o jornalista, por meio de um sistema de punição e recompensa, com a identificação de seis fatores que promovem o conformismo com a política editorial da organização, conforme o quadro 1 abaixo.

Quadro 1

Fatores do conformismo

1	Autoridade institucional e as sanções
2	Os sentimentos de obrigação e de estima com os superiores
3	As aspirações de mobilidade
4	A ausência de grupos de lealdade em conflitos
5	O prazer da atividade
6	As notícias como valor

Elaborado pelos autores com base em Traquina, 2005 como citado em Breed, 1993.

De acordo com Traquina (2005), o destaque na teoria organizacional está no processo de socialização organizacional, onde é revelada a importância da cultura organizacional em detrimento da cultura profissional. No estudo em questão, colocada em termos da telesolidariedade como estratégia da própria organização para buscar a audiência do telespectador, porque o jornalismo praticado se trata de um negócio.

Para Traquina (2005, p. 163) nas teorias da ação política as mídias são vistas de forma instrumentalista porque servem para certos políticos, “na versão da esquerda os medias noticiosos são vistos como instrumentos que ajudam a manter o sistema capitalista; na versão de direita servem como instrumentos que põem em causa o capitalismo”. Essa proposta na contemporaneidade é muito mais descarada do que na época em que o autor trouxe para o debate, principalmente no Brasil. De toda forma, essas teorias revelam a utilização das notícias, por meio de distorções, para o interesse político, de determinados setores.

As teorias construtivistas surgem, nos anos de 1970 como um novo paradigma, “totalmente oposto à perspectiva das notícias como distorção e que também põem em causa diretamente a própria ideologia jornalística e a sua teoria das notícias como espelho” (Traquina, 2005, p. 168). As teorias construtivistas partem da visão do jornalismo como construção social e têm o trabalho do jornalista como a prática de contar histórias. Essa prática de contar histórias se materializa com as matérias e entradas ao vivo que têm como foco o assistencialismo. Além disso, a partir do paradigma de construção social dão origem a duas outras teorias – a estruturalista e interacionista (Traquina, 2005). “Para ambas as teorias, as notícias são resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; membros da comunidade profissional, dentro e fora da organização” (Traquina, 2005, p. 173).

De acordo com Traquina (2005, pp. 175-176) alguns autores da teoria estruturalista defendem que as notícias são um produto social, que resulta de diferentes fatores como: “A) a organização burocrática dos media;”, que no caso dessa pesquisa apresenta alguns traços do

coronelismo eletrônico na trajetória da emissora; “B) a estrutura dos valores-notícia (ideia do fora do normal, do negativo, das pessoas de elite) que constituem o elemento fundamental da socialização e a prática e a ideologia profissional dos jornalistas;” apresenta relevância para o assistencialismo praticado pelo BDRN; “C) o próprio momento da construção da notícia que envolve um processo de identificação e contextualização em que mapas culturais do mundo social são utilizados na organização” (Traquina, 2005, pp. 175-176).

Na teoria interacionista, “as notícias são resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (Traquina, 2005, p. 180). Nesse processo de interação durante a produção da notícia se revela um lado até então não trazido para o debate que é a pressão do tempo sofrida pelos jornalistas. “Para a teoria interacionista, os jornalistas vivem sobre a tirania do fator tempo. O seu desafio cotidiano é ter de elaborar um produto final (notícia, jornal, telejornal, etc)” (Traquina, 2005, p. 181). No telejornal analisado esse fator pode contribuir para que os espaços para o assistencialismo estejam disponíveis para cumprir a pressão do tempo.

Dito isto, para efeitos deste estudo, consideramos assistencialista todo material vinculado pela emissora no sentido de valorizar o voluntariado, individual ou coletivamente, em tarefas que, do ponto de vista institucional, deveriam estar vinculadas às políticas de Assistência Social do Estado, bem como as de incentivo ao empreendedorismo, seja do ponto de vista social ou do interesse mercadológico.

A Telesolidariedade no Bom Dia RN

Na programação da InterTV Cabugi, o telejornal Bom Dia RN é exibido de segunda a sexta, de 6h às 8h30, apresentado por dois jornalistas. No caso em estudo, o telejornal foi apresentado por Ayrton Freire (âncora) e outro, Paulo Martin, apresentador auxiliar que atua nos momentos de interação com o telespectador (em que solicita, recebe e exibe comentários) ou participa em entrevistas ao vivo, geralmente online.

O recorte deste estudo tem base nas buscas na plataforma da emissora, que até a data desta pesquisa disponibilizava programas exibidos entre 1º de abril e 7 de outubro de 2022. No total, no período, foram encontradas nove matérias com esse tipo de linguagem, mas ao adaptarmos o material para a metodologia proposta, chegamos a duas ocorrências do tipo em cinco semanas analisadas, conforme o quadro 2. Na elaboração da semana construída, não foram encontradas matérias com linguagem assistencialista nas semanas 2, 4 e 5.

Quadro 2

Programas analisados com base na semana construída

Semana construída	Dia da semana	Data de exibição
1 - 26/08 a 30/09	Segunda	26 de setembro
2 - 19 a 23/09	Terça	-
3 - 12 a 16-09	Quarta	14 de setembro
4 - 05 a 09/09	Quinta	-
5 - 29/09 a 02/09	Sexta	-

Elaborado pelos Autores.

O programa da Semana 1, exibido em 26 de setembro, segunda-feira, teve 2 h 22 min 11 seg de duração. O telejornal abordou, nesta edição, 21 assuntos distribuídos ao longo do noticioso em forma de matérias, reportagens, notas cobertas ou momentos de interação com o outro apresentador. Ao contrário do programa analisado da semana 3, o Giro de Notícias (momento em que os repórteres anunciam os destaques da edição) não foi exibido na abertura. Também nesta edição não foram exibidos comentários do telespectador sobre os temas abordados. Nos três momentos de interação entre os dois apresentadores distribuídos ao longo da edição, foram exibidas (e comentadas) matérias sobre bem estar, cultura (festival de música) e dicas para alimentação de animais domésticos, num total de 24 min 34 seg.

O jornal deu destaque, ainda, em ordem decrescente em termos de tempo de exibição, a um problema com filas para retiradas de remédios através do SUS em Natal, com duas inserções, num total de 18 min 30 seg. Em seguida, abordou notícias sobre as eleições, distribuídas em quatro matérias, total de 14 min 32 seg.

O material relacionado ao assistencialismo foi exibido no primeiro bloco do programa e ocupou 2 min 40 seg do telejornal, numa matéria em que foram apresentadas ações sociais (projeto Ame Seu Vizinho) de uma igreja evangélica realizadas num sábado, em uma comunidade carente de Natal. A reportagem apresenta as ações da comunidade religiosa como um pacote completo: 120 toneladas de alimentos, 30 mil peças de roupa, 603 kits de higiene pessoal, corte de cabelo, oficinas de pintura, dança e culinária, atividades esportivas.

Há um forte apelo religioso na edição do material, que destaca expressões relacionadas ao prazer de ajudar, à alegria de estar com as

crianças da comunidade carente. A caridade salva, conforme analisam Walber e Silva (2006) no que chamam de gestão da pobreza, um caminho de mão dupla: tanto para os pobres, que são naturalmente pobres, quanto para os ricos que a praticam. “O pobre pode, aceitando sua condição de pobreza, auxiliar os ricos para que estes pratiquem a caridade – a suprema virtude cristã – e obtenham a salvação. Dessa forma, os pobres também obteriam a sua própria salvação” (Walber & Silva, 2006, p. 32).

Na semana 3, o programa exibido na quarta-feira, dia 14 de setembro, com 2 h 22 min 27 segundos, abordou 23 assuntos diversos distribuídos em matérias de serviço (adiamento de concurso, falta de água, interdição de rodovia), violência urbana, economia, crime ambiental, trânsito, esporte, cultura e eleições.

A matéria de encerramento do jornal trata da atuação do terceiro setor a que se refere Euzébios Filho (2020) sobre o assistencialismo produtivo. Tendo como pauta pesquisa nacional que demonstrou aumento no número de brasileiros envolvidos em ações sociais nos últimos 10 anos, a reportagem foi planejada a partir da prática do exercício de responsabilidade social de uma empresa privada, a Cosern, do Grupo Neoenergia.

A matéria foi introduzida com breves comentários dos apresentadores a respeito do tema. Relatando experiência de voluntariado numa empresa de arquitetura social, Martin (2022) sintetiza o que significou a empreitada. “Fazer o bem sem fazer a quem”.

Foram entrevistados gestores da empresa que detalharam não só o planejamento deste tipo de ação, como apontaram as últimas ações sociais da empresa, tais como distribuição de livros e donativos para atingidos pelas chuvas no Rio Grande do Norte no mês de julho.

Imagens dos voluntários organizando pilhas de livros, cestas básicas e roupas compuseram a estética do material apresentado ao telespectador como um incentivo a se inserir nessa cruzada pelos mais necessitados e, de quebra, ajudar a empresa na tarefa de tocar à frente o projeto de, ao substituir o Estado na questão, obter ganho de imagem positiva junto à sociedade.

García-Canclini (2008, p. 86) inverte a lógica da caridade e classifica a estratégia com o foco no benfeitor. “Esses programas de televisão também poderiam chamar-se de “Hood Robin” ou “robinhoodismo de ida e volta”: pede-se dinheiro aos pobres para dá-lo aos ricos, que, logo depois, irão reparti-lo entre os pobres”.

O telejornal dedicou 5 min 10 seg ao assunto. A matéria sobre o voluntariado perdeu em duração, pela ordem, para: 1) a abertura do Bom Dia RN (24 min 09 seg, que inclui chamadas para os assuntos do dia e a previsão do tempo); 2) uma matéria sobre a interdição de uma das principais rodovias do RN devido à abertura de uma cratera (18 min 01 seg distribuídos em entradas ao vivo durante o telejornal); 3) os comentários dos telespectadores³ (14 min 56 seg distribuídos em três momentos durante o noticioso); 4) uma matéria de crime ambiental (10 min e 30 seg).

Embora não se enquadrem na semana construída, encontramos outras sete matérias de incentivo a estratégias assistencialistas no período de 1º de abril e 7 de outubro de 2022. Em maio, duas matérias relacionadas, respectivamente, a campanha de cirurgias promovida por entidade privada de medicina; e arrecadação de material para abrigos

3. Conforme Sodré (1975, p. 17), “toda relação estética é poderosa quando alimentada pela participação”.

de animais mantidos por particulares. Em junho, outras duas ocorrências: o incentivo a um cidadão que trabalha voluntariamente tapando buracos nas ruas (com exibição dos contatos do interessado) e de uma festa para arrecadar fundos para um abrigo de idosos. Em agosto, outras duas matérias tratam do tema: uma campanha para arrecadação de livros para detentas de um presídio de Natal e outra de atendimento jurídico realizado por uma universidade privada. Completando a lista, em setembro o telejornal exibiu matéria de uma campanha de venda de camisetas para arrecadação de fundos para um hospital infantil de Natal.

Considerações

Das cinco semanas analisadas, houve ocorrência da telesolidariedade em duas, o que representa 40% da amostra. Ao adotar essa prática, que não é peculiar ao jornalismo, a emissora se insere num cenário social em que justificam-se eventuais problemas com a oferta de emprego através da valorização de iniciativas ao empreendedorismo e de responsabilidade social, esta de forma a juntar forças na ajuda aos mais afetados pelo problema.

Por meio da análise de uma semana construída do telejornal Bom Dia RN foi possível identificar novas práticas sociais do gênero informativo com a utilização da telesolidariedade no sentido tornar o tom do jornal mais próximo do telespectador.

No entanto, somente um acompanhamento sistemático dos programas da emissora poderá concluir se o fenômeno é passageiro, movido por este acirramento na luta pela audiência, ou se transformará, definitivamente, no tom dos programas noticiosos exibidos pela

emissora. Mas já é nítida a mudança na estética do Bom Dia RN a partir da inserção deste tipo de linguagem.

Ao tratar de temas sensíveis como as necessidades materiais do público em espaço informativo, a emissora parece buscar mesmo esse vínculo afetivo com o telespectador e materiais com os operadores desta telesolidariedade.

Ao se engajar nas cruzadas de apoio ao empreendedorismo social, a emissora reforça os laços é com esse terceiro setor (empresas e instituições anunciantes em potencial) que vem ao socorro do Estado no que se refere às ações sociais, e não necessariamente com o usuário a que se destina a intervenção. A ele resta o papel de personagem ilustrativo nas reportagens de modo a humanizar o material.

Desta forma, a telesolidariedade que a emissora valoriza, adota ou incentiva como bandeira nestas estratégias constitui-se em episódios midiaticamente explorados, com laços tênues, na medida em que não ocorre concomitantemente com uma reflexão sobre os problemas que geraram a dependência dos assistidos.

Referências

- Andrade, A. P. G. (2018). *Telejornalismo apócrifo – A construção da notícia com imagens amadoras de vigilância*. Insular.
- Cardoso, S. A. O. (2019). *A criminalização da criança e do adolescente no telejornalismo policial: a visão sobre jovens em conflito com a lei no programa Patrulha da Cidade (2011-2017)* [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte]

Dejavite, F. (2014). *Infotainment: informação + entretenimento no jornalismo*. Paulinas.

García-Canclini, N. (2008). *Leitores, Espectadores e Internautas*. Iluminuras

Martin, P. (2022, setembro 14). *Bom Dia RN – Edição de quarta-feira, 14/09/2022*. Globoplay. <https://globoplay.globo.com/v/10935690/>

Groth, O. (2011) *O poder cultural desconhecido – fundamentos da Ciência dos Jornais*. Vozes.

Kayser, J. (1982). *El diario francés*. A. T. E.

Kneipp, V. A. P., & Moraes, R. F. (2020). Novas práticas sociais no telejornalismo brasileiro em tempos do novo coronavírus: um estudo do Bom Dia RN. In C. Emerim & A. Pereira & I. Coutinho (Orgs.), *A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia* (1ª ed., Vol. 10, pp. 287-303). Insular.

Kneipp, V. A. P., & Moraes, R. F. (2019). Tele-solidariedade em família nas tardes de sábado da TV Globo: um estudo sobre o Caldeirão do Huck e o Estrelas Solidárias. *Observatório*, 5(6), 857-885.

Montaño, C. E. (2002). *Terceiro setor e crítica social: crítica ao padrão emergente de intervenção social*. Cortez.

Mota, A. E. (Org.).(2010) *O mito da Assistência Social: ensaios sobre Estado, Política e Sociedade* (4ª ed). Cortez.

Sitcovsky, M. (2010). Particularidades da expansão da Assistência Social no Brasil. In A. E. Mota (Org.), *Mito da Assistência Social: ensaios sobre Estado, Política e sociedade* (3ª ed. pp. 147-179). Cortez.

Sodré, M. (1975). *A comunicação do grotesco*. Vozes.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são* (2ª ed.). Insular.

Walber, V. B., & Silva, R. A. (2006). As práticas de cuidado e a questão da deficiência: integração ou inclusão? *Estudos de Psicologia*, 23(1), 29-37.

Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Bookman.

PARTE 3 - REINVENÇÃO (?)

NUEVA TELEVISIÓN FRENTE VIEJA TELEVISIÓN EN EL *STREAMING* EN DIRECTO EN TWITCH: PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y AUDIENCIAS DE *LA VELADA DEL AÑO 2* DE IBAI LLANOS

Andrea Cruz-Elvira¹
Alba Aragón-Manchado²
José Patricio Pérez-Ruff³

Este trabajo propone un análisis formal de la producción y la realización audiovisual, así como del seguimiento de audiencias, de la retransmisión de un formato de *streaming* en directo a través del canal del *streamer* Ibai Llanos en Twitch, titulado *La velada del año 2*, como estudio de caso. Programado el sábado 25 de junio de 2022, alcanzó récords de seguimiento en directo a través de Twitch, con una

-
1. Grado en Comunicación Audiovisual. Universidad de Málaga.
acruzelvira21@gmail.com
 2. Grado en Comunicación Audiovisual. Universidad de Málaga
albaaragon.m@gmail.com
 3. Doctor en Comunicación Audiovisual. Profesor Titular, Universidad de Málaga.
patricioperez@uma.es

media de 2.422.000 espectadores y un máximo de 3.356.074 usuarios simultáneos (Vertele, 2022).

La novedad de la plataforma explica la escasez de estudios sobre la misma (Hilvert-Bruce et al., 2018), tanto más si consideramos que su notoriedad es muy desigual en los diferentes mercados en los que opera: la presencia de cuatro *streamers* españoles entre las ocho primeras posiciones de canales con mayor número de seguidores (SocialBlade, 2022) da cuenta del impacto de la plataforma en mercados como el español. Si atendemos a los estudios que adoptan una perspectiva de análisis basada en los estudios visuales y, de forma más precisa, del análisis formal audiovisual, el número de trabajos es aún inferior. Cabe destacar, en cualquier caso, los trabajos que analizan la relación de los *streamers* con Twitch desde la idea de profesionalización de la producción (Bingham, 2020) o que atiendan a la profesionalización del sector (Taylor, 2018), aunque no lo hacen desde un punto de vista discursivo.

Twitch Interactive nació en 2007 de la mano de Justin Kan, Emmett Shear, Kevin Lin, Michael Seibel, Kyle Vogt y Omar Javed en la ciudad de San Francisco (Crunchbase, 2022). En sus orígenes la plataforma tuvo como marca Justin.tv, marca mantenida hasta 2011, en el que muta por Twitch. La plataforma puede definirse como “a social video platform where gamers can broadcast, watch and talk about video games. Twitch’s video platform is the backbone of both live and distribution for the entire video game ecosystem” (Crunchbase, 2022). Los agentes que participarían de la producción de contenidos serían “game developers, publishers, media outlets, events, user-generated content, and the entire esports scene” (Crunchbase, 2022). Sin embargo, progresivamente el gameplay deja de ser “el producto audiovisual

exclusivo”: “entrevistas de estos *streamers* con personajes famosos, debates políticos y hasta contenidos sobre ajedrez han popularizado y diversificado en poco tiempo la oferta de esta plataforma nacida hace una década” (Gutiérrez Lozano & Cuartero, 2022, p. 254).

Según la base de datos Growjo (2022), los ingresos anuales generados por Twitch Interactive son de 2.300 millones de dólares al año y cuenta con 11.144 empleados. En el año 2014 Amazon adquiere la plataforma “por 735 millones de dólares” (Wingfiled, 2014) y se conforma como rival de YouTube en el mercado del streaming en directo producido por usuarios. YouTube fracasaría en su objetivo de posiciones como marca de referencia en el sector tras los decepcionantes resultados de YouTube Gaming entre los 2015 y 2019 (Pérez-Rufi & Castro-Higueras, 2019).

Johnson y Woodcock (2019) afirman que Twitch lidera el sector de las plataformas de vídeo en directo, integrándose así en la *plataformización* de Internet. Añadamos que el número de horas de visionado de contenidos en Twitch en 2020 (en plena pandemia de coronavirus) creció un 83% con respecto a 2019 (Stephen, 2021), dato seguido por un incremento del 45% de espectadores en el año 2021 (Muñoz, 2021).

Törhönen et al. (2019, p. 26) explican la popularidad de la plataforma y su expansión desde el siguiente argumento: “the increasing prosumerism (consumers acting as producers of content), development of live streaming technologies and popular social video sharing sites such as YouTube, Twitch, Snapchat, and Instagram”; cabe sumar a ello que los “hábitos de *prosumo*” de los *millennials* han contribuido decisivamente al crecimiento de los contenidos de vídeo social.

Cunningham y Craig (2019, p. 39) distinguen entre una primera y una segunda generación de plataformas *social media* e integran a Twitch dentro de la segunda, junto a otras como Snapchat, Instagram, Vine o Periscope -hemos de apuntar que tanto Vine como Periscope desaparecieron como marcas tras su adquisición por Twitter en 2021 (Vine) y en 2015 (Periscope). En comparación con la primera generación de plataformas, la segunda generación se desarrolló a una velocidad muy superior. Pese a la indudable actualidad de los estudios de Cunningham y Craig, una “nueva” plataforma se impone y se consolida, muy especialmente desde 2018, TikTok (Williams, 2020), con un planteamiento y una funcionalidad absolutamente diversos a Twitch.

Si bien se había considerado que YouTube había sido la plataforma VoD que mejor había capitalizado la producción de contenidos generados por usuarios (Lobato, 2016; De-Aguilera-Moyano et al., 2019), la plataforma objeto de nuestra atención, Twitch, al menos hasta el momento, ha consolidado una identidad de marca ligada al videojuego, pero también a usuarios o *streamers* que también han profesionalizado su producción (como previamente ocurrió en YouTube). Estos nuevos usuarios profesionales han intentado mantener el espíritu de plataforma creada por y para los usuarios, si bien la consolidación de algunos canales y su escalada en la profesionalización de la producción comienza a marcar las diferencias con respecto al resto de *streamers*.

Encontramos así el caso de Ibai Llanos, cuarto *streamer* con mayor número de *followers* a nivel global (SocialBlade, 2022): como ya hicieron los primeros *youtubers* tras ser financiados por YouTube, su producción mejoró en todos los aspectos, tanto técnicos como de contenidos. Este trabajo toma como estudio de caso la producción y

realización del formato *La velada del año 2*, como muestra representativa de creación de contenidos propia de la producción de contenidos para televisión *broadcast* antes que característica de Twitch. En definitiva, este análisis intenta demostrar que el incremento de la financiación en la producción de contenidos generados por usuarios en Twitch conduce a paradigmas conocidos y a lenguajes propios de la televisión lineal. Este trabajo intenta así cuestionar la innovación formal en la producción de contenidos en las plataformas de streaming de vídeo social, por cuanto la financiación y la inversión en producción parece conducir a los contenidos generados por usuarios hacia modelos de contenidos paradigmáticos de la televisión convencional.

Objetivos

El principal objetivo de esta investigación pasa por identificar la estructura de *La gran velada 2* y analizar el lenguaje televisivo ligado a la producción y la realización del formato, con objeto de examinar la posible adecuación a pautas gramaticales audiovisuales características de la televisión tradicional o la aplicación de un lenguaje propio de las retransmisiones en Twitch. Se pretende así evaluar la posible innovación formal del formato, así como reconocer posibles tendencias discursivas de la plataforma de *streaming* en directo.

De forma secundaria, se propone comparar la escaleta del formato con el minutado de seguimiento estimado de las audiencias, a fin de identificar los contenidos concretos que merecen mayor atención por parte de los seguidores del canal y las pautas de consumo audiovisual en Twitch de aquellos.

Metodología

Encontramos que el estudio de caso supone la estrategia de investigación adecuada tanto al objeto de estudio como a los objetivos propuestos. Según Jiménez Chaves (2012, p. 143), es “particularmente apropiada para ciertos tipos de problemas” en los que “la investigación y la teoría se hallan en sus fases preliminares”, además de “para problemas prácticos delicados donde las experiencias de los participantes son importantes y el contexto de la situación es fundamental”. La novedad del objeto de estudio, que podría entenderse como un producto híbrido entre la producción de vídeo social y la producción televisiva, junto con la ausencia de estudios que aborden estos asuntos de forma específica, invitan al estudio de caso como estrategia apropiada para realizar un acercamiento explorativo.

A partir del estudio de caso como estrategia, para conseguir los objetivos, se propone la aplicación de dos metodologías de manera secuencial, dentro del estudio de caso. El primer objetivo requiere de un análisis formal audiovisual que diferencia cada una de las secciones del formato para, a continuación, apreciar si se trata de una realización multicámara, con atención a la cantidad y variedad de dispositivos de registro empleados, tipos de encuadres y de movimientos de cámara más frecuentes, activación del sonido, introducción de grafismo o de efectos digitales en directo. En segundo lugar, a partir de la observación de los encuadres de cada cámara y con ayuda del reportaje subido a YouTube *La velada del año II - El Documental* (Ibai, 2022) se identifica la planta de cámara y la disposición de los dispositivos utilizados para la realización en directo. El segundo objetivo aplica una metodología comparativa en la que la escaleta de la retransmisión es contrastada

con el seguimiento del minutado de las audiencias acumuladas, a fin de identificar cuáles son los contenidos precisos que congregan a una mayor proporción de seguidores durante la emisión en directo.

Esta investigación parte de la hipótesis de que los referentes visuales de la producción y la realización del formato adopta el lenguaje y las prácticas habituales de la televisión lineal tradicional, incluso si el formato es diseñado y programado desde una plataforma de *streaming* como Twitch, como consecuencia del incremento en los presupuestos y en la inversión en la producción. Podría así cuestionarse la innovación formal que tiende a relacionarse con las nuevas plataformas y con los nuevos modelos de comunicación audiovisual online, puesto que, con el presupuesto adecuado, la “nueva televisión” adopta las prácticas y las dinámicas sistematizadas por la “vieja televisión”.

Resultados

Presentamos los resultados del análisis a través de una tabla en la que se atiende a las diferentes categorías apuntadas en la metodología sobre el análisis formal aplicado a la emisión analizada.

A continuación, se comenta de forma muy breve los resultados obtenidos en el análisis formal aplicado. La escaleta estructura la retransmisión en 18 bloques, una segmentación en pocas partes tratándose de una emisión que supera las cinco horas de duración. Ello se explica desde la programación de bloques de muy larga duración -al menos si se evalúa desde el referente de la televisión en directo, no tanto si el referente es el ritmo de la emisión en Twitch-, con bloques de alrededor de 20 minutos alternados con otros más breves de 5-6 minutos.

Tabla 1

Análisis formal audiovisual de la emisión en Twitch “La gran velada 2”, en el canal de Ibai Llanos.

	BLOQUE	DURAC.	REALIZACIÓN	SONIDO	EDICIÓN	AUDIENCIA	OBSERVAC.
1	Introducción	00:00:00/ 00:00:14		Música épica extradiegética y efecto sonoro cuando aparece el logotipo del evento.	Aparecen sobre un fondo oscuro las imágenes de los 10 luchadores del evento. Después aparece el logotipo del evento.	800.000	En la gráfica se observa un descenso a las 17:30, efecto que relacionamos con el inicio del evento.
2	Alfombra roja	00:00:14/ 01:07:39	Realización multicámara con cámara grúa y una <i>steady-cam</i> . La cámara grúa se centra en el photocall y planos generales. La <i>steady-cam</i> sigue a los presentadores y las entrevistas. En 59:12-59:34 y 1:00:03-1:00:25 se introduce dentro del plano de la entrevista (IloJuan) un plano superpuesto a la derecha de lo que sucede en el photocall (Rubius y TheGrefg).	El sonido desde los micrófonos de los presentadores (BarbeQ y Sekiam). Como fondo a las locuciones de los presentadores suena música.	Tras la presentación de los presentadores y la entrada del organizador (Ibai), aparece el logotipo del evento con el hashtag #LAVELADADELAÑO2, arriba a la derecha.	Punto bajo: 800.000 Punto alto 1.900.000 Media 1.350.000	El hashtag es una forma de que la audiencia desde casa interactúe (en especial Twitter). El doble plano de la entrevista a IloJuan mientras Rubius y TheGrefg se fotografían con muñeco con la cara de Ibai es el único efecto de realización destacable.

3	Introducción al evento	01:07:40/ 01:08:54	Durante la introducción se utilizan las cámaras 4, 9, 1 y 2. En total hay 6 planos.	Sonido extradiegético, música épica, combinado con sonido diegético, sonido ambiente público. El sonido ambiente se introduce con la frase “Nos dijeron, hacedlo”.	Grafismo: ilustración de la cara de Ibai Llanos con el fondo negro (cortinilla), se funde con una imagen de un ring mientras aparece un texto “Nos dijeron, hacedlo” “Y lo hicimos”. Grafismo en 3D de luchadores con imágenes de los luchadores del primer combate superpuestas. Grafismo en 3D de cascos protectores de boxeo con imágenes de las luchadoras del combate 2 superpuestas. Grafismo en 3D de un saco de boxeo con imágenes de los luchadores del combate 3 superpuestas. Grafismo en 3D de guantes de boxeo con imágenes de los luchadores del combate 4 superpuestas. Grafismo en 3D de una mano con vendaje de boxeo con imágenes de los luchadores del combate 5 superpuestas. Grafismo 3D del logotipo del evento junto al título del evento “La velada del año 2” con zoom.	1.950.000	El sonido ambiente del público aparece sincronizado con el texto “Nos dijeron, hacedlo”.
4	Actuación Rels B	01:08:55/ 01:24:38	Durante la actuación de Rels B se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11 y 13. En total hay 112 planos.	Voz del cantante e instrumentos en directo. Sonido ambiente del público en directo.	Grafismo del nombre del cantante “Rels B en directo”. Efecto de humo e iluminación en directo.	Punto bajo: 1.950.000 Punto alto: 2.100.000 Media: 2.025.000	A nivel de realización vemos fallos (planos que entran tarde, personas pasando por delante de cámaras o el cantante mirando a la cámara equivocada). A nivel de sonido, el sonido ambiente es muy bajo y parece que el cantante está solo.

5	Presentaciones	01:24:39/ 01:33:54	Durante las presentaciones se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 5, 9, 10, 11, 12 y 13.	Voces de las presentadoras y efectos sonoros (música a modo de cortinilla), sonido ambiente público, sonido voces comentaristas.	Grafismo que indica el nombre de las presentadoras, jueces y comentaristas. Grafismo del patrocinio de Spotify y Código QR de la playlist de la velada del año	Punto bajo: 2.050.000 Punto alto: 2.150.000 Media: 2.100.000	
6	Record Twitch	01:33:55/ 01:37:27	Durante espacio dedicado a hablar sobre el récord de Twitch se utilizan las cámaras 1,2, y 12. Hay 13 planos.	Voces de los comentaristas + Thegrefg y sonido ambiente público		Punto bajo: 2.200.000 Punto alto: 2.300.000 Media: 2.250.000	
7	Combate 1 Carola vs Spursito	01:37:28/ 02:01:56	Durante el combate Carola vs Spursito se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 11 y 12. En total hay 158 planos.	Hay 5 micrófonos: 2 de las presentadoras y 3 de los comentaristas. Sonido de micrófonos y ambiente. Uno de los micrófonos de las presentadoras se cede al árbitro antes del combate. También se escucha de fondo sonido ambiente del público. En cuanto a la música, mientras presentan el combate hay música ambiental, cuando entran los luchadores hay música más potente y cuando van a anunciar al ganador la música genera tensión.	Grafismos de los nombres de los luchadores cuando entran al ring “SPURSITO” y “CAROLA”. Grafismo del luchador ganador “SPURSITO”. Grafismo de la ronda “ROUND 1”. Grafismo de la ronda con un cronómetro cuenta atrás. Grafismo con las fotos de los luchadores y la ficha técnica (peso, altura, guardia, alcance, edad color y localidad). Grafismo del nombre del árbitro. Espectáculo de luces y pirotecnia de fuego al entrar los luchadores al ring. Video resumen y repetición a cámara lenta del combate con plano simultáneo abajo a la derecha. Durante la repetición aparecen los siguientes grafismos: “REPLAY #0dudas8K” abajo a la izquierda, “SAMSUNG” arriba a la izquierda y “Neo QLED 8K”.	Punto bajo: 2.300.000 Punto alto: 2.800.000 Media: 2.550.000	En un momento dado se cuela el sonido de las presentadoras mientras luchan y los comentaristas hablan. Se ve a los técnicos con las <i>steady-cam</i> dentro de los planos. Los comentaristas y las presentadoras en ocasiones se pisan los diálogos (el comentarista da paso al luchador y la presentadora lo corta para darle paso ella).

8	Actuación Nicki Nicole	02:01:57/ 02:18:02	Durante la actuación de Nicki Nicole se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10 y 13. En total hay 119 planos.	Los micrófonos de las presentadoras y de la artista y su coro recogen el sonido diegético (directo). Los instrumentos tienen sus propios micrófonos en directo. Sonido ambiente del público. Música ambiente suave mientras las presentadoras hablan. Efectos en directo de humo, pirotecnia (fuego) y luces.	Grafismo nombre cantante “LIVE NICKI NICOLE EN DIRECTO”. Grafismos con los nombres de las presentadoras “PRESENTADORAS CRISTININI X JEN HERRANZ”	Punto bajo: 2.650.000 Punto alto: 2.950.000 Media: 2.800.000	La cantante mira a cámara y no es seleccionado ese plano, sino otro. El sonido se duplica, se recoge tanto el del micro del cantante como de los altavoces del estadio. Se pinchan planos de cámaras que no apuntan a nada (barra de metal o humo totalmente blanco). En un momento de la actuación se interpreta un dueto, en los versos del artista que no está presente en el estadio se escucha la grabación del otro cantante, pero esta grabación no se escucha en directo. En algunos planos presentadoras y técnicos pasan delante de cámaras.
9	Combate 2 Arigameplays vs Paracetamor	02:18:03/ 02:41:48	Durante el combate de Arigameplays y Paracetamor se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9,10,11 y 12. En total hay 146 planos.	Voz presentadoras, sonido ambiente público, música, voz de los comentaristas, música de acompañamiento (épica).	Efectos humo a la entrada de Arigameplays y grafismo de su nombre los mismo con Paracetamor. Grafismo con pesajes y características junto a fotografía de las boxeadoras, grafismos: tiempo, nombre del combate, ronda, patrocinio. patrocinio logo Disney +, nombre de ganadora y patrocinio (Telepizza).	Punto bajo: 2.700.000 Punto alto: 3.100.000 Media: 2.900.000	

10	Actuación Duki	02:41:49 /03:01:40	Durante la actuación de Duki se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11 y 12. En total hay 92 planos.	Sonido voz en directo con efecto auto tune y base musical. Sonido ambiente público	Grafismo nombre DUKI, fuego.	Punto bajo: 3.100.000 Punto alto: 3.250.000 Media: 3.175.000	La realización es lenta, solo se combinan los planos de la cámara 7 steadicam que siguen a Duki con planos del público insertos.
11	Combate 3 Momo vs Viruzz	03:01:41/ 03:31:04	Durante el combate de Momo y Viruzz se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11 y 12. Hay 202 planos en total.	Micrófonos de las presentadoras. Música ambiente mientras hablan las presentadoras. Música instrumental pregrabada y micrófono del cantante Duki que acompaña al luchador Momo. La entrada de Viruzz es con música pregrabada. Tres micrófonos de los comentaristas.	Grafismos nombres luchadores “MOMO” y “VIRUZZ”. En la entrada de los luchadores al ring hay efectos de humo, luces y pirotecnia. Grafismo de fotos de los luchadores y ficha técnica (peso, altura, guardia, alcance, edad color y localidad). Grafismos del número de ronda “ROUND 1” y temporizador con cuenta atrás.	Punto bajo: 2.850.000 Punto alto: 3.356.074 Media: 3.103.137	Albert (comentarista invitado) está hablando y no se le escucha hasta pasados unos 10 segundos. En este tiempo a Albert se le escucha en los altavoces. Fallo en el grafismo de la ficha técnica, aparece el de otro combate.
12	Actuación Quevedo	03:31:05/ 03:50:53	Durante la actuación de Quevedo se utilizan las cámaras 1, 2, 5, 7, 9, 10, 11, 12 y 13. Hay 123 planos en total.	Micrófonos de las presentadoras (directo). Micrófono del cantante y DJ en directo. La música instrumental es pregrabada.	Grafismo nombre del cantante “LIVE QUEVEDO EN DIRECTO”. Efectos en directo de humo y luces. Grafismo del nombre del organizador del evento “IBAI LLANOS” y “PRESENTADORAS CRISTININI X JEN HERRANZ”.	Punto bajo: 2.700.000 Punto alto: 3.300.000 Media: 3.000.000	Problemas con el sonido del cantante. Se ven a los operadores de cámara dentro de los planos. En esta actuación no aparecen las cámaras 3 y 4 (menos planos). Problemas con el sonido de los comentaristas, no se escucha.
13	Entrevista Auronplay	03:50:54/ 03:55:31	Durante la entrevista a Auronplay se utilizan las cámaras 1, 2, 9 y 10. Hay 30 planos en total.	Micrófonos de las presentadoras que ceden al entrevistado, Auronplay. Música ambiente potente, pero con volumen bajo.	No hay.	Punto bajo: 2.700.000 Punto alto: 2.750.000 Media: 2.725.000	Comunicación improvisada entre presentadoras, sin un claro guion.

14	Combate 4 Luzu vs LolitoFdez	03:55:32/ 04:17:19	Durante el combate de Luzu y Lolito se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11 y 12. Hay 92 planos en total.	Micrófonos de las presentadoras. Música entrada con Luzu y con Lolito.	Grafismo: nombre Luzu, humo fuego, <i>round</i> 1, patrocinio Samsung, nombre ganador.	Punto bajo: 2.750.000 Punto alto: 3.100.000 Media: 2.925.000	
15	Actuación Bizarrap	04:17:20/ 04:41:39	Durante la actuación de Bizarrap se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12 y 13. Hay 168 planos en total.	Música (cortinilla), sonido ambiente, voces presentadoras, música electrónica (sesión del dj).	Grafismo: Bizarrap, efecto de fuego, efectos visuales.	Punto bajo: 2.770.000 Punto alto: 3.050.000 Media: 2.910.000	
16	Entrevista El Rubius	04:41:40/ 04:47:29	Durante la entrevista a Rubius se utilizan las cámaras 1, 2, 9, 10 y 11. Hay 35 planos en total.	Micrófonos de las presentadoras que le van cediendo tanto la palabra como el micrófono al entrevistado Rubius. Música ambiente potente, pero con volumen bajo.	No hay.	Punto bajo: 2.670.000 Punto alto: 2.700.000 Media: 2.685.000	Las cámaras a veces tienen movimientos bruscos (involuntarios).
17	Combate 5 Bustamante vs Jagger	04:47:30/ 05:11:50	Durante el combate de Bustamante vs Jagger se utilizan las cámaras 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11 y 12. Hay planos en total 122.		Grafismo: nombre boxeadores, fuego, humo y grafismos ganador.	Punto bajo: 2.750.000 Punto alto: 3.000.000 Media: 2.875.000	
18	Final	05:11:51/ 05:16:14	Durante el final se utilizan las cámaras 1, 2, 4, 9, 10 y 13. Hay 17 planos en total.			Punto bajo: 2.950.000 Punto alto: 3.000.000 Media: 2.975.000	

Elaboración propia.

La retransmisión del evento se inicia con una fase previa denominada “alfombra roja” con una duración de alrededor de una hora y 8 minutos. El referente más evidente se encuentra en las realizaciones en directo de eventos ligados a entregas de premios (premios Oscar, premios Goya, etc.). En este fragmento se presentan las “celebridades” que participan del programa.

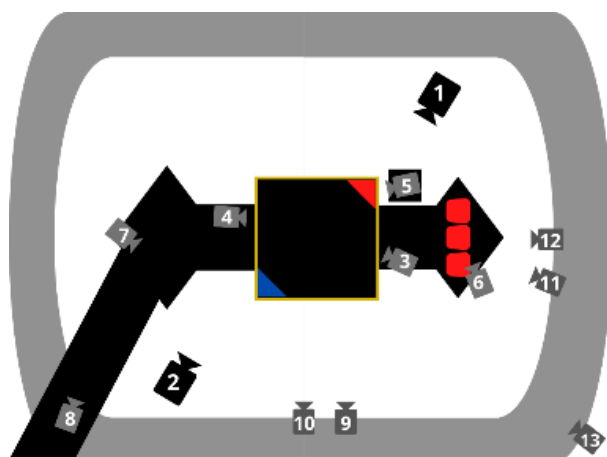
Una vez presentado el evento, se alternarán bloques dedicados al boxeo entre celebridades no profesionales de dicha actividad deportiva y bloques dedicados a la interpretación musical en directo. En concreto, el programa se compone de 5 actuaciones musicales y de 5 combates de boxeo. Con duraciones de todos los segmentos similares, de alrededor de 20 minutos, puede interpretarse la búsqueda de un equilibrio entre la producción de música en directo y la retransmisión de un evento de naturaleza deportiva. Estos grandes bloques se alternan con pequeñas secciones de alrededor de 5 minutos en las que se entrevistan a algunas de las celebridades que asisten al evento o secciones en las que participan las presentadoras y el organizador.

Cabe añadir la importante presencia de músicos de procedencia latinoamericana; dichos intérpretes lideran las listas de ventas en España, aunque podría entenderse también con la programación de su participación en el evento cierta ambición por alcanzar con la retransmisión una audiencia global de habla española. Según Pérez-Rufí (2021, p. 829), aunque lo aplica al caso de YouTube, “el posicionamiento privilegiado de los contenidos en español (...) permite una importante difusión potencial de aquellos, con todas las consecuencias sociales, culturales y económicas que conlleva”.

Con respecto a la realización en directo, todas las secciones de la programación se hacen con realización multicámara. En el evento intervienen hasta 13 cámaras que se alternan entre sí con agilidad, tanto en los combates de boxeo como en las interpretaciones musicales. En la figura 1 puede observarse la disposición de la planta de cámaras en la realización del evento. Salvo excepciones, casi el conjunto de las 13 cámaras participan de la realización multicámara de los tres sets en los que se desarrolla el evento (ring, escenario para actuaciones y espacio de los comentaristas). En cambio, en el set habilitado para la “alfombra roja” y el *photocall* sólo se cuentan con dos cámaras (figura 2).

Figura 1

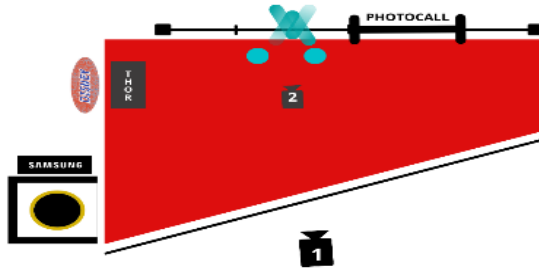
Planta de cámaras de la emisión en Twitch “La gran velada 2”, en el canal de Ibai Llanos. Sets del ring, escenario para música y espacio de los comentaristas



Elaboración propia.

Figura 2

Planta de cámaras de la emisión en Twitch “La gran velada 2”, en el canal de Ibai Llanos. Set de alfombra roja y photocall





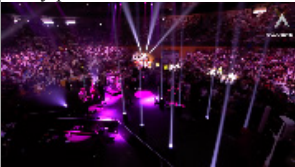





Elaboración propia.

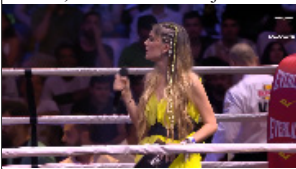
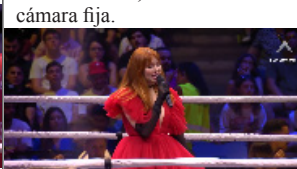
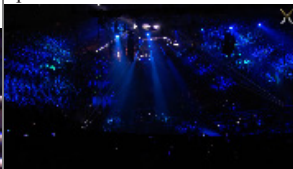
En cuanto al tipo de encuadre que ofrece cada una de las cámaras, cabe destacar, en primer lugar, su diversa funcionalidad en el caso de que se planifique su uso en un combate de boxeo o en una retransmisión musical (tablas 2 y 3), aunque comparten funcionalidades. Las cámaras 1 y 2 ofrecen grandes planos generales del escenario, del ring y del conjunto del interior del pabellón en el que se celebra el evento en directo. Las cámaras 3 y 4 las llevan los operadores de cámara al hombro y su función principal es el seguimiento de los combates. El efecto que transmiten es de mayor inestabilidad y ayudan a mantener el ritmo en los combates. La cámara 5 ofrece algunos planos de apoyo durante los combates. La cámara 6 se encuentra en la mesa de los comentaristas en la esquina de su derecha, se utiliza principalmente cuando la mesa gira hacia el ring. Las cámaras 7 y 8 van sobre un soporte *steady-cam*, se usan tanto en las actuaciones como en los combates. También son las que más cambian de posición y cobran especial relevancia en la entrada de los boxeadores. Las cámaras 11 y 12 se encuentran frente

a la mesa de los comentaristas, la 12 totalmente de frente y la 11 un poco más en diagonal. La cámara 12 ofrece un plano más amplio de los comentaristas y la 11 permite planos más cerrados de sus caras, por lo que ofrece planos cortos individuales de los participantes.

Tabla 2

Planos ofrecidas en las actuaciones por cada cámara en la emisión en Twitch “La gran velada 2”, en el canal de Ibai Llanos





<p>Cámara 1 Gran plano general del escenario.</p>  	<p>Cámara 2 Plano general del ring, seguimiento de los protagonistas en movimiento y para hacer planos cenitales o muy picados.</p>  	<p>Cámara 3 Plano entero y americano contrapicado del lateral derecho del escenario</p> 
<p>Cámara 4 Plano entero y americano contrapicado del lateral izquierdo del escenario.</p> 	<p>Cámara 5 Plano medio frontal.</p> 	<p>Cámara 7 Seguimiento del artista en plano medio. <i>Steady-cam</i>.</p> 

<p>Cámara 9 Plano medio de la mitad derecha del ring (Cristinini) en las presentaciones. Se encuentra en las gradas a media altura, es una cámara fija.</p> 	<p>Cámara 10 Plano medio de la mitad izquierda del ring (Jen Herranz) en las presentaciones. Se encuentra en las gradas a media altura, es una cámara fija.</p> 	<p>Cámara 13 Está en lo más alto de la grada y ofrece un gran plano general de todo el estadio desde la diagonal izquierda. Se usa en pocas ocasiones.</p> 
--	--	---

Elaboración propia.

Tabla 3

Planos ofrecidas en los combates por cada cámara en la emisión en Twitch “La gran velada 2”, en el canal de Ibai Llanos

<p>Cámara 1 Plano general de la mesa de los comentaristas y el ring de fondo. Cámara sobre grúa.</p> 	<p>Cámara 2 Plano general para el seguimiento de la entrada de los luchadores al ring, cámara grúa. Plano entero diagonal del ring.</p>  	<p>Cámara 3 Cámara al hombro desde el lateral derecho (donde está la mesa de los comentaristas). Ofrece un efecto más inestable y ayuda a mantener el ritmo en los combates.</p> 
--	---	---

<p>Cámara 4 Cámara al hombro desde el lateral izquierdo (donde actúan los cantantes). Ofrece un efecto más inestable y ayuda a mantener el ritmo en los combates.</p> 	<p>Cámara 5 Algunos planos de apoyo durante los combates.</p> 	<p>Cámara 6 Se encuentra en la mesa de los comentaristas en la esquina derecha y se utiliza principalmente cuando la mesa gira hacia el ring.</p> 
<p>Cámara 8 Plano dorsal, <i>steady-cam</i> plano medio de seguimiento de los luchadores.</p> 	<p>Cámara 9 Plano medio, mitad derecha del ring (Cristinini). En los combates, esta cámara, ofrece un plano entero del ring (o plano general de la lucha).</p>  	<p>Cámara 10 Plano entero, presentadoras, y plano medio, mitad izquierda ring (Jen Herranz). Cámara fija en la grada.</p> 
<p>Cámara 11 Primer plano de los comentaristas, ligeramente en diagonal. Encuadra por separado a cada uno de ellos.</p> 	<p>Cámara 12 Plano entero frontal de la mesa de los comentaristas.</p> 	

Elaboración propia.

No es objeto de este trabajo evaluar la calidad de la realización multicámara, pero sí podría apreciarse en momentos puntuales cierta descoordinación entre la intervención de los participantes y la selección de la cámara por parte de la realización en directo. Pueden así observarse momentos en los que los músicos miran directamente hacia una cámara no seleccionada o casos en los que algunas personas o el propio personal técnico pasan por delante de la cámara seleccionada para la emisión (tabla 1, observaciones). Este tipo de errores es muy frecuente en la realización televisiva en directo, tanto más cuando en la producción del evento analizado se alternan tres sets o escenarios que comparten 13 cámaras.

La producción y la realización del sonido en directo hace uso de todos los recursos habituales de una retransmisión televisiva: sonido directo captado a través de los micrófonos de los participantes, sonido ambiente de los espectadores presentes en el pabellón, música y efectos sonoros. Se hace un uso dramático del sonido, por cuanto aporta el tono emocional que requiere cada una de las secciones que componen el programa, no solo la música, sino también el propio sonido ambiente. En este sentido, salvo algunos errores puntuales, hay una realización plenamente profesional de la producción del sonido, conforme a pautas técnicas de la televisión comercial.

Más allá de la selección de cámaras, entran también en juego otros efectos insertados a través de la mesa de edición: composiciones de grafismo para indicar el nombre de los participantes, grafismo tridimensional, grafismo con tablas, grafismo con logotipos, introducción de vídeos con repeticiones (también a cámara lenta), etc. En definitiva, desde el punto de vista de la edición en vivo se hace una realización

adecuada a patrones profesionales de retransmisión de eventos deportivos y musicales en directo.

Figura 3

*Seguimiento de audiencias en la emisión en Twitch
“La gran velada 2”, en el canal de Ibai Llanos*



Vertele (2022).

El análisis del seguimiento de las audiencias muestra unos altísimos niveles de audiencia a lo largo del conjunto de la retransmisión, lo que lo convierte en la retransmisión de streaming en directo con más audiencia de toda la historia de Twitch hasta el momento. Iniciando el evento con alrededor de un millón de espectadores, el momento previo al evento (la sección que hemos denominado “alfombra roja”) es el que menor interés generó. Sin embargo, una vez iniciado propiamente el programa, las audiencias alcanzan los dos millones hasta superar los tres millones de espectadores, valores que se mantienen muy uniformes a lo largo de toda la retransmisión. Apoyados en la figura 3, gráfica con valores más precisos, se ha intentado evidenciar un mayor o menor interés de la audiencia por determinados contenidos en la retransmisión,

si bien se ha concluido que el seguimiento ha sido bastante uniforme durante toda la emisión. Los momentos en los que baja la audiencia se corresponden, de forma puntual, con las secciones de breves entrevistas o de algún combate. Incluso si los valores suben o bajan, la variación es mínima y no se llega a identificar una pauta.

Conclusiones

Los resultados de los análisis aplicados confirman, por una parte, la hipótesis de partida, identificándose una aplicación de prácticas habituales en la producción y realización profesional asociada a la televisión en directo. Se trata, como se ha apuntado, de la realización en directo de un evento con cuatro sets (los tres del evento deportivo y musical, más el de la “alfombra roja”) para el que se utilizan 13 cámaras (dos de ellas sobre grúa y otras dos sobre soporte *steady-cam*). Tanto la realización de la imagen como la del sonido responden a las pautas y a los patrones de una retransmisión televisiva profesional en directo, contándose con la introducción de efectos a través de la mesa de mezclas para la realización (repeticiones, cámara lenta, grafismo, tablas, etc.).

Puntualmente, aunque no de una manera significativa, se aprecian aspectos que podrían asociarse al lenguaje visual de Twitch, con largos planos secuencias, aunque apoyados en el uso de cámaras sobre soporte *steady-cam*. Cabe destacar también que el formato no quiere negarse a la presentación de Ibai Llanos como locutor y comentarista, razón que explica el recurso a planos que podrían recordar a las intervenciones de Llanos en su canal de Twitch en solitario.

Por otra parte, el minutado de las audiencias acumuladas no parece evidenciar la preferencia por aquellos contenidos dentro de la

retransmisión que responden de forma más directa al concepto y a la identidad del formato (combates de boxeo en directo comentados por Ibai Llanos y otros colaboradores). Así, otros contenidos (por ejemplo, las actuaciones musicales) logran mantener los niveles de seguimiento de la audiencia en directo. Esto viene a demostrar la fidelidad de una audiencia de seguidores que no discrimina o selecciona el consumo de contenidos en el canal de Ibai Llanos en función de la naturaleza del formato, sino que está dispuesta a hacer un seguimiento mantenido de la emisión, sea cual sea el tipo de contenido programado. El éxito de Llanos y de los *youtubers* y *streamers* que lo acompañan se impone así al propio contenido en cuya producción se implica: como ocurre con otras celebridades mediáticas, el público fideliza su seguimiento a la celebridad, cualquiera que sea la actividad que lo ocupe.

Podría, por lo tanto, concluirse que se confirma la hipótesis de partida: cuando una retransmisión de streaming en directo a través de Twitch ambiciona lograr altas audiencias y cuenta con la financiación, la inversión y las infraestructuras necesarias, el lenguaje audiovisual adopta las formas, pautas y convenciones características de una retransmisión de televisión profesional en directo. No queda así lugar para los lenguajes y los patrones de producción y realización audiovisual propios de la retransmisión del usuario en una plataforma de streaming de vídeo social como Twitch.

Este trabajo es susceptible de múltiples ampliaciones sobre nuevos estudios de caso y nuevas muestras que mantengan el análisis y la evaluación de la gramática visual desarrollada en las plataformas VoD como perspectiva principal. La propia definición de un lenguaje característico de las retransmisiones en directo por parte de los usuarios requiere

igualmente de una investigación a partir del análisis textual audiovisual y de los estudios visuales de la producción generada por el usuario.

Referencias

- Bingham, C. M. (2020). Talking about Twitch: Dropped Frames and a normative theory of new media production. *Convergence*, 26(2), 269-286. <https://doi.org/10.1177/1354856517736974>
- Crunchbase (2021). Twitch. *Crunchbase*.
- Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social Media Entertainment. The New Intersection of Hollywood and Silicon Valley*. New York University Press.
- De-Aguilera-Moyano, M., Castro-Higueras, A., & Pérez-Rufi, J. P. (2019). Between broadcast yourself and broadcast whatever: YouTube's homepage as a synthesis of its business strategy. *El profesional de la información*, 28(2), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.06>
- Growjo. (2022). Twitch Interactive Competitors, Revenue, Alternatives and Pricing. *Growjo*.
- Gutiérrez Lozano, J. F., & Cuartero, A. (2022). La construcción mediática de los ídolos juveniles de Twitch: los creadores de contenido y su presencia creciente en los medios españoles. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 23, 251-274. <http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.5936>
- Hilvert-Bruce, Z., Neil, J., Sjöblom, M., & Hmari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch.

Computers in Human Behavior, 84, 58-67. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>

Ibai. (2022, julio 02). *La gran velada II. El documental* [Vídeo]. YouTube. <https://youtu.be/wbA4tWnGOp0>

Jiménez Chaves, V. E. (2012). El estudio de caso y su implementación en la investigación. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 8(1), 329-342.

Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). And Today's Top Donator is: How Live Streamers on Twitch.tv Monetize and Gamify Their Broadcasts. *Social Media + Society*, 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305119881694>

Lobato, R. (2016). The cultural logic of digital intermediaries: YouTube multichannel networks. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22(4), 348-360. <https://doi.org/10.1177/1354856516641628>

Muñoz, J. D. (2021, 30 de diciembre). Los espectadores de Twitch crecen un 45% en 2021 y coronan a Amouranth como la streamer más vista. *Hobbyconsolas.com*.

Pérez-Rufí, J. P., & Castro-Higueras, A. (2019). Evolución de los modelos de negocio de YouTube: de plataforma colaborativa a comercial. En J. Sierra Sánchez & J. M. Lavín de la Cavada (coord.). *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en la sociedad de la información* (pp. 229-240). McGraw-Hill Interamericana de España.

Pérez-Rufí, J. P. (2021). Youtubers en España frente a Europa: ventajas del mercado cultural global para los creadores de contenido en

español. En N. Sánchez-Grey & M. L. Cárdenas-Rica (Coords.), *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y prospectivas* (pp. 814-832). Fragua.

SocialBlade. (2022). Top 100 Most Followed Twitch Accounts (Sorted by Followers Count). *Socialblade*. <https://socialblade.com/twitch/top/100>

Stephen, B. (2021, 11 de enero). Twitch ended 2020 with its biggest numbers ever. *The Verge*.

Taylor, T. L. (2018). *Watch Me Play. Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton University Press.

Törhönen, M., Sjöblom, M., Hassan, L., & Hamari, J. (2019). The rise of online media entrepreneurs: A study on the motivations of video content creators on YouTube and Twitch. En Gamification Group (Eds.). *Esports. Final Report* (pp. 25-26). Faculty of Information Technology and Communication Sciences, Tampere University.

Vertele. (2022, 26 de junio). Ibai Llanos ‘rompió’ el audímetro de Twitch con la segunda edición de ‘La velada del año’. *Vertele.eldiario.es*. <https://tinyurl.com/4ybd85wh>

Williams, K. (2020, 17 de enero). TikTok Was Installed More Than 738 Million Times in 2019, 44% of Its All-Time Downloads. *SensorTower*.

Wingfiled, N. (2014, 25 de agosto). What’s Twitch? Gamers Know, and Amazon is Spending \$1 Billion on it. *New York Times*. <https://tinyurl.com/2zmybjky>

UM QUASE MANIFESTO: DA IDEIA DO CINE-OLHO DE DIZIGA VERTOV, UMA HERMENÊUTICA DA LINGUAGEM AUDIOVISUAL DOS MEIOS DIGITAIS

*Osvando J. de Moraes¹
Valmor Nivaldo Santos²*

A partir das ideias revolucionárias de Diziga Vertov, propõe-se por meio de um quase manifesto o rompimento com a linguagem videográfica ao experimentar novos procedimentos artísticos e criativos associados a novos projetos, no contexto atual, inspirados naquele da década de 1920 na URSS. Vertov recusa a ficção e também o modelo de produção em estúdios, em sua proposta de Cine-Olho, centrada com exclusividade na produção de documentários.

-
1. Doutor em Ciências da Comunicação - Universidade de São Paulo/ECA-USP. Professor e Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia-PPGMIT, FAAC, UNESP. osvando.j.morais@unesp.br
 2. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, PPGMIT, FAAC, UNESP/Bauru. valmor.santos@unesp.br

Trata-se de estudar as experimentações com a linguagem cinematográficas feitas por Dziga Vertov que revelam as questões centrais do momento revolucionário, cultural e político e ainda o lugar que a União Soviética ocupava naquele contexto histórico. Independente da distância temporal, incluímos em nossa análise as ideias de Marshal McLuhan e de suas teorias das extensões humanas que continuam atuais, pensando, essencialmente, nos produtos audiovisuais realizados na atualidade e que, em sua maioria portam uma estética com vínculos não muito precisos com a arte digital, como a fotografia digital, por exemplo, que obviamente provoca rupturas e exige uma crítica nos modos de se captar e construir imagens. Nossa análise está baseada nos produtos veiculados nas mídias digitais na última década do atual século. Esta comparação com McLuhan, embora não seja nosso objetivo principal, ajuda-nos a pensar as atuais experiências digitais e também propor as possibilidades de se encontrar elementos e modelos novos que auxiliem na construção de novos produtos midiáticos ou possíveis narrativas audiovisuais mais atuais.

A ideia contida nos conceitos mcluhanianos, mais centrados criticamente, possibilita retomar e atualizar os debates sobre o audiovisual hoje, mais exatamente, nos últimos anos do atual século. As obras de Marshal McLuhan e Diziga Vertov fornecem elementos fundamentais para se entender e aprofundar as análises do audiovisual e a fronteira tênue entre o entretenimento e a informação que se impuseram, no contexto contemporâneo. Neste trabalho, opta-se por envolver outra teoria, por exemplo, a hermenêutica de Gadamer, como filosofia aplicada, que se aplicada também às novas linguagens dos audiovisuais preencherá prováveis lacunas como compreensão e entendimento, na

busca de modelos capazes de absorver os avanços tecnológicos ou as mudanças nos modos sensíveis e diversos de se estabelecer as extensões como processos múltiplos de conexões. Outros aspectos considerados são o conceito de montagem no cinema e o de edição linear ou não linear no audiovisual digital atual, que merecem especial atenção, no sentido de se trabalhar com alguns elementos gramaticais, essenciais à linguagem digital. Deste modo, o uso enfático e prioritário de cortes e fusões possibilita restabelecer os sentidos novos no audiovisual de hoje, resgatando, assim, a teoria da montagem eisensteiniana inspirada nos ideogramas chineses e na cultura japonesa como a poesia Haikai e o teatro Kabuki, por exemplo. Portanto, os produtos culturais audiovisuais de hoje devem ser vistos e ouvidos ao mesmo tempo, como acontecem com os atuais podcasts imagéticos. O propósito é buscar ou resgatar a ideia vertoviana de uma linguagem única e pura, capaz de dar mais vivacidade, no mínimo, às imagens relacionadas aos temas, aos enquadramentos e aos planos fechados ou fechadíssimos nas narrativas audiovisuais.

A metodologia deste trabalho mescla a pesquisa bibliográfica com a hermenêutica de Gadamer para analisar as ideias de Diziga Vertov, aplicando-as à obra de Fernando Faro, por meio de seleção de alguns episódios do programa *ENSAIO* (grifo nosso), sem esquecer, obviamente, dos elementos centrais ou dos conceitos fundamentais mcluhanianos. A partir do entendimento hermenêutico, propõe-se, ainda, apontar argumentos que possam justificar e contribuir, pelo menos parcialmente, com as discussões sobre a ruptura de limites normalmente estabelecidos do operador de câmera, do cinegrafista, do fotógrafo ou cameraman na criação de produtos audiovisuais.

À guisa de manifesto, pensamos nas imagens e nas mudanças nas mídias digitais e também nos sentidos técnicos das ideias de Dziga Vertov e de Marshal McLuhan, quando comparados apontam para novas possibilidades técnicas e estéticas. Importante ressaltar as próteses mcluhanianas como extensões que substituem a função natural ou fisiológica como a grande questão teórica do autor canadense naquele momento e que permanecem atuais no século XXI. É este um dos sentidos técnicos que usaremos para debater, analisar e entender a produção audiovisual praticada nas redes sociais, incluindo as conexões e os compartilhamentos, que possuem um caráter sintético, interativo e sedimentado, mas que pode ser estudado como linguagem.

A linguagem da televisão e o audiovisual de maneira geral deveriam sempre estar em processos de constante atualização ou incorporar as novas tecnologias, os recursos de produção e pós-produção dos aplicativos de edição digital. Levamos em conta que o cinema ainda é o principal modelo televisivo. Neste trabalho, o cinema de Sergei Eisenstein e Dziga Vertov, grandes nomes e revolucionários da linguagem e da produção cinematográfica Soviética nas primeiras décadas do século passado. A televisão incorporou, embora não admitindo explicitamente a influência, em um processo contínuo a linguagem do cinema dos dois autores que se sobrepõe e se intersecciona na construção de uma nova gramática televisiva que o transformou no maior veículo do século XX. Talvez o motivo seja o ter sabido receber e aprimorar as influências as técnicas, não somente nos modos de se contar histórias, mas também nos enquadramentos fechados, nos efeitos visuais, na fotografia e, principalmente, na hibridização de linguagens: desenho, pintura e computação gráfica a partir da década de 1990.

Dziga Vertov, em seu manifesto, deixa explícitas preocupações com a linguagem, principalmente, com as práticas aplicadas à instantaneidade na construção da verdade nas narrativas e na cultura, que podem ser verificadas no vocabulário visual do cinema, nas mudanças do imaginário e na assimilação simultânea de outras culturas e na negação da literatura e do teatro. Propõe-se discutir as questões diretamente relacionadas à proposta do manifesto de Dziga Vertov, O “Cine-Olho” proposta revolucionária e muito importante da escola soviética.

Dziga Vertov preocupou-se em elaborar um projeto de experimentação da linguagem do cinema. A ideia central de Vertov estava na recusa radical da ficção cinematográfica, sua preocupação voltava-se especialmente à produção de documentários. A ideia do cineasta era a de fazer um cinema de fatos, de acontecimentos. Ele defende a saída dos estúdios, um trabalho nos espaços livres, captando imagens do cotidiano, por exemplo: um trabalhador acordando e arrumando-se para o trabalho; a rotina de uma indústria; pessoas nas praças e ruas; bondes em uma cidade; uma cerimônia de casamento; um divórcio; uma criança nascendo; o enterro de um ente querido. A proposta de Vertov extremamente atual em nosso contexto digital, em que as imagens são elaboradas e vistas em telas pequenas ou minúsculas dos telefones celulares. Os planos detalhes, por isso mesmo, ganham relevância e destaques. Acreditamos que será importante reavaliar o manifesto Cine-olho, conscientes de que não se trata de algo novo, mas fazer novos usos das ideias que constam do manifesto.

As nossas propostas de construções e críticas de projetos audiovisuais consideram os elementos vertovianos como essenciais. Temas como pluralismo e diversidade cultural já foram muito pesquisados,

analisados e realizados, em nosso contexto, com muita frequência, por exemplo, Fernando Faro. As ênfases recaem, na maioria das vezes, nas ideias e experiências paradoxais impostas pela dinâmica econômica e cultural das produções, com as irracionalidades que lhes convém. Podem-se acrescentar ainda os problemas que envolvem as diversidades e demandas técnicas, provocadas pelos modos comuns de ver as imagens audiovisuais veiculadas pela maioria das mídias.

É neste sentido que estudamos outras formas de enquadramento, algo como o uso mais frequente dos Super-closes ou dos planos detalhes como compensação e solução para os problemas das produções audiovisuais em relação às práticas de contemplação de imagens e também como proposta de estética. As problemáticas relacionadas ao audiovisual contemporâneo são amplas. São questões associadas aos novos hábitos culturais de acesso às imagens, envolvendo questões econômicas, culturais e as poucas opções de cultura, dificuldades de acesso aos produtos veiculados pela internet. Neste sentido, a América Latina como um todo vive os mesmos problemas históricos que espelham os outros. Somos uma mistura de culturas e de raças, de gostos, de costumes, de crenças, de sotaques e de lembranças.

O Audiovisual no Brasil e América Latina

Esta preocupação com a produção de imagens e com as mudanças do imaginário construído pelo audiovisual e que se repete em quase todos os países do continente. Este mesmo imaginário, carregado de eurocentrismos, é assimilado pelas imagens veiculadas na mídia hegemônica e nas redes sociais. O exemplo ideológico contido nestas ideias pode ser discutido na proposta do Quase Manifesto que através

dos meios digitais traduzem a sensação de real a todo o tempo, apenas a sensação, mas que leva ao nada, em relação ao despertar de consciências. Há muitas referências importantes para se tomar como base e discutir as realidades latino-americanas. Países como o México com a produção de telenovelas, por exemplo, enfrenta realidades diferentes e em diversos sentidos piores que outros países.

Independentemente de nacionalidades, os cinemas Norte Americano e Europeu são nossas maiores referências, mas isto não significa que suas influências sejam definitivas. Por isso, neste trabalho, o nosso propósito é discutir a multiplicidade de questões que envolvem a realidade brasileira e também a da América Latina, buscando imagens e ideias que se repetem, não somente como exemplos dos tipos de produção, mas também como essência da cultura e das mídias que não se desvinculam das questões políticas e culturais.

É neste sentido que reafirmamos sempre: não se pode discutir a mídia, em nosso continente, desvinculada das culturas que são fruto das misturas culturais e de nossas relações históricas com os primeiros colonizadores – Espanha e Portugal – passando pela presença europeia até os efeitos da Guerra Fria com a implantação das ditaduras treinadas e apoiadas pelos EUA em toda a América Latina, com exceção de Cuba.

A mídia é fruto histórico desse processo colonizador. Foi implantado com a orientação Norte Americana, surgindo os conglomerados e juntamente com eles políticas que direcionaram os governos dos países aos interesses específicos comerciais, econômicos e culturais do Império do Norte.

Neste contexto, seria infrutífero discutir a mídia, sem levar em conta a relação de domínio. Muitas perguntas ainda não foram feitas e

por isso mesmo, sequer respondidas. Devemos antes analisar as relações de poder com as nossas produções culturais que passaram a ter dependência direta dos meios de massa analógicos e dos agora digitais. Poucos exemplos dessa mesma produção fugiram ao controle por um período curtíssimo de tempo, pois, a Indústria Cultural se apodera daquilo que está em evidência e sua voracidade é incontrolável. Por isso, o extremo sucesso das telenovelas brasileiras com uma suposta revolução nas linguagens.

Nesta construção de um amplo espaço mercadológico e também ideológico, a televisão e a academia ocupam lugares especiais. A TV por garantir uma divulgação eficaz e a academia por traduzir e normalizar as ações dos meios massivos digitais em verdade e, consequentemente respeito. Qual o papel do Brasil e da América Latina neste cenário? Sobraram alguns pontos de resistência, mas acima de tudo, o papel de consumidores em um sentido amplo: consumidores de bens de consumo – duráveis ou não; consumidores de bens simbólicos e juntamente com esses dois as ideologias altamente fomentadoras, diluindo como se estivesse “desmanchando no ar” uma cultura fragilizada por conta de uma educação fragmentada, provocada por problemas econômicos e de uma tradição com raízes superficiais e, portanto, pouco resistentes, aos ataques atraentes de um projeto mercantil predador.

A partir dos anos 1990 do século passado, com a implantação da internet houve uma celebração e apropriações das tecnologias digitais, imponto uma nova realidade das redes sociais que começam a funcionar e que passam despercebidas pelas mídias até então hegemônicas. No entanto, mesmo oferecendo dados bem fundamentados sobre esse momento todo esse conjunto midiático esqueceu-se de que o consumo

de produtos audiovisuais em nosso continente migraria para as plataformas digitais em pouco mais de uma década. Importante ressaltar que é preciso revisar esse momento de passagem sob o ponto de vista sociológico e histórico para ver com mais luz o jogo de poder como uma construção ideológica de comportamentos através do consumo de todos os tipos de produtos nas novas plataformas.

A discussão como um manifesto resgata dados muito interessantes e ao mesmo tempo faz perguntas, aparentemente, ingênuas, tentando encontrar resposta e entender esta nova construção cultural midiática que leva pessoas a consumir os produtos audiovisuais em telas pequenas, sem ao menos questionar a qualidade das imagens ou mesmo dificuldades de acesso às tecnologias ou no mínimo analisar as imposições estéticas e linguagem. Para explicar que foi justamente a grande mídia hegemônica que assistiu quieta e não soube perceber que havia chegado o momento de mudanças. Acreditaram que a sobrevivência seria uma tarefa simples e pouco importante. Não olharam com alguma atenção o apelo das propagandas televisivas que utilizam um glamour irresistível não atingiam a mesma audiência. A capacidade das velhas mídias de Justificar o comportamento dos consumidores através dos processos de recepção e se acomodaram de maneira simplista, acreditando que para a América Latina, bastaria o consumo e com ele a tradução visual da suprema felicidade em seus produtos.

Queremos dizer com isso que ao se relegar à última instância uma análise aprofundada de nossas carências e fragilidades culturais, estamos cometendo um grande erro metodológico e um suicídio acadêmico injustificável, provocando um esquecimento de nossas identidades que deveria ser previstas em nossos produtos audiovisuais como processo

de fortalecimento de nossa cultura. Somos submetidos às artimanhas do capital e suas técnicas de administração que são muito eficazes.

É ressaltar o ideológico para se discutir a instabilidade aplicada tanto à racionalidade como aos produtos e aos relatos audiovisuais. Deste mesmo modo, percebeu-se que as mesmas estratégias colonizantes são usadas, quando se dá pouca importância, às culturas, deixando de constatar que sua sobrevivência está nos produtos audiovisuais que elabora e veicula com dificuldade.

Na realidade, as fronteiras impostas pelos colonizadores estão muito bem guardadas, Estes países administram e concentram com mãos de ferro um imenso poder chamado mercado audiovisual. Por isso, a retórica que conceitua o fim de qualquer coisa: do homem, das classes, das nações, imperando o homem mcLuhaniano, simbolicamente, prostrado diante de uma tela com imagem.

Queremos reafirmar que as pesquisas sobre os modos de produção de imagens foram e são importantes, pois, abrem caminho para discutir de maneira aprofundada as dimensões histórica e cultural no Brasil e também na América Latina, mas que ainda deverá ser feita por meio de análises da efervescência que se faz das tecnologias e das imposições da estética televisual certo em andamento. ,

A televisão deixou de manipular tudo. Agora quem o faz são as plataformas hospedadas na internet. Poderíamos aplicar essa mesma afirmação, sem medo de errar, a todos os países do continente latino-americano. Sob a aparência do transnacional, do global, do pós-nacional, da não identidade, esconde-se um poder neoconservador insaciável. Por isso, nunca é demais reafirmar que todo esse poder vem agora diretamente das grandes plataformas digitais. É impossível ignorá-las e mais

ainda, avaliar ou justificá-las com teorias, pois é a partir da realidade local de cada desses países que as estéticas, as ideologias e os novos modos de fazer chegam até nós.

Por isso, chamamos a atenção para as modas teóricas, embora, a posição política ainda esteja muito carregada de um eurocentrismo que tenta a qualquer custo despolitizar um campo como o da mídia que sempre esteve atrelada às questões políticas e consequentemente ao poder. No entanto, quando se analisa o século XX e as ideologias dominantes deste período, não se deixa de perceber a saída da mídia como cultura, obrigatoriamente, como passagem para o século atual com suas transformações tecnológicas, implicando transformações também nas culturas. Desta mesma forma, houve uma dominação das ideologias no século passado, alertando que se corre o risco de sair da Cultura e cair no culturalismo engajado com viés colonizado.

Na verdade, a academia tenta o tempo todo entender um projeto de poder para o Brasil, buscando ora uma teoria, ora uma justificativa para os pouco inovadores, banais, velhos e repetitivos de produção. E para fugir às questões ideológicas, inventa-se o fim de tudo, a começar pelo nacional que se transforma em pós-nacional e transnacional. Podemos lembrar a frase machadiana usada por Roberto Schwarz como título magistral de seu livro: *Ao Vencedor, as batatas*. Só que o vencedor agora não se contenta só com as batatas, ele quer muito mais que isso. Estão lidando com uma *banana republics* e diante da impossibilidade de qualquer país latino se transformar em *balalaica republics* reina em berço esplêndido. Entender a mídia exige reais estratégias teóricas que comprovadamente jogam o jogo do poder hegemônico midiático e dos políticos que os representa. Repete-se, na mídia digital que tudo que é

feito lá fora é bom: do Jornalismo à Interatividade dirigida e instantânea do Big Brother. Neste sentido, as mesmas teorias não deveriam explicar e valer para toda a América Latina? O labirinto da solidão não é só a história do México. Nele, está a história de todo o continente.

Pensa-se no grande mito da história mexicana: Moctezuma cede à invasão espanhola, pois, sente uma atração incontrolável, uma fascinação carregada de mensagens sagradas, interpretadas como um ciclo que se fecha e começa outro. Neste mesmo sentido, parece que estamos condenados a sentir essa mesma e estranha atração. Estamos fadados a repetir as tentações de Moctezuma. A sedução irracional e injustificável pelo estrangeiro como se fosse uma trama sagrada. Por isso, em relação ao audiovisual, produzimos e replicamos o sempre velho como dizia McLuhan.

Pensamos nas ideias de Vertov e suas aplicações, como conquistas e resistências, o futuro do novo audiovisual necessita da superação de maneira e acelerada daquilo que já vem pronto e empacotado, traduzido em um querer ser o outro, reproduzir a cultura audiovisual Norte Americana, seu modo de fazer e ver, mesmo que isso signifique suicídio, aproveitando o exemplo de Moctezuma. Analisar as produções audiovisuais do Brasil e do continente latino-americano inteiro não é o nosso propósito, mesmo porque seria impossível. Pretende-se repensar nossa realidade não só a partir das ideias, mas também das análises de alguns produtos que fazemos e como fazemos. Relataremos minuciosamente as relações e as imposições tecnológicas culturais dos meios massivos, principalmente o cinema, instaurando uma verdadeira dominação em vários sentidos e resultados, como ressalta Vertov: miscigenação, síntese, estética e mistura ruim.

Politicamente, somos híbridos, bipartidos, divididos em dois: metade brasileira, metade Norte Americano. Nossa prática obedece a esses mesmos parâmetros e a ética a coloca em contradição. Difícil superar, neste contexto particularmente rico que começou nos anos pós 1990, com a efervescência dos efeitos da falsa liberdade com fim da Guerra Fria. São figuras ainda presentes desde o início da internet. Portanto estamos lidando com realidades tecnológicas e culturais invisíveis que extrapolam as fronteiras de um país.

A cultura brasileira e da América Latina é a seguinte: do mesmo modo que se lê a literatura francesa, lê-se a russa. Vive-se entre Diderot e Gogol e convive-se com Gabriel Garcia Márquez, Borges e Machado de Assis, Guimarães Rosa e o cinema norte americano. O próprio Fuentes se classifica como um misto da cultura de seu contexto: “Somos o que comemos. Também somos as histórias em quadrinhos que consumimos na infância”. É neste universo povoado pelos cidadãos Kane, Dick Tracy, Tess Trueheart, Clark Kent e Lois Lane, que se configura a cultura de toda a América Latina. Discutir a mídia e a produção audiovisual, sem levar em conta essas dimensões, seja no campo político, seja no midiático, são inseparáveis e infrutíferos.

No entanto, as mídias com suas produções, com raríssimas exceções, são utilizadas sem levar em consideração as devidas diferenças de práticas e vivências culturais das mídias locais. Cada país deveria depurar a sua própria arte ou “cinema dos kinoks dos intrusos”: música, literatura e teatro. Buscar ritmo próprio, sem roubá-lo de quem quer que seja apenas encontrando-o, reconhecendo-o nos movimentos das coisas. É o que diz Vertov em seu manifesto. Propomos extrapolar os limites que os modelos midiáticos importados impõem. A mídia colonizada está

desligada das experiências culturais acumuladas ao longo de tempos. Estudá-la e praticá-la sem os laços com as culturas locais de cada país seria fazer o pacto de Moctezuma.

Outro exemplo muito importante: o grande nome da literatura latino-americana de língua espanhola, Gabriel García Márquez, não pode ser esquecido dos estudos comunicacionais e aprisioná-lo à literatura seria não levar em conta os elementos históricos contextuais do século XX dos quais ele participou ativamente. García Márquez não era somente autor de literatura, era também homem político. Sua consciência política e o peso de suas ações devem-se às suas denúncias e luta contra as ditaduras em quase todo o continente financiadas pelos EUA. Participou ativamente das escolas de cinema cubano e também das denúncias e lutas contra os embargos econômicos e boicotes contra Cuba. E coincidentemente, após a década de 1960, houve a consolidação das mídias massivas como estratégia de dominação dos Estados Unidos da América. Por isso mesmo, não se pode separar política da mídia como projeto de poder e construção de mercado que foram planejados pelo império conjuntamente com os governos de cada país.

O discurso de Gabriel García Márquez para o Prêmio Nobel, escrito em poucas páginas, deveria ser texto obrigatório àqueles que estudam a América Latina. Não importa a especificidade dos estudos. Seja televisão digital ou analógica, Jornalismo, Publicidade e Cultura. Trata-se de um resgate histórico das atrocidades cometidas pelos colonizadores. Dos enganos da independência até o domínio norte-americano, no século XX, principalmente, após a Segunda Guerra Mundial em que o mundo ficou dividido em dois grandes donos. Algo deu errado e não surgiu o novo ser, libertado das canhestrices, dotado dos movimentos

precisos na arte e nas mídias para enfrentar o novo tempo, como diz Diziga Vertov.

Sem esse novo ser não será possível nada de novo na nova mídia. Talvez deva fazer parte de uma proposta estudos realmente aprofundados das questões históricas, antropológicas, sociológicas e culturais e assim, tentar analisar as diferenças e semelhanças entre os países. Mesmo assim, as teorias que poderiam justificar nossas produções são europeias, norte-americanas e canadenses. Isto quer dizer que as interpretações da nossa realidade a partir de ideias e esquemas alheios só contribuem para tornar-nos cada vez menos livres, cada vez mais solitários. Assim, como no manifesto do Kinokismo de Vertov, nossa ideia será pensar as imagens com os movimentos dos objetos no espaço que possam encarnar o sonho do inventor, do sábio, do artista, do engenheiro ou carpinteiro, realizar o irrealizável.

Não é por acaso que o tema da solidão está presente tanto na obra de Octavio Paz como na de Gabriel García Márquez. É o abandono político provocado constatado na desunião e fragilidade da educação e na falta de consciência política. Portanto, há a necessidade de se ter uma mídia voltada sempre a uma consciência crítica à cobiça dos mercadores midiáticos hegemônicos que defendem os interesses alheios em detrimento destruição dos nacionais. É a recusa do colonizador como espelho. Não usar os modos de ser do outro e também o outro como espelho. Portanto, devemos ter como alerta para não no sonho romântico da luta fácil: nada escapa do domínio dos processos midiáticos de imposição cultural. Impõe-se da língua aos pequenos hábitos e práticas alimentares. É o Transnacional, o Pós-Nacional e o Global que funciona nos países consumidores. Já do outro lado, o do império, as fronteiras

estão muito bem guardadas e protegidas. Seu comércio, independente do produto, é igualmente protegido. Principalmente, das imagens com seu peso e importância nas mídias.

Considerações Circunstanciais

Podemos pensar em duas hipóteses para entender a mídia no Brasil. A primeira: seria possível a partir de uma análise histórica e cultural, com os elementos já previamente levantados pelos estudiosos destas áreas, propor uma teoria da mídia que justifique as transformações culturais e os processos mediados?

A segunda: seria possível a partir das imposições culturais, verificadas nos processos de colonização midiática contínua, pensar uma teoria da mídia e da cultura, no contexto digital, levando em conta a mídia massiva construtora de mercados: ideias, produtos, valores, comportamentos?

É neste sentido que nos lembramos das ideias, do tamanho da América Latina e da imensidão de seus problemas. As contradições são muitas e diante da dificuldade de cada um dos países do continente, inventa-se uma realidade. Na impossibilidade de se contar o Real, inventa-se o realismo mágico porque é uma das saídas, a outra, por exemplo, seria a perda de memória. Como em Cem anos de Solidão: colocaram-se placas nominando cada coisa. NO entanto, na luta contra o esquecimento, existe a própria realidade que está presente em todas as coisas. Midiaticamente, a saída estaria no próprio homem que dialoga, faz trocas e deixa marcas, registros e ideias nas imagens que produz e veicula.

É neste universo brasileiro e Latino Americano, misto de abstrações históricas, realidades mágicas, e ao mesmo tempo, terríveis e insuportáveis, que se encontram na mídia como a literatura que também é mídia foram reinventadas, não somente para contar histórias, mas também para lembrar o que somos e de maneira não muito exata, mostrar o que podemos ser ou o que não queremos ser. Portanto, pensar as imagens as mídias como transgressão, como engajamento contra os modelos que propõem o comum e o igual que repete sempre.

Referencias

Eisenstein, S. (1982). *O encouraçado Potemkin*. Global.

Eisenstein, S. (2002). *O sentido do filme*. Jorge Zahar.

Faro, F. (2007). *Baixo: homenagem ao maior produtor da MPB na televisão*. Cultura – Fundação Padre Anchieta.

Fuentes, C. (1989). *Eu e os Outros: ensaios escolhidos*. Rocco.

Gadamer, H.-G. (2005). *Verdade e Método*. Vozes.

García Márquez, G. (2010). *Cem Anos de Solidão*. Record.

Machado, A. (1997). *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Papirus.

McLuhan, M. (1969). *Os meios de comunicação de massa como extensões do homem*. Cultrix.

Programa Ensaio. (2014). Ensaio | Especial Fernando Faro | 27/07/2014 [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KFe7JTKK6h8>

Schwarz, R. (1977). *Ao vencedor as batatas: forma literária e processo social nos inícios do romance brasileiro*. Duas cidades.

Verto, D. (Diretor). (1925). *Um homem com uma câmera* [Filme]. URSS.

Vertov, D. (1973). *El cine-ojo-textos y manifestos*. Editorial fundamentos.

DO FLUXO AO CATÁLOGO: AS PLATAFORMAS DE STREAMING DOS CANAIS DA TV ABERTA BRASILEIRA

Fabricia Guedes¹
Marcelo Bolshaw Gomes²

O consumo do conteúdo veiculado na TV aberta e na TV multicanais (Ladeira, 2016)³ foi por muito tempo centrado no aparelho de televisão. Mas a onipresença da internet, facilitada pelo aumento da banda larga, a tecnologia 4G e a popularização de *tablets* e *smartphones* desempenharam um papel significativo na disponibilização do conteúdo

-
1. Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisadora no Gemini. fabriaciakguedes@gmail.com
 2. Doutor em Ciências Sociais. Professor do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Coordenador da base de pesquisa Gemini. marcelobolshaw@gmail.com
 3. No Brasil a TV multicanais é associada a mais de uma nomenclatura: TV a cabo; TV paga; TV segmentada; TV por assinatura. Regulamentado, pela primeira vez, na Lei nº8.977/1995 como “serviço de TV a cabo”, esse serviço foi atualizado na Lei 12.485/2011, conhecida como “lei da TV paga”, que abrange a comunicação audiovisual de acesso condicionado, independente da tecnologia explorada.

televisivo em rede (Johnson, 2019). As produções e os telespectadores, agora chamados de usuários, movimentam-se por múltiplas telas. Essas camadas vão trazendo mudanças expressivas no ecossistema televisivo e, assim, surge um novo segmento de mercado, a televisão distribuída pela internet (Lotz, 2017).

As plataformas de *streaming* audiovisual são os principais agentes que operacionalizam a televisão distribuída pela internet. Vale salientar que esse ecossistema é habitado tanto por empresas que não têm ligação com o setor da mídia “tradicional” quanto por conglomerados midiáticos. No Brasil, que é um dos maiores mercados de *streaming* do mundo (Finder, 2021), atuam plataformas nacionais e internacionais com os mais variados modelos de negócio.

As maiores emissoras da TV aberta do Brasil estão atuando no segmento de *streaming* audiovisual. Nesse cenário, diante do espaço que a TV linear (TV aberta e TV multicanais) mantém no mercado audiovisual brasileiro questiona-se, portanto, como a TV aberta brasileira figura-se no mercado de *streaming* audiovisual, como dar-se-ão as relações entre esses setores. Objetivando, assim, visualizar as movimentações e relações estabelecidas entre esses dois ecossistemas (*broadcast* e *streaming*), apresenta-se uma análise dos serviços de *streaming* das cinco emissoras de TV aberta com maior audiência do país – mensuração do Painel Nacional de Televisão (PNT), feita pelo Kantar Ibope Media.

O *corpus* desta pesquisa é composto pelas seguintes plataformas de *streaming*, e suas respectivas emissoras de origem: GloboPlay – TV Globo; PlayPlus – Record TV; SBT Vídeos – SBT; BandPlay – Band TV; e TV Brasil Play – TV Brasil. A partir da análise, visualiza-se que esses serviços vêm sendo explorados como uma expansão da atuação

dessas emissoras. Alguns serviços começam a exercer uma certa autonomia, como é o caso da GloboPlay e do PlayPlus que investem em versões pagas e produções originais, mas a ligação com a emissora de origem – quer seja nos elementos estéticos, quer seja nos produtos disponibilizados no catálogo – ainda é bem demarcada.

Conclui-se que o mapa que vem sendo desenhado pela intersecção entre a televisão aberta brasileira e as plataformas de *streaming* audiovisual revela operações de interações mútuas entre esses ecossistemas. Essa ecologia de mercados interconectados, impulsionada pela convergência midiática, proporciona a acumulação de ofertas de serviços, favorecendo, assim, a manutenção de estruturas oligopólicas.

Breve Panorama do Ecossistema Brasileiro de *Streaming* Audiovisual

Quando a Netflix inicia suas operações no Brasil, em 2010, não demora para que outras plataformas de *streaming* audiovisual comecem a ganhar espaço no mercado brasileiro. Tanto empresas estrangeiras disponibilizam as suas plataformas no país, como Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV+, StarzPlay, etc., quanto agentes nacionais – principalmente, mas não exclusivamente, ligados ao setor de mídia – passam a investir nesses serviços, como a GloboPlay, PlayPlus, SBT Videos, BandPlay, Kinopop FilmeFilme, etc.

Vale pontuar que, devido as mudanças que causaram no mercado audiovisual, inicialmente as plataformas de *streaming* foram vistas

como uma ameaça às mídias de funções massivas⁴ (Lemos, 2007). No entanto, as movimentações desse setor mostram, em escala global, grandes investimentos das tradicionais corporações de mídia nos serviços de *streaming*. Vale salientar que esses investimentos não configuram, necessariamente, uma depreciação das mídias anteriores, como a TV linear, por exemplo. Pelo contrário, tais operacionalizações apontam para um redesenho, expansão e hibridização entre mercados.

O Brasil tem lugar de destaque nesse setor. Segundo uma pesquisa realizada pela Finder – empresa especializada no segmento digital – o país é o segundo maior mercado de *streaming* do mundo em número de usuários (64,58% da população assina ao menos uma plataforma de *streaming* audiovisual), ficando atrás da Nova Zelândia (com 65,26% de usuários utilizando esses serviços). A pesquisa teve como base 18 países e apresenta dados referentes ao ano de 2020 (Finder, 2021).

Os serviços de *streaming* representam 21% do consumo de audiovisual domiciliar ou individual nos lares brasileiros. Ainda que a TV linear domine o mercado nacional, dispondo de 79% dessa fatia, os números desses agentes são significativos, visto que representam quase um quarto da população. Apresentados pelo Kantar Ibope Media, os dados referem-se ao primeiro trimestre de 2022, a partir da mensuração nas 15 maiores regiões metropolitanas do país (Inside Video 2022).

Como foi assinalado, empresas nacionais e internacionais disputam as visualizações e assinaturas dos usuários brasileiros.

4. Para André Lemos (2007) as mídias de funções massivas funcionam sob o controle editorial do pólo da emissão, são centradas e são dirigidas para massa que tem pouca possibilidade de interagir. Já as mídias de funções pós-massivas funcionam a partir de rede telemáticas em que qualquer um pode produzir informação, «liberando» o pólo da emissão, sem necessariamente haver empresas e conglomerados econômicos por trás.

Nesse ecossistema há uma multiplicidade de modelos de negócio. Quanto ao acesso ao catálogo de produções, por exemplo, a maioria das plataformas recorre aos seguintes modelos: AVoD (*Video Advertising on Demand*) – acesso grátis, mas com inserção de publicidades; SVoD (*Subscription Video on Demand*) – acesso por meio de assinatura mensal ou anual; e TVoD (*Transacional Video on Demand*) – pagamento por um produto específico que pode ser ao vivo ou gravado (nesse caso geralmente é estabelecido um período limite para o acesso). Há ainda, o PVoD (*Premium Video on Demand*) – acesso a conteúdo exclusivo, geralmente filmes, disponibilizado em uma única plataforma a partir de um pagamento adicional (o PVoD começou a ganhar força com o fechamento das salas de cinema na pandemia do coronavírus iniciada em 2020).

No mercado brasileiro, existem plataformas que disponibilizam o conteúdo gratuitamente e sem inserções publicitárias durante a exibição da produção, como é o caso do Itaú Cultural Play – serviço ligado ao Itaú Unibanco que disponibiliza produções audiovisuais brasileiras. Há, ainda, *players*⁵ com modelos híbridos, como é o caso da GloboPlay que disponibiliza uma parte do conteúdo a partir do AVoD e o acesso completo ao catálogo pelo SVoD. O YouTube, por exemplo, também explora esses dois modelos junto com o TVoD.

Além das formas de acesso ao catálogo e modelo de financiamento, há outras variáveis que diferenciam os modelos de negócios dessas plataformas. Esses aspectos vão desde a temática das produções

5. O termo *players* refere-se aquelas empresas que atuam no segmento de *streaming* audiovisual, ou seja, é usado como sinônimo para “serviços de *streaming*” ou “plataformas de *streaming*”.

(que podem ser diversificadas ou de nicho) até a origem dessas empresas (vinculadas ou não a grupos de mídia). Um mapeamento dos serviços que atuam no mercado brasileiro apontaria para uma pluralidade de modelos de negócios, no entanto, não cabe a esta pesquisa construir tal categorização.

Um dos pontos que corrobora para a multiplicidade desses modelos de negócios é a desregulamentação do *streaming* no Brasil. As mudanças que esses serviços suscitam no trinômio produção-circulação-consumo vêm gerando discussões por parte dos agentes do ecossistema audiovisual brasileiro – como a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), a Ancine (Agência Nacional do Cinema), o Ministério das Comunicações e o setor privado – e, inclusive, são objetos de projetos de leis em tramitação, mas ainda não há dispositivos normativos concretos que alcancem esse segmento.

Portanto, a partir deste breve panorama, percebe-se que o ecossistema brasileiro de *streaming* audiovisual ainda não tem modelos, formatos ou sequer normas efetivamente estabelecidas. Na verdade, esse ecossistema é marcado por uma instabilidade e mutabilidade que estabelecem uma miscelânea de relações convergentes e imbróglis entre os agentes que o habitam e o circundam.

Do Fluxo ao Catálogo: a plataformação da televisão

Desde a sua primeira transmissão a televisão passou por transformações, mas o fluxo (Williams, 2016)⁶, um dos principais constituintes

6. O conceito é apresentado na obra “Televisão: tecnologia e forma cultural” publicada originalmente em 1975, traduzida para o português, pela primeira vez, em 2016.

do *modus operandi* televisivo, continua fazendo parte das lógicas de operacionalização da TV linear brasileira há décadas. E, mesmo em aparente desalinho com as atuais práticas de consumo disseminadas pelas plataformas de *streaming*, a TV linear segue sendo a mídia de maior alcance no país, com 79% de penetração nos lares brasileiros. (Inside Video 2022).

Como Hoineff (1996) alvitra, talvez em nenhuma outra sociedade do mundo a televisão tenha se tornado tão importante como no Brasil. Fatores socioeconômico-culturais – como a concentração da mídia, a chegada tardia da TV por assinatura, a desigualdade social, que, segundo a pesquisa TIC Domicílios, resulta em mais de 35 milhões de brasileiros sem acesso à internet (Cetic.br, 2022), dentre outros, corroboram para a relevância da TV linear, majoritariamente do sinal aberto, e o seu modelo de programação.

Nada obstante, como vem sendo apontado neste estudo, as plataformas de *streaming* audiovisual vêm ganhando espaço no ecossistema midiático e atraindo, também, os telespectadores da TV linear, que na ambiência online são chamados de usuários. Compreende-se, portanto, que muitos modelos explorados pelas plataformas de *streaming* audiovisual vêm delineando um outro segmento no mercado audiovisual, a televisão distribuída pela internet (Lotz, 2017).

Uma das características basilares desse segmento é a distribuição do serviço pela internet. Essa transmissão é feita principalmente a partir de duas tecnologias: a IPTV (Internet Protocol Television) – transmite o conteúdo para os computadores conectados à rede com base no protocolo da Internet (IP), ou seja, é entregue por meio de uma rede gerenciada dedicada; o OTT (Over the Top Technology) – transmite o conteúdo

através de uma conexão de Internet acessível publicamente, ou seja, uma rede aberta não gerenciada.

Destaca-se, ainda, dois elementos nas discussões sobre as operacionalizações das plataformas de *streaming* audiovisual: 1) a oferta de conteúdo a partir do catálogo; 2) o fluxo não-linear. Obviamente, há outros diversos elementos que marcam e podem, inclusive, até definir esses serviços, porém esta abordagem considera tais pontos destacados como fundamentais no processo de penetração e disseminação dessas plataformas no ecossistema audiovisual.

Sendo assim, o primeiro ponto refere-se a interface dessas plataformas que é organizada na forma de um catálogo, que nada mais é do que a disponibilização de um acervo de produções audiovisuais. Assim, ao acessar um serviço de *streaming* audiovisual o usuário é apresentado a um catálogo que lhe possibilita escolher o que quer assistir. Vale salientar que esse catálogo segue basicamente duas lógicas de apresentação. Uma delas é por questões geográficas, afinal em cada país que atua a plataforma precisa lidar com os acordos de distribuição e licenciamento e, além disso, há estratégias de produção de conteúdo voltadas especificamente para os usuários de determinada localidade. A outra lógica está endereçada na personalização do catálogo, em que a apresentação da interface será personalizada de acordo com os hábitos de consumo do assinante/usuário a partir dos algoritmos de recomendação.

Ao tratar das convergências e divergências da TV linear e das plataformas de *streaming* audiovisual, Lobato (2018) coloca que os dois objetos são comparáveis no sentido de que ambos indexam o conjunto de conteúdo disponível por meio de um sistema de distribuição específico e, assim, delimitam - sem determinar - a gama de experiências

textuais disponíveis para o telespectador/usuário por meio desse sistema. Nesse cenário, compreende-se a construção de um “fluxo de catálogo”, pois, ainda que haja uma personalização desse fluxo, no sentido de deslocamento da linearidade televisiva convencional, há uma organização que controla e escolhe o que será distribuído. É preciso, inclusive, levar em consideração a ação dos algoritmos, afinal quando eles apresentam um catálogo como base na interação no sistema eles limitam, até certo ponto, a real possibilidade de construção personalizada desse fluxo. Portanto, ao se desprender do fluxo linear, a televisão distribuída na internet constrói uma nova experiência de fluxo, o fluxo de catálogo.

O segundo ponto diz respeito a quebra do fluxo linear televisivo. Ao disponibilizar o conteúdo na forma de catálogo os serviços de *streaming* possibilitam que o usuário construa o seu próprio fluxo, um fluxo não-linear. Ou seja, ao acessar o acervo da plataforma o usuário escolhe em que momento irá assistir determinado conteúdo. Além de marcar a quebra do fluxo linear, essa operacionalização potencializou a prática do *binge-watching* – o termo, que em português significa algo como “assistir compulsivamente” refere-se à prática de assistir episódios de um produto audiovisual de forma sucessiva. Salienta-se que os serviços de *streaming* não são os precursores do *binge-watching*, afinal, ao comprar os DVDs das séries/novelas os telespectadores podiam assistir aos episódios continuamente. No entanto, essas plataformas potencializam a prática ao disponibilizarem toda a temporada da série/ conteúdo de uma só vez. Percebe-se, portanto, que a personalização do fluxo é instrumentalizada através da lógica do catálogo, da oferta de um acervo disponível a partir do acesso do usuário aquela plataforma.

Visualizando as empresas que operacionalizam a televisão distribuída pela internet a partir da perspectiva estrutural, verifica-se que esse segmento habita o ecossistema digital a partir da lógica da plataforma. Nieborg e Poell (2018) definem a plataforma como a penetração de recursos e extensões econômicas, governamentais e infraestruturais de plataformas digitais nos ecossistemas da web e de aplicativos, afetando fundamentalmente as operações das indústrias culturais. Em diversos setores observa-se modelos de negócios baseados na plataforma, como é o caso do Uber, iFood, Booking, dentre outros.

Seguindo os estudos sobre plataforma, Poell et al. (2020) colocam que o processo acontece em três dimensões: infraestruturas de dados, mercados e governanças. A primeira dimensão refere-se tanto aos dados demográficos quanto, e principalmente, aos metadados comportamentais, a chamada datificação. O segundo caso, diz respeito à reorganização das relações econômicas em torno de mercados multilaterais, que, em grande parte, são impulsionadas pelas práticas dos usuários finais. No terceiro ponto, os autores tratam da governança, que é empregada a partir de diferentes instrumentos como a forma de interação entre os usuários por meio de interfaces gráficas, a atuação algorítmica que privilegia dados específicos em detrimento de outros, o direcionamento e rastreamento de usuários finais pelos aplicativos e, por fim, os contratos e políticas que precisam ser aceitos pelos usuários para que esses tenham acesso ao serviço/plataforma.

Diante disso, é possível observar que os dois elementos pontuados como centrais nessa discussão sobre as operacionalizações da televisão distribuída na internet (a oferta de conteúdo a partir do catálogo e o fluxo não-linear) partem de uma lógica maior, a plataforma. Infere-se

que, ao realizar uma análise acerca de uma plataforma específica é possível que outros elementos radicados nas dimensões da plataformização emergjam. Destarte, balizando-se pela explanação apresentada até aqui, é possível concluir que o processo de plataformização figura-se como fundamental para compreender as dinâmicas da televisão distribuída pela internet.

Uma Análise das Plataformas de *Streaming* dos Canais da TV Aberta Brasileira

Assim como em praticamente todos os países no mundo, no Brasil o espectro eletromagnético é um bem público. A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 estabelece que cabe à União explorar diretamente ou mediante concessão os serviços de radiodifusão (Constituição, 1988). Isso significa que uma empresa detentora de uma concessão de rádio ou de televisão não é, de fato, a proprietária daquele negócio, estando apenas autorizada a explorá-lo por tempo determinado - as outorgas dos serviços de televisão valem por 15 anos.

Sendo assim, a televisão de sinal aberto no Brasil, que é explorada a partir do sistema comercial, funciona através de três tipos de estação:

- 1) geradoras – estações principais que produzem conteúdo nacional;
- 2) afiliadas – instaladas nas capitais, e em cidades mediadas que não têm geradoras, repassam o sinal de uma emissora e, por lei, precisam preencher parte da grade de programação com conteúdo regional;
- 3) retransmissoras – localizadas em cidades menores, apenas repetem o conteúdo transmitido pelas afiliadas (Jokura, 2018). Os três modelos de estações precisam de uma concessão da Anatel para gerar e transmitir programação televisiva. Segundo o Relatório Anual de Gestão da Anatel,

no ano de 2018 o Brasil possuía 583 geradoras e 13.692 retransmissoras – o relatório não traz o número de afiliadas (Anatel, 2019).

Como vem sendo apresentado neste estudo, agentes que atuam no setor de midiático “tradicional” estão investindo no segmento do *streaming* audiovisual. No entanto, essa não é a realidade de todas as emissoras de televisão do Brasil. Por diversas questões ligadas as barreiras à entrada (Brittos, 2001), apenas uma parte dessas emissoras de sinal aberto conseguem investir em uma plataforma de *streaming* audiovisual própria. Brittos (2001) conceitua barreiras à entrada como um conjunto de injunções dominadas pelas empresas líderes, que servem como impedimentos para o ingresso de novas corporações num mercado ou para que, ingressando, as demais companhias que compõem o setor não galguem as posições de liderança.

Para que o *corpus* desta pesquisa fosse estabelecido, selecionou-se as cinco emissoras da TV aberta com maior audiência no país – TV Globo, Record TV, SBT, Band TV e TV Brasil. Tal recorte foi baseado na mensuração de audiência nos 15 mercados⁷ que compõem o Painel Nacional de Televisão (PNT), feita pelo Kantar Ibope Media no mês de junho 2022. A partir disso, verificou-se se as cinco emissoras possuíam uma plataforma de *streaming* audiovisual própria e, diante da constatação, o *corpus* do estudo foi definido.











Portanto, as plataformas de *streaming* audiovisual das emissoras de TV aberta no Brasil que compõem o *corpus* deste estudo são:

7. 15 mercados aferidos pelo Kantar Ibope Media: Grande São Paulo; Grande Campinas; Grande Rio de Janeiro; Grande Belo Horizonte; Grande Vitória; Grande Porto Alegre; Grande Curitiba; Grande Florianópolis; Grande Goiânia; Distrito Federal; Grande Salvador; Grande Fortaleza; Grande Recife; Grande Belém; Manaus.

GloboPlay (TV Globo); PlayPlus (Record TV); SBT Vídeos (SBT); BandPlay (Band TV) e TV Brasil Play (TV Brasil). A Imagem 01 apresenta, do lado esquerdo, os logos das emissoras da TV aberta e, do lado direito, os logos das suas respectivas plataformas de *streaming*.

Imagem 01

Logos das emissoras de TV e de suas respectivas plataformas de streaming

Logo da TV aberta	Logo da plataforma de streaming
	
	
	
	
	

Elaborado pelos autores a partir de: <https://globoplay.globo.com/> | <https://www.playplus.com/Home/> | <https://www.sbtvideos.com.br/> | <https://bandplay.com/home>
| <https://play.ebc.com.br/>

Em uma sucinta análise acerca dos logos apresentados na Imagem 01, algumas marcas prontamente manifestam-se. Dentre esses

vestígios, destacam-se dois aspectos: 1) a utilização dos termos “play” – que aparece em quatro das cinco plataformas – e “vídeos” nas nomenclaturas; 2) a repetição dos nomes das emissoras de origem nas nomenclaturas das plataformas – o que não acontece apenas no caso do PlayPlus, serviço ligado à Record TV.

O termo “play” – usado pela GloboPlay, PlayPlus, BandPlay e TV Brasil Play – remete a figura do triângulo deitado que é uma herança dos gravadores de fita magnética, representado por uma seta indicando as funções de avançar ou retroceder (hoje usa-se dois triângulos paralelos). Com a proliferação dos sites de compartilhamento de áudio e vídeo, o símbolo “play” é ligado ao símbolo “pause” (dois traços paralelos), ou seja, clicar no botão “play” é iniciar a exibição do vídeo (ou áudio) e clicar no botão “pause” é pausar a produção. Ao compor o nome dessas plataformas o termo “play” alude à ação de “dar o play” em alguma produção audiovisual.

Já o termo “vídeo” – que é usado pelo SBT Vídeos – têm uma concepção que remete ao audiovisual de modo geral. Mas, com a ascensão da internet e dos aparatos tecnológicos que facilitaram a produção e compartilhamento de vídeos, tanto do ponto de vista financeiro (preços mais acessíveis) quanto da portabilidade (câmeras menores, de simples manuseio, e *smartphones*), hoje o termo “vídeo” é naturalmente associado a ambiência online.

Salienta-se que “play” e “vídeo” são usados nas nomenclaturas de diversas outras plataformas de *streaming* audiovisual. Portanto, os termos remetem ao ecossistema digital e, no caso das plataformas aqui elencadas, acredita-se que eles também cumprem o papel de sinalizar para o telespectador/usuário que aquele serviço, já conhecido através

do sinal aberto de televisão, é uma extensão da atuação do canal na ambiência online.

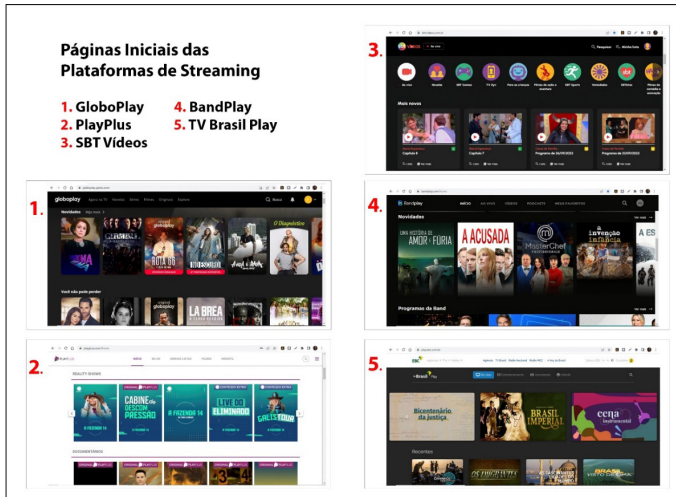
A repetição dos nomes das emissoras nas nomenclaturas das plataformas, no caso da GloboPlay, SBT Vídeos, BandPlay e TV Brasil Play, também corrobora para a condução do telespectador/usuário ao reconhecimento, só que nesse caso do canal de origem. A junção dos nomes das emissoras com os termos “play” e/ou “vídeo” provoca um duplo acionamento no telespectador/usuário: 1) indicando que a plataforma é ligada a determinada emissora de televisão; 2) indicando que o serviço pertence ao segmento de *streaming* audiovisual.

Dentre a relação entre logo da TV aberta + logo da plataforma de *streaming*, os casos da Record TV e do PlayPlus destacam-se por não estabelecerem, de maneira direta, uma associação entre o canal e o serviço de *streaming*. Como foi colocado, o termo “play” sinaliza para ambiência do *streaming* audiovisual, no entanto não há vestígios visuais que acionem no telespectador/usuário uma familiaridade entre o logo do PlayPlus e a emissora Record.

Ampliando a análise para as páginas iniciais de cada plataforma de *streaming* (Imagem 02), o PlayPlus também se destaca das demais em relação a cor usada no seu *background*. A GloboPlay, o SBT Vídeos, a BandPlay e a TV Brasil Play usam um *background* próximo da cor preta, do cinza escuro, já o PlayPlus usa uma cor clara, próximo da cor branca. Essa escolha do PlayPlus foge ao padrão das plataformas de *streaming* audiovisual de maneira geral, visto que, em sua grande maioria, recorrem ao *background* escuro.

Imagem 02

Páginas iniciais das plataformas de streaming



Elaborado pelos autores a partir de: <https://globoplay.globo.com/> | <https://www.playplus.com/Home/> | <https://www.sbtvideos.com.br/> | <https://bandplay.com/home> | <https://play.ebc.com.br/>

Seguindo pela navegação nas plataformas de *streaming* que compõem o *corpus* deste estudo, buscou-se encontrar convergências e divergências entre as suas operacionalizações. O Quadro 01 apresenta os seis principais pontos que guiaram esta análise: 1) o tipo de acesso; 2) necessidade de cadastro; 3) versão em aplicativo; 4) conteúdo ao vivo; 5) conteúdo *catch-up*; 6) produção de conteúdo original.

Dentre as cinco plataformas, apenas GloboPlay e PlayPlus têm duas modalidades de acesso (a versão paga e a versão gratuita), as demais ofertam o acesso ao serviço sem qualquer taxa de cobrança. A GloboPlay e o PlayPlus disponibilizam parte do conteúdo gratuitamente, mas o acesso completo ao catálogo é feito mediante contrato de assinatura.

Tanto na GloboPlay quanto no PlayPlus, o conteúdo disponibilizado gratuitamente restringe-se, basicamente, a alguns programas veiculados na grade televisiva de suas respectivas emissoras e afiliadas, principalmente os telejornais, e ao conteúdo ao vivo, ou seja, exibição síncrona ao sinal aberto de TV.

Quadro 01

Comparação das plataformas de streaming

Plataformas	Acesso	Cadastro	Aplicativo	Conteúdo ao vivo	Conteúdo catch-up	Conteúdo original
GloboPlay	GRATUITO E PAGO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
PlayPlus	GRATUITO E PAGO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
SBT Vídeos	GRATUITO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO
BandPlay	GRATUITO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO
TV Brasil Play	GRATUITO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO

Elaborado pelos autores a partir de: <https://globoplay.globo.com/> | <https://www.playplus.com/Home> / | <https://www.sbtvideos.com.br/> | <https://bandplay.com/home> | <https://play.ebc.com.br/>

Quanto as modalidades de assinatura, no caso do PlayPlus existe apenas um tipo de plano pago, o Plano Play que custa R\$15,90⁸. Já a GloboPlay oferta 17 planos diferentes⁹, com valores diversos. Há desde pacotes que abarcam os canais pagos do serviço de TV por assinatura

8. Valor referente ao dia 26 de setembro de 2022.

9. Número de pacotes ofertados no dia 26 de setembro de 2022.

do Grupo Globo¹⁰ até combos de assinatura com outras plataformas (com a Disney+, com a Discovery+, dentre outros).

Portanto, para acessar essas plataformas é preciso fazer um cadastro. Esse cadastro consiste no fornecimento de informações pessoais (nome, e-mail, telefone, dentre outros) para que o usuário tenha a permissão de usufruir daquele serviço. A TV Brasil Play é o único serviço, dentre os cinco, que não solicita cadastro, o acesso ao conteúdo da plataforma requer apenas conexão com a internet. Vale salientar que a TV Brasil pertence à Empresa Brasil de Comunicação (EPC), conglomerado de mídia do governo brasileiro, infere-se que por isso a plataforma não exige cadastro e nem faz qualquer cobrança pelo acesso ao seu catálogo.

Já para acessar as demais plataformas, GloboPlay, PlayPlus, SBT Vídeos e BandPlay, é necessário realizar um cadastro. O SBT Vídeos e a BandPlay exigem cadastro, mas não há qualquer cobrança pelo acesso ao conteúdo. No caso da GloboPlay e do PlayPlus, como foi elencado, além do cadastro há a versão gratuita e a versão paga. Diante das reorganizações das práticas culturais, entende-se que a exigência do cadastro está ligada as lógicas de plataformização da televisão.

Partindo da busca pelas similaridades entre as plataformas, três pontos revelaram-se comuns a todas elas: 1) disponibilização síncrona do conteúdo exibido nos seus respectivos canais da TV aberta – conteúdo ao vivo; 2) versão da plataforma em aplicativo para *smartphones*; 3) disponibilização de conteúdo *catch-up*.

10. Grupo Globo é o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e da América Latina, que tem as seguintes empresas subsidiárias: Globo, Editora Globo, Sistema Globo de Rádio e Globo Ventures, além de ser mantenedor da Fundação Roberto

A primeira semelhança encontrada é o espaço destinado ao sinal aberto de televisão. Assim, ao acessar o SBT Vídeos, por exemplo, o telespectador/usuário pode assistir o que está sendo exibido naquele momento na programação da TV aberta do SBT. “Agora na TV” (GloboPlay), “No Ar” (PlayPlus) e “Ao Vivo” (SBT Vídeos, BandPlay, TV Brasil Play) são os termos usados por plataformas que se referem a disponibilização do conteúdo exibido síncrono ao sinal da TV aberta.

O segundo ponto comum a essas plataformas é a versão em aplicativo, que apresenta, basicamente, as mesmas funcionalidades dos sites. Diante da ascensão das tecnologias móveis, principalmente dos *smartphones*, e do uso de aplicativos (*apps*), o consumo de produtos televisivos, do segmento audiovisual de modo geral, não está mais centralizado no aparelho de TV. A fragmentação em outras telas faz com que essas empresas adequem os seus serviços aos modos de consumo dos usuários. Portanto, GloboPlay, PlayPlus, SBT Vídeos, BandPlay e TV Brasil Play possuem versões em *apps*.

Já o terceiro ponto trata-se do conteúdo *catch-up*, que se refere a disponibilização dos programas exibidos no canal de sinal aberto de maneira não linear, ou seja, conteúdos que podem ser assistidos na plataforma de *streaming* fora da grade televisiva, em qualquer horário. Essa modalidade, a *catch-up* TV, surge com os operadores de TV por assinatura que deixam a programação gravada e disponível para os usuários por um período de tempo, geralmente sem cobrar taxa extra. (Becker et al., 2018).

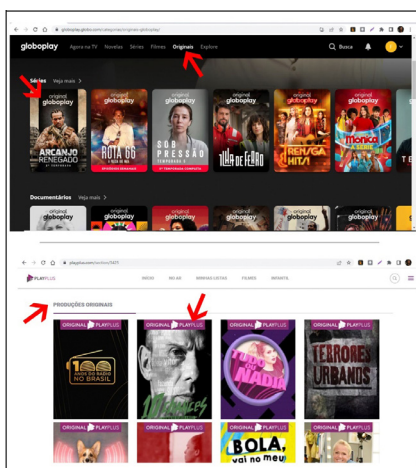
Com as contínuas movimentações desse mercado, a lógica do *catch-up* vai ganhando contornos diferentes de acordo com o modelo de negócio de cada empresa. Tendo versões pagas, a GloboPlay e o

PlayPlus restringem o conteúdo *catch-up* na modalidade de acesso gratuito. Já o conteúdo *catch-up* do SBT Vídeos, BandPlay e TV Brasil Play é disponibilizado sem qualquer restrição.

Dando prosseguimento à observação do catálogo dessas plataformas, que é organizado por categorias, formatos, gêneros, temáticas, dentre outras sistematizações, identificou-se um espaço intitulado “Originais” (GloboPlay) e “Produções Originais” (PlayPlus). Há, ainda, um selo, “Original GloboPlay” e “Original PlayPlus”, que é estampado na capa das produções endereçadas a essa categoria. As setas vermelhas da Imagem 03 apontam como essas marcas são apresentadas no catálogo e nas produções dos respectivos serviços. No catálogo do SBT Vídeos, BandPlay e TV Brasil Play não foram encontradas nenhuma marca do tipo.

Imagem 03

Produções Originais GloboPlay e PlayPlus



Elaborado pelos autores a partir de: <https://globoplay.globo.com/> | <https://www.playplus.com/Home/>

O selo “Original” designa produções (entre séries, filmes, documentários, novelas etc) criadas para o serviço de *streaming*. Essas produções não necessariamente são produzidas pela própria plataforma (podem ser encomendadas e/ou fruto de parcerias), mas são pensadas para esse espaço. Todavia, o fato de serem produzidas para a plataforma não impede que essas produções sejam veiculadas na emissora de TV aberta. A TV Globo e a GloboPlay, por exemplo, desenvolvem variadas estratégias convergentes, como ações de complementaridade de exibição (Mungioli et al., 2018).

Ao invés de resultar em um estudo comparativo, a análise apresentada parte de pontos que concorrem para a identificação das operacionalizações desses serviços enquanto espécies midiáticas que interagem e integram ecossistemas diferentes, porém convergentes, o *broadcast* e o *streaming*. Todavia, identificamos que algumas diferenças se sobressaem dentre esses serviços.

O conteúdo *catch-up*, o conteúdo ao vivo e as produções com licença de exibição (filmes e séries, dentre outros produtos, de outras empresas) compõem a maior parte do catálogo das cinco plataformas aqui analisadas – no caso do SBT Vídeos, BandPlay e TV Brasil Play abarcam todo o catálogo. Acredita-se, portanto, que por terem versões pagas – e, assim, angariarem outra forma de financiamento para além dos rendimentos do canal de origem – a GloboPlay e o PlayPlus conseguem investir em produções originais, o que lhes conferem uma atuação menos dependente da disponibilização de conteúdo *catch-up*, do conteúdo ao vivo e das produções com licenciadas.

Frisa-se que a produção de conteúdo original não estabelece uma plena autonomia da plataforma em relação ao canal de origem.

O que vem se desenhando é uma busca pelo fortalecimento dos *players* e uma demarcação perante a atuação das plataformas internacionais no país. Em abril de 2022, durante o Rio2C – evento de criatividade da América Latina – a GloboPlay anunciou um aumento em mais de 500% de investimento nas produções originais (Amendola, 2022).

Ao mapear a atuação dos canais da TV aberta brasileira no segmento do *streaming* audiovisual encontra-se uma ambiência marcada por operações de interações mútuas entre esses ecossistemas. Ou seja, há uma complementariedade entre a emissora de TV e o *player* de *streaming*. Os investimentos nesse segmento garantem a ampliação e integração de mercados, revelando, inclusive, a manutenção de práticas verticais e atuação oligopólica dos agentes do setor televisivo.

Considerações Finais

Discussões apocalípticas sobre o fim da televisão já foram ou, ao menos, já deveriam ter sido superadas. Que mudanças expressivas na ambiência televisiva aconteceram, com a ascensão da internet e das tecnologias móveis, é inegável. Porém, o que as próprias movimentações desse setor e diversas pesquisas na área apontam é um redesenho, expansão e hibridização entre mercados. Como Renó (2015) aborda, ao invés tentar “descobrir” até quando um meio irá sobreviver deve-se buscar compreender como esse ambiente relaciona-se como os sujeitos, com a sociedade e com os próprios ambientes.

O mapeamento das plataformas de *streaming* das cinco emissoras de maiores audiência da TV aberta brasileira – GloboPlay / TV Globo; PlayPlus / Record TV; SBT Vídeos / SBT; BandPlay / Band TV; TV Brasil Play / TV Brasil – revela, em alguns aspectos, uma reprodução do

ecossistema televisivo no ecossistema do *streaming* audiovisual. Evidentemente os *players* têm pontos que se diferem das operacionalizações das emissoras de TV aberta, a começar pela distribuição do sinal e pelo acesso do telespectador/usuário, afinal, balizando-se pela perspectiva sistêmica de Luhmann (2005), cada (eco)sistema estabelece operações diferentes com o seu entorno.

O que se apresenta, portanto, como uma reprodução das emissoras de TV aberta em suas respectivas plataformas de *streaming* são as materialidades que podem ser identificadas desde o logotipo e nomenclatura desses *players* até as produções disponíveis no catálogo. Tais estratégias favorecem a demarcação dessas empresas em mais um segmento midiático.

Esse cenário pode ser visualizado olhando principalmente para a GloboPlay, que faz parte do maior conglomerado de mídia da América Latina, o Grupo Globo. Dentre as cinco plataformas aqui analisadas, observa-se que a GloboPlay é a que mais tem investimento tanto no que se refere a parcerias com outras empresas, quanto em relação a produção de conteúdo original, figurando, portanto, como a maior plataforma de *streaming* audiovisual nacional (Finder, 2021). Esse quadro reflete o panorama da TV aberta brasileira, em que a TV Globo é líder em audiência e a maior produtora de conteúdo audiovisual do país (Globo, 2021).

Observando o mapa que inclui a atuação de plataformas internacionais no Brasil, o PlayPlus, o SBT Vídeos, a BandPlay e a TV Brasil Play não conseguem demarcar espaço. Segundo a pesquisa da Finder (2021) Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, GloboPlay e ClaroVideo são as cinco plataformas de *streaming* audiovisual mais populares do

Brasil. Aqui, mais uma vez, fica evidente a proeminência do Grupo Globo no mercado audiovisual brasileiro.

Ainda que não ultrapassem as barreiras à entrada dos *players* internacionais e da GloboPlay, e talvez esse não seja o objetivo, o PlayPlus, o SBT Vídeos, a BandPlay e a TV Brasil Play também conseguem explorar esse segmento como um outro tentáculo de atuação. O público divide-se entre telespectadores e/ou usuários, o conteúdo é consumido em mais de uma tela. Portanto, essas empresas investem em operações mútuas e convergentes entre os dois ecossistemas.

Compreende-se que esses novos e emergentes ecossistemas adicionam complexidade a ambiência midiática, gerando um constante estado de desequilíbrio- reequilíbrio-desequilíbrio (Canavilhas, 2010). Esse cenário, que favorece a ecologia de mercados interconectados, mostra-se um negócio viável, para as empresas do setor televisivo, favorece a manutenção de estruturas oligopólicas e, inclusive, fortalece o próprio negócio da televisão. Como Orozco (2014, p.100) coloca: “é difícil pensar que alguém queira sacrificar um negócio tão próspero, enquanto pode continuar simultaneamente com outros, até, talvez, podendo ter ainda mais”.

Referências

- Amendola, B. (2022). Para enfrentar guerra de streaming, GloboPlay amplia investimentos em 500%. *Omelete*. <https://www.omelete.com.br/series-tv/para-enfrentar-guerra-do-streaming-globoplay-amplia-investimentos-em-500>
- Anatel. (2019). *Relatório Anual de Gestão*. https://www.telesintese.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Relatorio_Anatel_2019_27_04_2020_compressed.pdf

- Becker, V., Abreu, J., Nogueira, J., & Cardoso, B. (2018). O desenvolvimento da TV não linear e a desprogramação da grelha. *Observatorio (OBS*) Journal*, 12(1), 199-216.
- Brittos, V., C. (2001). *Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia].
- Canavilhas, J. (2010). *O novo ecossistema mediático*. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. <http://bocc.ufp.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>
- Cetic.Br. (2022). *TIC Domicílios 2021: lançamento dos resultados*. https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2021_coletiva_imprensa.pdf
- Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Senado Federal.
- Dijck, J. V. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford University Press.
- Dijck, J. V., Poell, T., & Waal, M. de. (2018). *The platform society: public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Finder. (2021, agosto 1). *Serviços de streaming mais populares: mais da metade da população tem pelo menos um serviço de streaming*. <https://www.finder.com/br/streaming-estatisticas>
- Globo. (2021). *Relatório 2021: Jornada ESG fazer diferença é todo dia*. https://globoir.globo.com/esg/dist/pdf/GLOBO_RS22_POR.pdf

- Hoineff, N. (1996). *A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes*. Relume Dumará.
- Johnson, C. (2019) *Online TV*. Routledge.
- Jokura, T. (2018). Como funciona uma rede de TV? *Super interessante*. <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-funciona-uma-rede-de-tv/>
- Kantar Ibope Media. (2022). *Inside Video 2022: novos horizontes e descobertas*. <https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2022/05/Inside-Video-2022-Kantar-IBOPE-Media.pdf>
- Ladeira, J. M. (2016). *Imitação do excesso: televisão, streaming e o Brasil*. Letra e Imagem.
- Lemos, A. (2007). Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. *MATRIZES*, 1(1).
- Lobato, R. (2018). Rethinking international TV flows research in the age of Netflix. *Television & New Media*, 19(3), 241-256.
- Lotz, A. (2017). *Portals: a treatise on internet-distributed television*. Michigan Publishing, University of Michigan Library.
- Luhmann, N. (2005). *A Realidade dos Meios de Comunicação*. Paulus.
- Mungioli, M. C. P., Ikeda, F. S. M., & Penner, T. A. (2018). Estratégias de streaming de séries brasileiras na plataforma Globoplay no período de 2016 a 2018. *Geminis*, 3(9), 52-63.

- Nieborg, D., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275-4292.
- Orozco, G. (2014). Televisão: causa e efeito de si mesma. In M. Carlón & Y. Fechine (Orgs.), *O fim da televisão*. Confraria do Vento.
- Poell, T., Nieborg, D., & Dijck, J. V. (2020). Plataformização. *Fronteiras-estudos midiáticos*, 22(1), 1-10.
- Renó, D. (2015). Movilidad y producción audiovisual: câmbios em la nueva ecología de los medios. In C. Scolari (Org.), *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
- Williams, R. (2016). *Televisão: tecnologia e forma cultural*. Boitempo.

REALIZACIÓN DE TELEVISIÓN EN DIRECTO EN EUROVISIÓN SONG CONTEST 2022: ANÁLISIS FORMAL AUDIOVISUAL DE “SLOMO” (CHANEL, ESPAÑA)

Andrea Cruz-Elvira¹
Alba Aragón-Manchado²
José Patricio Pérez-Ruff³

Eurovision Song Contest (Festival de Eurovisión) es un concurso musical televisado que se celebra con regularidad anual, en el que compiten entre sí los representantes de diferentes países europeos, además de Australia, elegidos por los canales de televisión pública

-
1. Grado en Comunicación Audiovisual. Universidad de Málaga.
acruzelvira21@gmail.com
 2. Grado en Comunicación Audiovisual. Universidad de Málaga
albaaragon.m@gmail.com
 3. Doctor en Comunicación Audiovisual. Profesor Titular, Universidad de Málaga.
patricioperez@uma.es

que se integran en la Unión Europea de Radiodifusión (EBU/UER)⁴. El país vencedor se responsabiliza de la convocatoria y celebración del concurso en el año siguiente, por lo general en forma de coproducción entre la televisión pública estatal del país ganador y el conjunto de la UER. En aquellos casos en los que un país no cuenta con los medios o infraestructuras suficientes o con las garantías de seguridad mínimas para la celebración del evento, la UER puede delegar en otro país la organización del evento, caso, por ejemplo, del concurso de 2023 tras la victoria de Ucrania en el festival de 2022, celebrado en Turín (Italia).

Apuntan Cervi et al. (2021, p. 13) que “los orígenes debemos encontrarlos en la Europa de posguerra de los años 50 del siglo pasado y en su intento por reconstruirse”, tomando como modelo el Festival de San Remo celebrado desde 1951 en Italia. El 24 de mayo de 1956 tiene lugar el primer Festival de Eurovisión, en la localidad de Lugarno (Suiza): “La idea fue reunir a cantantes que representaran las televisiones de los países miembros y retransmitir simultáneamente la competición musical para todos integrantes de la UER” (Cervi et al., 2021, p. 13).

Según Motschenbacher (2016), el concurso fue evolucionando hasta conseguir un popularidad insólita, “como evento competitivo de amplio seguimiento y como fuerza motora para la creación de una identidad europea” (Pérez-Rufi y Gómez-Pérez, 2021, p. 248). De esta

4. “The European Broadcasting Union (EBU) is the world’s leading alliance of public service media (PSM). We have 112 member organizations in 56 countries and have an additional 31 Associates in Asia, Africa, Australasia and the Americas. Our Members operate nearly 2,000 television, radio and online channels and services, and offer a wealth of content across other platforms. Together they reach an audience of more than one billion people around the world, broadcasting in more than 160 languages. We operate Eurovision and Euroradio services” (EBU, 2022a).

forma, la competencia pretende convertirse en la “expresión de identidad y de la diversidad cultural” (Ortiz, 2017) de los países que toman parte en él, aunque se traten de recreaciones identitarias orientadas hacia el espectáculo (Panea, 2018).

Eurovision se concibe como un formato apolítico, siguiendo las bases de la organización que lo organiza⁵. Sin embargo, “political messages through songs and high voting between politically allied countries have always occurred” (Gauja, 2019, p. 207). En este sentido, Bielorrusia fue expulsada del concurso en 2021 ante su resistencia a llevar una canción desprovista de carga ideológica a favor de su régimen político. En 2022, tras el inicio de la invasión de Ucrania por tropas rusas, Rusia fue expulsada del concurso, siguiendo las recomendaciones del Grupo de Referencia de la UER (EBU, 2022b).

Desde el año 2008 el concurso celebra dos galas previas a la gala final de la noche del sábado, a modo de semifinales en las que se clasifican los países, que concursan en dos tandas. Quedan fuera de las semifinales y participan directamente en la gala final los cinco países denominados “el Big Five” (como miembros fundadores de la UER: Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y España), junto con el país anfitrión del concurso. La puntuación recibida por cada una de las interpretaciones se reparte a partes iguales entre el voto de un jurado especializado y el televoto de la audiencia europea (limitando el reparto de puntos por países en los mismos porcentajes y cuotas que el jurado).

5. “The EBU is an apolitical member organization of broadcasters committed to upholding the values of public service. We remain dedicated to protecting the values of a cultural competition which promotes international exchange and understanding, brings audiences together, celebrates diversity through music and unites Europe on one stage” (EBU, 2022b).

“Desde hace al menos un par de décadas”, apuntan Pérez-Rufi y Gómez-Pérez, (2021, p. 249), como consecuencia del televoto como método de valoración, “el Festival no premia únicamente las buenas cualidades vocales de los intérpretes ni las virtudes de la canción”, sino que también atiende a “la propia articulación discursiva (realización y puesta en escena) de la interpretación musical en directo”. Así pues, “se trata de un show televisivo y la espectacularidad de las puestas en escena desarrolladas supone un elemento legítimo en la competición entre propuestas” (Pérez-Rufi & Gómez-Pérez, 2021, p. 249).

Cervi, Marín y Sanadrés (2021, p. 14) recoge esta misma idea: en las últimas convocatoria del concurso, “el espectáculo televisivo ha dado lugar a una gran contienda entre países para presentar no solo a sus mejores intérpretes y actuaciones, sino también para mostrar una puesta en escena vistosa” para así lograr “el mayor número de votos”. Con tal objetivo, “cada país dispone de ensayos previos que permiten perfeccionar la puesta en escena, la iluminación de cada actuación y, por supuesto, una realización que haga disfrutar a los telespectadores desde sus casas” (Cervi, Marín y Sanadrés (2021, p. 14). De forma previa, el equipo de realización del show ha recibido grabaciones e instrucciones muy precisas de los equipos participantes para que los ensayos partan desde un punto muy avanzado, contando incluso con dobles sobre el escenario, para que el inicio de los ensayos con los intérpretes agilice la producción del evento.

“La realización en directo se diseña y ejecuta a través de programas de software como CuePilot, y los artistas reproducen milimétricamente cada acción de forma coreografiada para intentar hacer actuaciones impecables”, afirman Pérez-Rufi y Gómez-Pérez (2021, pp. 249-250).

Podría así concluirse que “el Festival de Eurovisión se caracteriza por el desarrollo de las puestas en escena y la aplicación de las tecnologías más vanguardistas de la producción contemporánea de televisión en directo” (Pérez-Rufi & Gómez-Pérez, 2021, p. 250), haciendo uso de medios tecnológicos muy avanzados que son aplicados en espectáculos públicos en la producción en directo del concurso (Panea, 2020; Pérez-Rufi & Valverde-Maestre, 2020). Sin embargo, por encima de la espectacularidad del show, la propia interpretación musical, el carisma de los artistas y las referencias culturales que subyacen en el proceso de comunicación desarrollado durante el número musical (Gómez-Pérez & Pérez-Rufi, 2022) convencen a audiencia y jurado a la hora de otorgar las máximas puntuaciones, como demostraron las victorias de Italia en 2021 o de Portugal en 2017, comedidas en su propuesta formal.

Esta investigación tiene como objeto de estudio la realización televisiva de un número musical del Festival de Eurovisión, en directo. De forma más precisa, se toma como estudio de caso una actuación concreta, la de Chanel, cantante española en representación de España y de Televisión Española (TVE), con la canción “SloMo”. Habiendo logrado una tercera posición en la final, se trata posiblemente de la producción en directo más espectacular de toda la gala y de la que pueden lograrse resultados más interesantes en su análisis. Consideramos que la atención a la realización en directo de este fragmento del programa completo nos permite identificar las claves de una producción audiovisual de éxito desde un plano no sólo técnico, sino también gramatical y de uso del lenguaje televisivo (en directo).

Objetivos

Este trabajo tiene como objetivo principal el análisis de una pieza de vídeo de televisión en directo desde un enfoque formal y discursivo, en concreto la interpretación de Chanel del tema “SloMo”, retransmitida como parte de la gala final de Eurovisión del sábado 14 de mayo de 2022 en Turín. Como objetivo secundario se plantea la identificación de los referentes tomados en la realización del número musical analizado, a los que podría remitir la producción en directo de “SloMo”. Se pretende de esta forma interpretar las posibles referencias o relaciones conceptuales que subyacen bajo la producción audiovisual.

Metodología

Se propone, a fin de lograr los objetivos propuestos, la aplicación de una metodología de análisis formal audiovisual, a partir de la cual se descomponen las diferentes partes del discurso desde una perspectiva visual para después recomponerlo. Este análisis formal audiovisual se ha dividido en tres partes: 1) “fase previa con información contextual sobre las piezas analizadas; 2) “análisis formal audiovisual”, que desarrolla el comentario sobre “tipos de encuadres más frecuentes, movimientos y angulación de cámara, duración de los planos, introducción de efectos visuales y grafismo digital, etc.”; 3) “análisis de la puesta en escena”, con los cinco componentes más frecuentes en la atención a este aspecto: “escenografía, composición, iluminación, caracterización e interpretación” (Pérez-Rufi & Gómez-Pérez, 2021; Pérez-Rufi & Jódar-Marín, 2019).

Una vez completada la ficha del análisis formal, se interpretan las posibles referencias a prácticas audiovisuales previas a las que podría aludir la producción. El análisis de los referentes visuales se nutre de las experiencias visuales de los analistas para así “extraer información y trasladarla al nuevo contexto que se le presenta” (Valdés & Luna, 2017, p. 6). De esta forma, “a partir del recurso a los referentes visuales es posible extraer información relevante de un problema de diseño”, permitiendo así la introducción de “comentarios relativos a las referencias visuales de la pieza analizada integrados en la propia estructura del análisis formal” (Gómez-Perez & Pérez-Rufi, 2022, p. 243). El análisis visual requiere de una metodología abierta en la que “se asumen los caracteres de los objetos mediáticos como interdisciplinarios, de circulación global y recepción masiva” (Sedeño, 2021, p. 6).

A partir del esquema metodológico propuesto y de la atención a las referencias visuales, se pretenden lograr resultados susceptibles de ser interpretados que permitan tanto las conclusiones sobre la “articulación formal de la producción y de la realización televisiva” como sobre la “identificación de los referentes que toma la pieza analizada” (Gómez-Perez y Pérez-Rufi, 2022, p. 243).

Resultados

Se ofrecen, en primer lugar, los resultados obtenidos en la aplicación de la plantilla de análisis a través de una tabla, con tres de sus primeros bloques, que se complementa posteriormente con su comentario.

Tabla 1

*Análisis formal audiovisual de “SloMo” de Chanel
(Eurovision Song Contest, 14/05/2022)*

1. Fase previa			
Intérprete y canción	Chanel	Título: “SloMo”	Fecha: 14/05/2022
	Duración (<i>Live Grand Final</i>): 03:22:14	Género: dance-pop, reggaetón	Clave y veloc.: C# (Do sostenido) menor, 105 bpm
Autoría	Leroy Sanchez, Ibere Fortes, Maggie Szabo, Keith Harris, Arjen Thonen		
Enlace en YouTube (Eurovision Song Contest, 2022a): https://youtu.be/jSQYt4xg3I			
Contenido	Chanel aparece en el escenario entre penumbras tras tres bailarines para empezar a cantar, al tiempo que desarrollan una coreografía sofisticada y acrobática. Dos bailarinas (una de ellas corista y segunda voz) se suman al conjunto dancístico. Chanel interactúa con todos ellos en diferentes momentos mientras interpreta el tema mirando a cámara. Se alternan diferentes composiciones coreográficas y gestos que intentan ser icónicos. Tras un <i>dance break</i> centrado en el baile y sin interpretación vocal, el número da paso a una secuencia de baile espectacular mientras Chanel ejecuta la parte vocal más compleja bajo una cortina de fuegos artificiales. Tras la actuación, la cantante da la gracias y el público del auditorio la aplaude entusiasmado, mostrando banderas de España.		
2. Análisis formal			
Tipos de planos	Abundan los planos enteros (PE) por encima de otros, con objeto de recoger dentro del encuadre al conjunto coreográfico. Estos planos se alternan con planos americano (PA) y con planos medio (PM), habitualmente largos, de nuevo para captar los movimientos de los actantes. Los primeros planos (PP) se introducen en muy escasas ocasiones, con el fin no sólo de presentar a la cantante con detalle, sino para subrayar su interpretación dramática, especialmente en el solo vocal final. Los grandes planos generales (GPG) muestran la espectacularidad de la composición coreográfica y lumínica y del escenario, acompañados de fuegos artificiales al final. Estos GPG se hacen en movimiento travelling sobre <i>spider-cam</i> con ángulos picado y solo aparecen tres veces en la parte final.		

Angulación	El tipo de angulación más frecuente es la normal, alternada con la angulación contrapicada de los PE realizados en planos en movimiento sobre travelling circular alrededor del escenario. Los escasos planos picados corresponden a los GPG realizados sobre <i>spider-cam</i> .	
Movimientos de cámara	Constantes movimientos travelling, generalmente a través del soporte travelling. Los más frecuentes hacen movimientos circulares alrededor del escenario, con Chanel como eje. También travellings de acercamiento mientras interpreta el tema. Un breve travelling vertical desde la parte frontal del escenario (basculamiento). Dos largos planos realizados sobre <i>steady-cam</i> en el escenario. Tres movimientos travelling <i>spider-cam</i> en GPG a gran velocidad en la parte final de la interpretación. No se identifican movimientos zoom o digitales.	
N.º planos: 82	ASL: 2,47	Duración media/plano (ss:ff): 2 segundos y 11 frames (61,7 frames)
Percepción subjetiva de ritmo	Tras un inicio con una velocidad media y planos en movimiento de mayor duración realizados sobre travelling, se incrementa la velocidad en el cambio de plano, muy especialmente tras el <i>dance break</i> , en el que se suceden 24 planos en 40 segundos (media aquí de 1 segundo y 16 frames por plano). La percepción subjetiva del ritmo se incrementa con la conjunción de movimiento interno (coreografía e iluminación) y movimiento externo (travellings).	
Postproducción	En apariencia el número no parece presentar efectos visuales creados en CuePilot o en la mesa de mezclas. Grafismo inicial con nombre de país, intérprete, título y autoría. Grafismo con número de actuación, país y <i>hashtag</i> en Twitter durante todo el número.	
Realización: continuidad espacial y temporal	En general, la realización resulta bastante funcional y clásica, al servicio de los contenidos que se pretenden destacar de los elementos activos en escenario. Se crea así una idea de continuidad lineal de la acción, a partir de la impresión de unidad espacial (abstracta) y de unidad temporal (continuidad), como rasgos básicos de la realización televisiva en directo. Los cambios lumínicos diseñados para planos concretos marcan diferencias espaciales dentro de la composición escenográfica abstracta basada en la iluminación. La realización remite a los números musicales televisados y al mismo Festival de Eurovisión.	
3. Puesta en escena		
Escenografía	La interpretación no se sirve de attrezzo o elementos escenográficos más allá del propio escenario del concurso. Se recrea un espacio abstracto a partir del uso de la iluminación, no realista, que remite a las puestas en escenas de la televisión musical y, más concretamente, del propio Festival de Eurovisión.	

Composición	Planos simétricos en su mayor parte. No se aplica la regla de tercios en la composición ni se crean tensión con composiciones desequilibradas.
Iluminación	Uso dramático de la iluminación. Evoluciona a lo largo de toda la canción en función de cada fragmento, potenciando la centralidad de la intérprete y del cuerpo de baile. El cromatismo de la iluminación tiene un uso simbólico que remite al origen español de la propuesta escénica. El uso de luces estroboscópicas pretende representar la cámara lenta (<i>slow-motion</i>) mencionada en el estribillo, convirtiéndose en un momento icónico.
Caracterización	Chanel viste un mono negro con pedrería y bordados y una chaqueta corta (“torerita”) inspirada en los trajes de luces, diseño de Palomo Spain. Lleva botas altas sobre tacón. Los bailarines siguen estas mismas líneas pero sin tantos bordados ni pedrería, por lo que Chanel destaca. El vestuario no tiene una intención de uso dramático y responde a pautas frecuentes en la televisión musical. Aunque está maquillada, el maquillaje no tiene un uso dramático.
Interpretación (actuación)	Chanel se muestra sonriente, segura de sí misma y empoderada, acorde con el contenido de la letra que interpreta. Aunque el <i>acting</i> resulta no realista y dramatizado, es coherente con las actuaciones de teatro musical, de televisión y de interpretación en vídeos musicales de música pop.

Elaboración propia.

Chanel Terrero es una cantante española nacida en La Habana (Cuba) en 1991, con una amplia carrera en espectáculos musicales como *El rey león*, *Mamma Mia!*, *El guardaespaldas* o *Flashdance* (Wikipedia, 2022). Además, ha interpretado papeles dramáticos en series de televisión como *Águila Roja*, *El secreto de puente viejo*, *Gym Tonic*, *El continental* o *Centro médico* (RTVE, 2022). El 26 de enero de 2022 venció en la convocatoria del Benidorm Fest 2022 y fue seleccionada para representar a España en Eurovisión con la canción “SloMo”. El tema fue compuesto por Leroy Sanchez, Ibere Fortes, Maggie Szabo, Keith Harris y Arjen Thonen y la coreografía fue creada por Kyle Hanagami

“coreógrafo de Jennifer López, Britney Spears y Blackpink, entre otras” (Wikipedia, 2022).

“SloMo” es una canción en clave Do sostenido menor de estilo dance-pop sobre una base rítmica de reggaetón a una velocidad de 105 bpm. En relación con la letra de la canción, según Loolá Pérez (2022), “Chanel habla de las mujeres que seducen y que no temen al deseo. Además, lanza un mensaje positivo: no se avergüenza de su sexualidad y tiene el control de la misma, al margen de la mirada masculina”. Pese a esta posible interpretación de empoderamiento de la mujer, el contenido de la letra no estuvo exento de polémica (Europa Press, 2022).

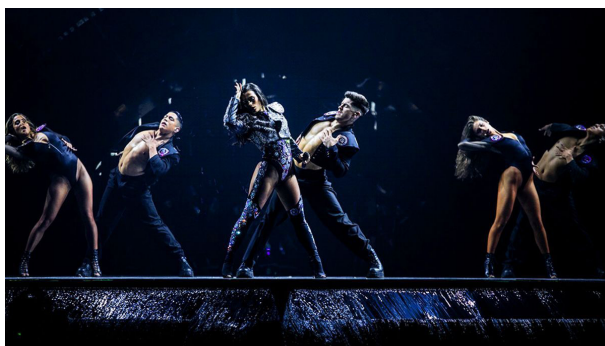
En la interpretación realizada en Turín dentro del Festival de Eurovisión, el equipo creativo de Chanel Terrero mantuvo el concepto representado en el Benidorm Fest, como performance basada en una potente coreografía, prácticamente acrobática, con cinco bailarines, si bien introdujo novedades en la puesta en escena y en algunos fragmentos de la canción que potenciaron el origen latino de la intérprete y del tema musical. Así, frente al arranque inicial en el Benidorm Fest, que simula el sonido ambiente de *flashes* de cámara y pasos, en Turín el sonido de los pasos se acompañó de un solo de trompeta de inspiración claramente latina, trompeta que volverá puntualmente más adelante, de forma previa al *dance break*, por ejemplo. De igual forma, en la canción se introdujeron variaciones al final para explotar la versatilidad y las capacidades vocales de su intérprete. A nivel visual, el fondo que en el Benidorm Fest remitía a un espacio de lujo (una alfombra roja, un local con el nombre de la intérprete) es reemplazado por un fondo de elementos lumínicos en permanente movimiento y cambio cromático, de

tal forma que lleva el escenario hacia la abstracción frente al referente figurativo previo⁶.

La identidad española y latina de la interpretación se potencian con un traje cargado de pedrería y bordados diseñado por Palomo Spain (imagen 1), ligeramente inspirado en los trajes de luces (la chaqueta corta o torerita ya estaba en Benidorm de la mano de un diseño de Carmen Farala). Se introduce además un abanico, motivo que a nivel icónico puede remitir a la cultura hispano-latinoamericana, junto con el ya comentado sonido de trompetas que hemos calificado como “de inspiración latina”. La combinación cromática luminosa, como se comenta posteriormente, también alude a nivel simbólico al origen español de la puesta en escena.

Imagen 1

Chanel y sus bailarines interpretan la canción “SloMo” en el Festival de Eurovisión de 2022 (Turín)



YouTube, canal Eurovision Song Contest (2022a).

-
6. Con respecto a la actuación en la actuación realizada tras la segunda semifinal en Turín (ensayo general), la realización en la final de Eurovisión introduce al menos ocho cambios en la planificación (en los minutos 1:27, 1:40, 2:05, 2:10, 2:30, 2:34, 3:02 y 3:08), que abren ligeramente los planos, acercan a la intérprete a cámara o permiten la captación de la lluvia de fuegos artificiales) (Eurovision Song Contest, 2022a; Eurovision Song Contest, 2022b).

Comentadas las cuestiones más destacadas, pasamos al análisis formal con una primera segmentación de la pieza audiovisual analizada. Aunque el conjunto es bastante coherente en cuestiones formales y se percibe como una sola unidad, podrían reconocerse cinco partes en la articulación discursiva desde un punto de vista formal, que comentamos.

1) Introducción. Con una duración aproximada de 15 segundos, se inicia el número con el plano del escenario en gran plano general a oscuras y la bandera del país en el “sol cinético” que ocupa el centro del escenario y la pantalla de fondo, plano inicial común a todas las actuaciones. En este plano se superpone un texto extradiegético a través de grafismo, indicándose el país, el título de la canción y la autoría.

Tras este plano, dos planos presentan a Chanel tras tres bailarines, ocultándose los rostros y la identidad del conjunto mediante una iluminación a contraluz. Se crea así suspense en torno a la identidad de la cantante, que será iluminada en el momento en el que inicia la canción y la coreografía, a través de un largo plano en movimiento circular sobre travelling, movimiento que toma como eje a la artista y que se repetirá en varias ocasiones, con movimientos de derecha a izquierda o de izquierda a derecha.

2) Desarrollo central del tema. Con una duración un minuto y veinte segundos, se desarrollan dos estrofas y dos estribillos. Dos bailarinas se integran en el grupo dancístico. Una de las bailarinas (María Pérez) ejerce de corista y segunda voz y lleva un micrófono de diadema. Chanel interactúa con todos los bailarines mientras canta mirando a cámara. En el estribillo, iluminado con luces estroboscópicas, se simula un movimiento en cámara lenta del grupo.

3) *Dance break*. Chanel pausa la interpretación vocal de la canción para desarrollar un número coreográfico acompañada de los bailarines, pero también con algunos segundos dedicados solamente a su baile individual. Esta secuencia tiene una duración aproximada de 23 segundos.

4) Desarrollo final y conclusión. En la última parte del número, tras la pausa coreográfica, se desarrolla una última secuencia de alrededor de 30 segundos en la que Chanel ejecuta la parte vocal más complicada, mantiene el baile frenético y la realización se acelera, con planos cada vez más breves, mientras entran en escena varios efectos pirotécnicos.

5) Aplausos y reacción del público. Tras la actuación, la cantante da la gracias y la audiencia del espectáculo en directo la aplaude entusiasmada, mostrando banderas de España. Este fragmento tiene una duración aproximada de 14 segundos.

El conjunto de la producción termina por dar una impresión de sofisticada puesta en escena con una cuidada coreografía y una interpretación vocal precisa e impecable que no dejan lugar para la improvisación. Resulta así una actuación de una extraordinaria profesionalidad que destaca no solamente las dotes para la interpretación musical de la artista, sino también sus extraordinarias cualidades como bailarina y como actriz, es decir, como la “*performer 360*” formada sobre las tablas de un escenario que representa.

Con respecto a los tipos de planos más frecuentes, destacan sobre todo los planos entero (PE), por una razón puramente funcional: son los encuadres que mejor permiten la captación de la coreografía y del conjunto de bailarines que interactúan con Chanel. Los planos americanos (PA) cumplen la misma función, alternándose con planos

medios (PM), más bien largos: la conexión emocional con la intérprete, su presentación, la atención a su registro dramático y la comunicación emocional se consigue con los planos más cortos, aunque son menos eficaces para captar la espectacularidad del movimiento dentro del encuadre. Esa conexión emocional y el registro de su interpretación se consigue con los puntales primeros planos (PP). Por último, los grandes planos generales (GPG) en movimiento realizados desde la *spider-cam*, también muy escasos, contextualizan la acción desarrollada en el escenario, el propio escenario y el efectismo, por ejemplo, de los fuegos artificiales.

En definitiva, puede concluirse que hay una clara apuesta por el plano entero y por el registro de la coreografía, planos alternados con otros más cortos de una forma rítmica y dentro de un patrón que solo “se rompe” en la secuencia posterior al *dance break*, con mayor variedad de encuadres y más contraste en la alternancia entre planos muy amplios y primeros planos (efecto que acelera la impresión de ritmo y que crea una fuerza adicional en la realización).

La angulación de las cámaras tiende a ser normal en la mayor parte de los planos, aunque son muy abundantes las angulaciones contrapicadas (cámara inclinada hacia arriba, captando a los personajes desde abajo) en los travellings en PE alrededor del escenario. Según Gómez-Pérez y Pérez-Rufi (2022, p. 249), el plano contrapicado enaltece la figura de los intérpretes “y los representa como estrellas. Es un tipo de angulación muy frecuente entre los artistas de música pop y rock que pretenden adoptar un rol de ídolo”. Los escasos planos con angulación picada (cámara inclinada hacia abajo desde una posición superior) se corresponden con los GPG tomados desde la *spider-cam*.

Los movimientos de cámara son constantes, en este caso como travelling en el que se desplaza físicamente la cámara. No identificamos movimientos zoom ni llegan a reconocerse movimientos creados digitalmente. Los travelling más frecuentes, como hemos apuntados, son los que realizan movimientos circulares alrededor del escenario, tomando como eje a Chanel, de izquierda a derecha o de derecha a izquierda. La circularidad del movimiento travelling se potencia con el mismo efecto en los dos planos travelling realizados sobre *steady-cam*, en los que la cámara rodea a la intérprete, permitiendo así una apelación directa al espectador con planos cortos y la mirada a cámara. El movimiento circular constante en PE permite la variación de la perspectiva desde la que se registra la coreografía y añade ritmo y dinamismo al conjunto de la producción. La suavidad y la sutileza con la que se realizan estos movimientos potencian el carácter sensual y sofisticado que pretende otorgarse a la canción y a su interpretación en directo.

Con menor frecuencia encontramos otros movimientos de cámara. Así, por ejemplo, en una sola ocasión se realiza un basculamiento (travelling vertical o *tilt*) desde la parte más frontal del escenario, para destacar el momento en que se aproxima la cámara desde atrás uno de los bailarines. Los tres GPG realizados desde *spider-cam* potencian su espectacularidad con movimientos travelling a una altísima velocidad que permiten el cambio de encuadre en un par de segundos. Puede concluirse, en definitiva, que al movimiento interno (coreográfico y lumínico) se le suma el movimiento externo permanente a través de los travelling.

Pasamos a comentar cuestiones relacionadas con la edición en directo y el cambio de plano a través de la mesa de mezclas (en

este caso, digitalizado y programado a través del programa CuePilot). Hemos contabilizado 82 planos, incluyendo el primero con el grafismo y los últimos con la reacción del público. Considerando la duración de la pieza (3 minutos, 22 segundos y 14 frames), la duración media del plano o ASL (*Average Shot Length*) es 2,47 o de 2 segundos y 11 frames (es decir, 61,7 frames). Hemos interpretado la duración del segundo de vídeo en formato PAL (es decir, con una equivalencia del segundo de vídeo a 25 frames).

Aunque, en líneas generales, la velocidad en el cambio de plano es muy alta (con una media de dos segundos y medio por plano, como hemos advertido), la introducción del tema y el desarrollo de las dos primeras estrofas con sus estribillos resultan más lentas, por cuanto incluyen planos sobre *steady-cam* o *travellings* que alcanzan los 9 y los 10 segundos de duración. El ritmo se incrementa en la secuencia posterior al *dance break*, que con 24 planos en 40 segundos alcanza una duración media del plano de un segundo y 16 frames, es decir, no llega a los dos segundos por plano.

Como ya se ha apuntado, la suma del constante movimiento interno (la coreografía y la iluminación), el movimiento externo (*travellings*) y la escasa duración de los planos (con una media de dos segundos y medio) terminan por otorgar al conjunto una impresión subjetiva de ritmo acelerado. Aunque no se llega a la velocidad frenética que logró Iveta Mukuchyan con “Love Wave” en el Festival de 2016, con una duración media de los planos de un segundo y 12 frames (Pérez-Ruffi & Valverde-Maestre, 2020), la realización logra un ritmo intenso compensada con los elegantes planos con movimiento *travelling*.

El corte en el cambio de plano (y de cámara) realizado a través de la mesa de mezclas (o más bien, de la programación en CuePilot) tiende a realizarse en pleno movimiento de cantante e intérpretes y no en las pausas. Esta decisión no es casual, dado que así se incrementa la percepción de continuidad entre los planos, al quedar unidos por el movimiento registrado.

No se percibe la introducción de efectos de postproducción en directo a través de CuePilot ni de efectos visuales (VFX), en general. De esta forma, no se intenta un efecto de ruptura de la continuidad espacial o temporal, ni la búsqueda de la similitud con otros formatos como el videoclip o como otros discursos audiovisuales caracterizados por el uso de efectos digitales o la presencia de elementos infográficos. El referente vuelve a ser la realización de la televisión musical en directo, de esta forma.

Solo cabría destacar la integración del texto extradiegético a través del grafismo en el plano inicial (con el título de la canción, país, intérprete y autoría). Posteriormente, introducido con un efecto con los colores de la bandera española y un motivo geométrico circular (dentro de la identidad gráfica del Festival de Turín), aparecerá en pantalla en la parte inferior izquierda el texto extradiegético “10 SPAIN #ESP”, que se mantendrá hasta la conclusión de la interpretación (no así en los planos finales de reacción de la audiencia), saliendo de pantalla con un efecto similar al entrada, aunque en sentido inverso.

Puede concluirse, a partir de la información recogida en la plantilla de análisis, que la realización en directo desarrollada en la producción analizada resulta funcional y clásica, en el sentido de que los encuadres están al servicio de aquellos elementos que se pretenden destacar de la

puesta en escena. De esta manera, se consigue una impresión de continuidad lineal de la acción y no de ruptura de la unidad espacial -dado que es abstracta- o temporal, gracias a la continuidad entre planos, enlazados por los motivos visuales que recogen y que mantienen a Chanel en el centro de todas las composiciones. La abstracción mencionada en la recreación espacial no significa, sin embargo, que se mantenga uniforme, dado que al basarse en el uso de los recursos lumínicos está en permanente transformación, aspecto que contribuye al movimiento interno (dentro del encuadre) potenciado por la coreografía.

La tercera fase del análisis propuesto pasa por el comentario de los cinco elementos que tradicionalmente componen la puesta en escena. Apuntamos, en primer lugar, sobre la escenografía que no se añaden elementos de attrezzo que no estén presentes en el propio escenario en el que se desarrolla el concurso. Ello permite una enorme agilidad en la preparación del número y su adaptación a otros posibles escenarios con enorme flexibilidad. Apuntemos que tampoco se hace un uso funcional de las pantallas del *background* ni del “sol cinético” que tuvo el (frustrado) objetivo de servir de pantalla en continuidad con la del fondo. Se conforma así un espacio abstracto creado con la iluminación. Una vez más se reivindica la realización y la puesta en escena propias del Festival y de la televisión musical, en general.

Añadamos con respecto a la composición de los planos que prácticamente en la mayoría de ellos no se aplica la regla de tercios en la composición y que se evita la creación de tensión mediante composiciones desequilibradas: todas las composiciones son simétricas, siguiendo un lenguaje televisivo tradicional que podría incluso llegar a emplazar a las composiciones de la televisión tradicional en formato 3:4

-no sería el caso, dado que aquí el formato es 16:9, característico del HDTV y de sus posteriores ampliaciones, como el 4K-.

Aunque queda fuera de nuestro objeto de estudio y de nuestros objetivos, vale la pena recordar que el vídeo musical oficial de “SloMo”, dirigido por Pawla Casanovas, está editado en formato 3:4, con una intención nostálgica y revisionista que remite a la propia televisión. Recordemos que el Festival de Eurovisión es retransmitido por televisión desde 1956, lo que lo convierte por sí mismo en un referente nostálgico y *vintage*.

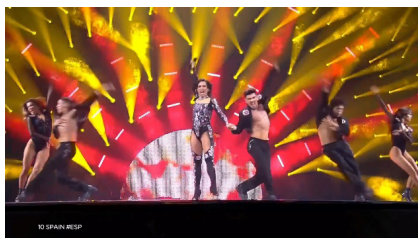
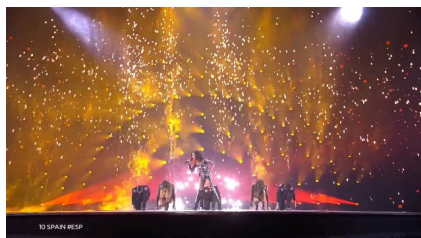
La iluminación tiene aquí un uso dramático, en el sentido de que no pretende ser realista ni neutra, sino espectacular. Esta iluminación, saturada e intensa, está en permanente evolución: frente a unos intérpretes vestidos en blanco y negro, la luz cromática tiñe de color los fondos de la mayor parte de los planos. En todo caso, se potencia siempre la centralidad de la intérprete y de los bailarines, aunque aporta un tono de enorme vitalidad, acorde con el sentido del conjunto del número musical.

La iluminación varía a lo largo de la actuación. Tras los planos con iluminación a contraluz que crean suspense alrededor de la intérprete, se suceden planos con un fondo lumínico de un rojo intenso, que llama a asociaciones simbólicas como la pasión o el romanticismo. Le sigue un intenso azul eléctrico con la entrada de las bailarinas, como color frío y elegante, y la mezcla de ambos, virando hacia el morado, color que podría interpretarse en clave feminista. Durante las dos primeras veces que se repite el estribillo, el uso de luces estroboscópicas pretende representar la cámara lenta (*slow-motion*) mencionado en el estribillo, convirtiéndose posiblemente en el momento más icónico de toda la

producción (imagen 1). El resto de la pieza mantiene sobre todo el uso de los colores cálidos, alternado en ocasiones con el azul o con el blanco y negro. El *dance break* y la resolución de la interpretación apuestan decididamente por la mezcla de tonos cálidos (rojo, amarillo y naranja), con algunos haces de luz azul como contrapunto. Podría interpretarse un uso simbólico del color, muy especialmente en la parte final del número, con la mezcla de luces de color rojo y luces de color amarillo, colores que se identifican con las de la bandera de España (imágenes 2).

Imágenes 2

Recreación de la bandera española a través de la iluminación en la actuación de Chanel en el Festival de Eurovisión de 2022 (Turín)



YouTube, canal Eurovision Song Contest (2022a).

El comentario sobre la caracterización destacaría que la cantante viste un mono negro con pedrería y bordados acompañado de una chaqueta corta (“torerita”) inspirada en los trajes de luces. El vestuario es creación del diseñador español Palomo Spain. Según Hernández Martínez (2019, p. 130), “los diseños de Palomo Spain nacen para unas formas de vida que no sólo comparten unos ideales, si no unas formas estéticas que ahondan en lo más profundo de la cultura para convertirse

en expresión de libertad”. Chanel calza además unas botas altas sobre tacón e introduce un abanico, como motivo visual icónico que remite a las culturas española y latinoamericana. Podría igualmente interpretarse la presencia del abanico como una referencia o un homenaje a la actuación de la española María Isabel en el certamen Junior Eurovision Song Contest en 2004, del que resultó vencedora, cuya coreografía se basaba en el baile con abanicos.

El cuerpo de baile (los tres bailarines y las dos bailarinas) mantienen las mismas líneas estilísticas de la cantante, pero con menor carga en cuanto a bordados y pedrería, lo que hace destacar a Chanel. Aunque el vestuario no tiene una intención de uso dramático y responde a pautas frecuentes en la televisión musical, no es un vestuario que pretenda ser realista o natural, siendo pues apropiado para un espectáculo musical. Aunque Chanel está maquillada, el maquillaje no tiene un uso dramático y pretende destacar sus rasgos naturales.

El equivalente al análisis sobre la dirección de actores, lo que podría ser la interpretación sobre el escenario, no ofrece grandes conclusiones al respecto: Chanel se muestra sonriente, segura de sí misma y empoderada, acorde con el contenido de la canción. Aunque el *acting* resulta no realista y dramatizado, puesto que se trata de un show musical, es coherente con las actuaciones de teatro musical, de televisión y de interpretación en vídeos musicales de música pop.

Cabría añadir también que la coreografía representada incluye sutiles referencias al baile de salsa y merengue, al flamenco e incluso al tango, por lo que también desde el propio diseño coreográfico se ha destacado el origen español y la inspiración latina de la propuesta.

El análisis de la puesta en escena nos llevaría, por lo tanto, a la conclusión de que la conjunción de escenografía, composición de los planos, caracterización y actuación no pretende ser realista ni natural, sino que se trata de un número diseñado para la creación de espectáculo, aunque, eso sí, coherente con pautas y prácticas frecuentes en el teatro musical y en la televisión musical en directo.

Conclusiones

Este trabajo ha querido, en primer lugar, destacar el carácter referencial que tiene la retransmisión de Eurovision Song Contest como modelo de realización de televisión en directo en el que se aplican, como hemos apuntado, técnicas de vanguardia, pero también dinámicas tradicionales. En todo caso, consideramos que supone un modelo paradigmático de producción de televisión en directo y del desarrollo de la gramática audiovisual, a través de lo que hemos entendido aquí como realización televisiva en directo.

El Festival supone el encuentro no sólo de las televisiones públicas europeas que compiten entre sí ni de las diferentes expresiones culturales con las que pueden identificarse las naciones participantes, sino también el encuentro de la diversidad en la expresión audiovisual al servicio de cada uno de los números musicales, igualados, eso sí, por los medios tecnológicos que la UER ofrece a sus participantes, por la ubicación en un escenario común (incluso si este puede personalizarse o recrearse) y la limitación de la interpretación musical a un máximo de tres minutos de tiempo.

El caso estudiado puede ser representativo de un modelo de producción y de realización en directo, pero cada una de las actuaciones

musicales puede representar otros modelos de la concepción visual, escénica, interpretativa o de producción, en definitiva. Conviven de esta forma en un solo show concepciones muy diferentes de la producción televisiva en directo.

La producción y realización de “SloMo” ha presentado, en primer lugar, un concepto de interpretación basado en la centralidad de su intérprete, una diva de la canción pop empoderada, segura de sí misma y profesional hasta cuidar el menor detalle, en la línea de referentes como Beyoncé Knowles, Madonna, Dua Lipa, Lady Gaga, Jennifer López o Shakira, lo que Rodríguez-López y Caldeiro-Pedreira (2015) denominaban “divas-clip”. De forma muy directa, y en el contexto del propio Festival de Eurovisión, habría que encontrar claros referentes en intérpretes como Eleni Foureira, Dana International, Sertab Erener, Loreen, Ani Lorak o Helena Paparizou.

Todos los números musicales de las intérpretes de Eurovisión señaladas combinaron la ejecución de coreografías sofisticadas con grandes interpretaciones a nivel vocal, tendencia que seguiría la actuación de Chanel. Sin embargo, a diferencia de las anteriores y sin negar su rol como referentes, Chanel potenció el origen español y latino de su propuesta a través de la instrumentación musical, del vestuario, de la coreografía y del propio género al que pertenece la canción, sobre una base de reggaetón. El uso simbólico de la iluminación, remitiendo a los calores cálidos, a la pasión transmitida por el rojo y a la bandera española, se integra como parte de los recursos que identifican la identidad cultural de la puesta en escena. Chanel interpreta, por tanto, un rol de diva latina, de forma aún si cabe más explícita que Eleni Foureira (con una canción de título en español, “Fuego”) o que Marie N en el

Festival de 2002 (la canción “I Wanna”, con la que ganó el certamen, era un tema de salsa actualizada desde el pop).

A nivel audiovisual, como ya se ha comentado en varias ocasiones, el principal referente es la realización musical de la televisión en directo y, de forma más concreta, el propio Festival de Eurovisión. En definitiva, se aplica una realización clásica y funcional que remite a los números musicales televisados y al Festival, en una suerte de meta-lenguaje autorreferencial que no resulta explícito ni obvio, pero que sí apunta a lo que intuitivamente podría definirse como “eurovisivo”.

La realización es funcional y está al servicio del registro de la interpretación y de la captación de la coreografía, no se utilizan efectos VFX y se potencia la impresión de continuidad espacial y temporal, sin rupturas dentro de la diégesis o de la pantalla. La impresión de ritmo, como se apuntó, es acelerada gracias a la combinación del movimiento interno con el externo y a la escasa duración de los planos. Por último, la puesta en escena abstrae el espacio circundante para focalizar toda la atención en la intérprete, como merece toda diva en Eurovisión. El resto de componentes de la puesta en escena (especialmente, la iluminación, la caracterización y el *acting*) subrayan la identidad latina y española de la propuesta.

Podría, por lo tanto, concluirse que el éxito de la producción audiovisual analizada reside en la correcta comunicación, clara y precisa, de un concepto de forma audiovisual, además del indudable talento de los intérpretes y de sus destrezas en las artes performativas, junto a una canción pegadiza coherente en su mensaje con la ejecución escénica desarrollada.

Referencias

- Cervi, L., Marín Lladó, C., & Sanadrés, C. (2021). Prosumers y la profesionalización del periodismo ciudadano: El caso www.eurovision-spain.com. *Ambitos, Revista Internacional de Comunicación*, 52, 8-25. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2021.152.01>
- EBU, European Broadcasting Union. (2022a). European Broadcasting Union. About. *European Broadcasting Union*. <https://www.ebu.ch/about>
- EBU, European Broadcasting Union. (2022b). EBU statement regarding the participation of Russia in the Eurovision Song Contest 2022. *European Broadcasting Union*. <https://eurovision.tv/mediacentre/release/ebu-statement-russia-2022>
- Europa Press. (2022, 24 de febrero). El PSOE critica que «SloMo», canción para Eurovisión, remite a la prostitución y RTVE revela que está reflexionando. *Europa Press. Sociedad*. <https://tinyurl.com/5y2j7hxb>
- Eurovision Song Contest. (2022a, maio 14). *Chanel - SloMo - LIVE - Spain - Grand Final - Eurovision 2022* [Vídeo]. YouTube. <https://youtu.be/jSQYTt4xg3l>
- Eurovision Song Contest. (2022b, maio 12). *Chanel - SloMo - LIVE - Spain - Second Semi-Final - Eurovision 2022* [Vídeo]. YouTube. <https://youtu.be/a6uq6oSP5MI>
- Gauja, A. (2019). Europe: Start Voting Now! Democracy, Participation and Diversity in the Eurovision Song Contest. En J. Kalman, B.

Wellings, & K. Jacotine (Eds.), *Eurovisions: Identity and the International Politics of the Eurovision Song Contest since 1956* (pp. 201-219). Palgrave Macmillan.

Gómez-Pérez, F. J., & Pérez-Rufi, J. P. (2022). Análisis de la realización de espectáculos televisivos en directo: Italia en Eurovisión 2021. *Index.Comunicación*, 12(1), 235-259. <https://doi.org/10.33732/ixc/12/01Analisis>

Hernández Martínez, R. (2019). Las escenografías de Palomo Spain. *Revista de Arquitectura y Urbanismo del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid*, 373, 96-99. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6478431>

Motschenbacher, H. (2016). *Language, Normativity and Europeanisation Discursive Evidence from the Eurovision Song Contest*. Palgrave Macmillan.

Ortiz Montero, L. (2017). El Festival de Eurovisión: Más allá de la canción. *Fonseca, Journal of Communication*, 15, 145-162. <https://doi.org/10.14201/fjc201715145162>

Panea Fernández, J. L. (2018). Identidad, espectáculo y representación: las candidaturas de Israel en el Festival de la Canción de Eurovisión. *Doxa Comunicación*, 27, 121-145. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a6>

Panea Fernández, J. L. (2020). Las escenografías del Festival de Eurovisión: Estética, tecnología e identidad cultural al albor de la reconstrucción europea (1956-1993). *Ámbitos. Revista de Estudios de Ciencias Sociales y Humanidades*, 44, 23-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7919586>

Pérez, L. (2022, 2 de febrero). Te pueden gustar Rigoberta y Chanel, y no pasa nada. *El Mundo*.

Pérez-Rufi, J. P., & Jódar-Marín, J. A. (2019). El análisis textual del videoclip: una propuesta metodológica. En F. Sierra Caballero y J. Alberich Pascual (coords.), *Epistemología de la comunicación y cultura digital: Retos emergentes* (pp. 297-310). Universidad de Granada.

Pérez-Rufi, J. P., & Valverde-Maestre, A. (2020). The spatial-temporal fragmentation of live television video clips: analysis of the television production of the Eurovision Song Contest. *Communication & Society*, 33(2), 17-31. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.17-31>

Pérez-Rufi, J.P., & Gómez-Pérez, F. J. (2021). Eurovisión Song Contest 2021: Análisis Audiovisual de la Realización Televisiva en Directo. En A. Suñing, C. Falandes, & V. Kneipp (Coords.), *Cenas Audiovisuais* (pp. 247-263). Ria Editorial.

Sedeño-Valdellós, A. M. (2021). El Mal Querer como álbum visual: simbología de lo español, apropiación y narrativa transmedia en los videoclips de Rosalía. *Palabra Clave*, 24(2), 1-28. <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.2.6>

Rodríguez-López, J., & Caldeiro-Pedreira, M. C. (2015). Divas clip: la imagen actual de la mujer en el video musical. *Temas de comunicación*, 31, 59-80. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/2882>

RTVE (Radio Televisión Española) (2022, 28 de enero). El pasado de Chanel Terrero en Playz. *Playztrends*.

Valdés González, L., & Luna Rodríguez, S.A. (2017). ¿Cómo aprendemos de los referentes visuales en el diseño? Aproximación desde la Teoría del Aprendizaje Experiencial de Kolb. En S. L. Peña Martínez (Coord.), *IX Congreso Internacional de Diseño de La Habana* (pp. 2-12). Forma Ediciones.

Wikipedia (2022). Chanel Terrero. *Wikipedia*. https://es.wikipedia.org/wiki/Chanel_Terrero

MUDANÇAS NA SOCIEDADE QUE REFLETEM NO TELEJORNALISMO NO BRASIL: DE TELEVIZINHO PASSIVO AO TELESPECTADOR QUE QUER OPINAR

*Patrícia Aparecida Amaral¹
Osvando José de Moraes²*

A televisão estreou, oficialmente no Brasil, em 1950. Assis Chateaubriand inaugurava em 18 de outubro a TV Tupi, em São Paulo. Na época, o empresário “importou” 200 aparelhos e os espalhou pela capital paulista para que a programação pudesse ser apreciada. A estreia era para ter sido um mês antes, mas teve que ser adiada porque um técnico que trabalhava na instalação da emissora percebeu que não havia aparelhos de tevê, por isso a opção foi pelo contrabando. Os dois primeiros

-
1. Doutora em História pela Univ. Federal de Uberlândia, mestre em Com. e Cultura pela Univ. de Sorocaba. Doutoranda em Mídia e Tecnologia, Unesp. Gerente de jornalismo na TV Integração, afiliada da Rede Globo. patyjorna@uol.com.br
 2. Professor da Universidade Estadual Paulista - UNESP. Pós-doutorado, UNESP. Doutor em Ciência da Comunicação, ECA- USP. osvando.j.morais@unesp.br

aparelhos foram dados de presente à secretária de Chateaubriand e ao presidente da República Eurico Gaspar Dutra, que só pode assistir aos programas meses depois com a chegada a TV Tupi ao Rio de Janeiro (Lins, 2013, p. 130 como citado em Mattos, 2002, p. 80).

A televisão já despertava o interesse do brasileiro desde que a caixa mágica foi apresentada na Feira de Amostras, em 1939, na cidade do Rio de Janeiro. Na época, técnicos alemães³ vieram ao Brasil para fazer demonstrações públicas do novo veículo de comunicação.

A principal atração era a exposição da televisão. O público, atraído pelos anúncios feitos nos jornais e rádios da época, compareceu para ver as imagens com chuviscos acompanhadas de sons que os monitores exibiam. No evento foi montada uma versão simplificada de um estúdio com aparelho de gravação de imagem, microfone, projetor de luz e uma tela branca que se estendia do teto ao chão; ao lado foram colocados aparelhos receptores. Segundo Busetto (2007, p. 183) “a localização espacial da Exposição de Televisão permitia ao visitante que, tão logo adentrasse o pavilhão da Feira, tivesse saciado o seu desejo de conhecer ‘a maravilha do século’, ‘o milagre da comunicação’, ‘a caixa mágica’”. Esses foram alguns dos adjetivos usados pela imprensa para se referir à nova tecnologia e isso despertava cada vez mais a curiosidade da população que tinha acesso livre ao evento, já que não era cobrado ingresso.

A grande divulgação e os artistas que se apresentaram na Feira foram promovidos por alguns empresários da mídia como os responsáveis

3. Desde 1934 o governo de Adolf Hitler enviava técnicos especializados em levar o sinal da TV para diversos países, o interesse era usar a televisão como o rádio foi utilizado pelo Terceiro Reich.

pelo jornal *O Globo* e pelas rádios Tupi e Nacional, cujos donos mantinham ou, pelo menos, procuravam manter boas relações com o governo de Getúlio Vargas.⁴ Anos depois dois deles se destacariam como proprietários deste novo veículo de comunicação: Assis Chateaubriand e Roberto Marinho.

Durante 15 dias o público pode conhecer um invento que já estava em funcionamento nos Estados Unidos, na Alemanha, na antiga União Soviética, na Inglaterra e na França. O evento foi organizado pelo Departamento Nacional de Propaganda e Difusão Cultural, órgão vinculado ao Ministério da Justiça que em dezembro de 1939 foi substituído pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Já a parte técnica ficou por conta de uma equipe composta por funcionários do Ministério dos Correios da Alemanha e da indústria de aparelhos Telefunken.

Nos dias da Feria de Amostras o jornal *O Globo* não se cansava de enaltecer o novo veículo, tratava a televisão como o início de uma nova fase de desenvolvimento cultural para o Brasil, chegou a se referir a exposição como um “marco do progresso brasileiro” (Busetto, 2007, p. 188). O povo brasileiro conheceu o “milagre do século: a transmissão à distância de imagem e som, uma revolução digna do século XX” (Busetto, 2007, p. 188). Reportagens que se encaixavam no esquema de propaganda do Estado Novo e acabavam por ter duas funções: atrair o leitor interessado na novidade e também em agradar o governo de Vargas.

4. Apesar de Roberto Marinho tentar manter bom relacionamento com Getúlio Vargas, a concessão pelo canal 4 do Rio de Janeiro, que havia sido concedida pelo presidente Eurico Dutra em 1951, foi revogada por Vargas em 1953. Marinho só consegue a outorga em 1957 por meio do então presidente Juscelino Kubitschek (Costa, 2015, p. 84).

A partir da Feira de Amostras alguns brasileiros se interessaram tanto pela nova mídia que se aventuraram em experiências muito antes da instalação da primeira emissora do país. Na década de 1940, o Instituto Rádio Técnico Brasileiro e o Instituto Rádio Técnico Monitor, que ficavam em São Paulo e eram conhecidos por oferecer cursos de rádio, cine sonoro e telegrafia morse, passaram a disponibilizar cursos práticos para formação de técnicos em TV.

Olavo Bastos Freire, um técnico em eletrônica, morador de Juiz de Fora, em Minas Gerais, não fez o curso, mas se dedicou a experiências em transmissões de tevê. Ele buscou informações em publicações de uma revista norte-americana voltada para radioamadores. Em entrevista ao jornalista Flávio Lins, Freire disse que, por não dominar o inglês utilizou um dicionário para montar um equipamento de transmissão. Os primeiros experimentos dão conta da recepção da imagem, para ouvir o som era preciso usar um radiotransmissor. Em 1948 o técnico em eletrônica conseguiu avançar:

Eu coloquei um receptor lá no fundo do quintal dele e o transmissor ficou ali... A câmera ficou na janela da minha oficina no 373 e eu focalizando o bonde passando ali, o pessoal passando na Rua Marechal... e ele foi ver a imagem lá no fundo, né? Foi a primeira transmissão que eu fiz de televisão em circuito aberto; circuito aberto é quando a imagem é irradiada por ondas hertzianas, porque tem o circuito fechado que eu vou explicar pra você. Em circuito fechado, a câmera é ligada ao transmissor por um cabo, chamado cabo coaxial, então o sinal vai com aquele cabo.... Sem o cabo eu não tenho imagem. [...]. Até chamei o Ademar lá, ele viu, ele foi o primeiro a ver a transmissão a distância, uma distância pequena, 10m, 20m, até o fundo do quintal [...]. Depois eu comecei a fazer experiências em distâncias cada vez maiores. (Lins, 2012, p. 41)

A primeira experiência pública foi no dia 28 de setembro de 1948, no Clube Juiz de Fora, local em que os convidados foram televisionados. Tal façanha foi registrada pelo *Diário da Tarde*, jornal da cidade: “Juiz de Fora, pioneira da televisão no Brasil com o magnífico êxito nas experiências realizadas hoje pela manhã onde estavam presentes altas autoridades civis e militares” (Lins, 2012, p. 42).

Apesar deste ter sido um grande feito para a época, Olavo Freire⁵ não ganhou reconhecimento e nem virou dono de um canal. O primeiro sinal de televisão comercial só foi chegar à cidade em 1955, era da TV Rio, sete anos após a demonstração feita pelo técnico em eletrônica. A topografia do município cheia de morros dificultava que moradores da cidade recebessem som e imagem da caixa mágica.

O sinal da TV Tupi só chegava aos aparelhos que estavam na cidade de São Paulo. A antiga capital do Brasil, só foi ter acesso a programação da emissora alguns meses depois, em janeiro de 1951. A partir daí esse veículo de comunicação foi crescendo e ao final da década, o Brasil contava com seis canais de televisão. Nessa época, segundo P. Amaral (2021) os meios de comunicação – inseridos em uma ainda incipiente indústria cultural⁶ brasileira, que iria se fortalecer notadamente no início dos anos 1960 –, se definiam sobretudo nos eixos dos sistemas

5. Em 1950, Olavo Freire se mudou para o Rio de Janeiro onde passou a trabalhar como técnico de aparelhos de tevê da marca Admiral.

6. O termo indústria cultural foi usado originalmente pelos filósofos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer. Nos anos de 1930 eles assumiram a direção da Escola de Frankfurt e lhe imprimiram um novo rumo. Foi a primeira instituição de pesquisa do país a assumir a influência marxista. Os estudos iniciais tinham por objeto a economia capitalista e a história do movimento operário. Os filósofos se voltaram para o estudo do cinema, do rádio e das revistas. Para eles, as produções culturais se utilizavam da mesma racionalidade técnica e do mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que a produção de automóveis. (Mattelart, 2004, p. 74.)

econômicos de São Paulo e Rio de Janeiro. Segundo Marques de Melo (2010), posteriormente esse veículo se expandiu para Minas Gerais.

Uma Emissora no Interior de Minas Gerais e seus Televizinhos

Além da capital mineira, a cidade de Uberlândia conquistou uma concessão de televisão em 1962 e dois anos depois inaugurava a TV Triângulo. Antes do sinal da emissora local passar a funcionar os moradores da cidade recebiam propostas de adquirir o equipamento. O aparelho era tão caro que em alguns locais era feito uma espécie de consórcio para se adquirir o bem. Edson Domingos (comunicação pessoal, 2019, 11 março)⁷, que foi um dos primeiros funcionários da emissora da cidade, chegou a trabalhar com a venda do equipamento, ele tinha que vender um produto desconhecido entre os uberlandenses. Segundo ele,

Ninguém conhecia, tanto é que essa televisão já veio com preço majorado e o dobro do preço aí o cara falava; “não quero nem ver”, então aí eles [os empresários que haviam adquirido o aparelho para a revenda] falavam: “chegando lá você abre a caixa e tira para fora”, aí o pessoal olhava assim, ficava olhando aquele negócio e falavam assim: “Ah, então deixa”, uma novidade, ne? Ninguém sabia o que que era, então (Edson Domingos, comunicação pessoal, 2019, 11 março).

Os que acabavam adquirindo o aparelho eram os que tinham uma vida econômica mais tranquila, o que era para poucos, na época,

7. Domingos trabalhou na TV Triângulo como colocador de cartolinas no cavalete para os apresentadores (uma espécie de *teleprompter*). Antes disso prestou serviços para o dono da emissora como servente de pedreiro e como vendedor de aparelhos de televisão.

por isso, com a inauguração de emissoras de televisão, um hábito se repetiu no Brasil todo: o televisinho. Quem conhece alguma pessoa que viveu nas décadas de 1950 e 1960 já ouviu relatos de “visitas” marcadas, diariamente, na casa de quem tinha um televisor para acompanhar o programa preferido, como um musical, uma novela. Segundo Barbosa:

Os chamados ‘televisinhos’ compareciam em grande número nos horários dos programas mais esperados. As crianças debruçadas nas janelas pedia-se invariavelmente por silêncio. Os adultos se espremiavam nas poltronas da sala, em assentos que se multiplicavam de maneira improvisada diante daquele móvel de onde saíam imagens meio mágicas, repletas de sons, de um alhures que existia como potencialidade imaginativa. (Barbosa, 2010, p. 32)

O silêncio, muitas vezes era quebrado por comentários sobre o programa que se assistia naquele momento, geralmente séries importadas e telenovelas, às vezes opiniões sobre a vida do artista que era acompanhada por meio das revistas da época. Nesta fase o costume de se assistir televisão no vizinho era tão forte que a revista Radiolândia (1954) publicou uma nota na coluna Televisiolândia sobre um fato que havia ocorrido com a atriz Bibi Ferreira

Bibi Ferreira raptada por um chofer de praça – Que diria a leitora se, ao tomar um taxi, fosse desviada de seu caminho e levada para um distante bairro da cidade? Todos os casos de “tarados”, certamente, desfilariam em sua cabeça e o susto não haveria de ser pequeno. Foi o que aconteceu com Bibi Ferreira quando, ao tomar um táxi em São Paulo, foi reconhecida pelo chofer e levada para a Vila Mariana, onde toda uma família – inclusive televisinhos – foi convocada pelo ardoroso fã, para festejar sua presença. O moço era um telespectador assíduo dos programas da TV Difusora, onde a querida atriz estreara pouco tempo antes,

e não quis perder a oportunidade de externar o seu entusiasmo. Depois de várias temporadas em teatros na capital paulista, Bibi conseguiu popularidade, com apenas algumas apresentações em televisão! (Radiolândia, 1954, p. 39)

A aposentada, Dirce Garcia Amaral (comunicação pessoal, 2022, 1 out), minha mãe, também foi televisinha nos anos 1960 em Santo André, São Paulo. Ela conta que aos sábados assistia a série Bonanza, transmitido pela TV Tupi, e em seguida a Luta Livre, exibido pela TV Excelsior, na casa de um vizinho e aos domingos via Jovem Guarda, pela TV Record, em outra casa, local onde recorda ter sido sempre bem recebida, onde a proprietária enchia a sala e o terraço com os moradores da redondeza e sempre oferecia café e pipoca. Essa rotina durou mais de um ano até que a família dela conseguiu comprar o primeiro aparelho.

Outra lembrança sobre televisinho vem de João Paulo de Oliveira, as lembranças dele sobre essa fase da vida foram publicadas no jornal *Diário do Grande ABC*. Ele conta que a mãe dele comprou o primeiro televisor em 1957, quando ele era criança. Ele, assim como minha mãe, morava em Santo André. Apesar de ser muito novo, se recorda da casa cheia e que, às vezes, chegava a adormecer no colo das vizinhas. Oliveira relata: “a televisão tinha válvulas enormes. Demoravam a esquentar. Tinham um odor característico – e é interessante a nossa memória, que não nos faz esquecer os cheiros que marcaram nossas vidas” (Diário do Grande ABC, 2019).

O televisinho passou a existir em todo o país, como no distrito de Mimoso em Mato Grosso, terra do Marechal Cândido Mariano da Silva Rondon, responsável por ampliar a rede de telégrafos no interior do Brasil, também conhecido como patrono das comunicações no

Brasil. Nesse local o sinal da televisão chegou no fim dos anos 1960. A primeira casa a contar com um televisor foi a residência de Antônia Lucas Evangelista, prima do marechal. O aparelho era pequeno, do tamanho da palma de uma mão, movido a bateria porque na época não havia energia elétrica na localidade.

Na casa onde morava com o marido e oito filhos ela recebia os vizinhos, no período da noite, para assistir novela. Segundo Antônia Evangelista os vizinhos “vinham depois do jantar, vinham seis meia, sete horas, alguns sentavam no banco, outros sentavam no chão” (MSTV 1ª edição, 2016).

A aquisição de aparelhos por mais famílias foi desmontando esses núcleos que se formavam para assistir imagens em preto e branco, em uma tela não muito grande e o som muito inferior ao que temos hoje, não se importavam com essa baixa qualidade tecnológica se comparada aos tempos atuais, mas para essas pessoas era um momento de se reunir, de aliviar as tensões da semana e colocar a conversa em dia com a vizinhança.

Ser televisinho era fazer parte da rotina do bairro, se integrar com as pessoas, saber das novidades. Conversas que misturavam fatos da vida real com o imaginário ao comentar o desfecho de filmes, novelas e séries.

A Mudança de Comportamento, a Televisão em uma Nova Fase

A tecnologia evoluiu tanto nas últimas décadas que a televisão ao chegar aos 72 anos não é mais assistida como no início. Hoje as imagens e o som têm muito mais qualidade e para assistir a programação não é preciso estar parado em frente a um aparelho. As telas dos

smartphones são capazes de retransmitir, instantaneamente, tudo o que se vê no equipamento da sala de estar.

Novas telas levam a novas linguagens e novos formatos. Hoje o telespectador não aceita mais ser tão passivo quanto era no século passado. Ele quer participar, opinar. Na verdade, esse movimento sempre existiu, mas as ferramentas eram muito limitadas.

Nos primórdios da televisão, se alguém quisesse se comunicar com os participantes de algum programa deveria fazê-lo por carta, depois por telefone, com o tempo, passou a contar com o fax e com o advento da internet, pode enviar e-mails. No início dos anos 1990 o público pode intervir diretamente em um programa de televisão era o *Você Decide*⁸, um programa da teledramaturgia não seriada. O telespectador, através do telefone, escolhia em cada episódio, entre os dois finais gravados pela emissora. No início dos anos 2000, a TV brasileira começou a exibir os realities. O primeiro foi o SBT com o *Casa dos Artistas*, em outubro de 2001, seguido pela Globo como *Big Brother Brasil*, edição número 1, em janeiro de 2002. Desde então, o *BBB* vem ganhando a participação do público. A edição de 2020 bateu recordes, com 1,5 bilhão de votos durante um paredão formado para eliminar um dos integrantes da casa. Na edição mais recente deste *reality*, em 2021, os patrocinadores puderam *linkar* seus *sites* de venda diretamente ao programa. Por meio de um *QR Code*, que aparecia na tela durante uma prova que a marca patrocinava, o telespectador, ao apontar o celular para o quadradinho no canto da tela da TV, imediatamente se abria, no

8. Você Decide, programa veiculado na Rede Globo entre 1992 e 2000.

celular, a página daquela empresa onde havia uma oferta ou propaganda de determinados produtos.

Essa maior participação do público foi possível graças a fase em que a televisão no Brasil se encontra: a TV 2.0.⁹ Desde 2007, com o sinal digital, foi possível ampliar muitas funcionalidades nesse veículo. Prestes a iniciarmos a TV 3.0, um híbrido entre sinal de internet e de radiodifusão, muitas emissoras passaram a dar mais espaço a interatividade com o público.

Por meio de uma ferramenta desenvolvida por empresas de tecnologia, emissoras como a Rede Globo e algumas de suas afiliadas, conseguem colocar a opinião do telespectador, quase que simultaneamente, no ar. Para isso o público é estimulado pelos apresentadores dos telejornais a mandarem suas opiniões sobre os assuntos das reportagens para o whats app da emissora.

Vale ressaltar que, cada vez mais, os meios se convergem, a ponto de no telejornal abrir outras telas de dentro do estúdio. Durante o programa o apresentador mostra o monitor de onde chama a participação dos repórteres que estão ao vivo e mostra também a tela do G1 com os principais destaques daquele momento. A participação do site também pode ser por meio de algum repórter da web que entra ao

9. A TV 1.0 surgiu em 1950, no Brasil, com tecnologia analógica, nove anos depois do início da televisão comercial nos Estados Unidos. Nessa época a qualidade da imagem era baixa, em preto e branco e com muito chuveiro. Só para se ter uma ideia, as primeiras transmissões experimentais estadunidenses ocorreram há 100 anos. O gato Félix foi a primeira imagem transmitida, tinha 60 linhas de definição, o aparelho era uma caixa com tubo e hoje um aparelho digital, com tela fina e plana, chega a 1080 linhas. No início dos anos 1970 experimentamos a TV 1.5 com a inserção das cores nas imagens. Em 2007, o Brasil passou a receber o sinal digital, dando início a TV 2.0 e agora estudiosos e técnicos se debruçam sobre a TV 3.0, um híbrido entre internet e sinal de radiotransmissão, previsto ainda para essa década de 2020.

vivo, tendo ao fundo a marca do G1 para falar dos assuntos publicados por eles. É a televisão abrindo tela para o site, assim como no final do telejornal aparecem os símbolos das redes sociais, *instagram*, *twitter* e *facebook* e o apresentador lembra que o jornal e os bastidores estão nas redes sociais.

Outra mudança é que nos últimos tempos os repórteres e apresentadores têm publicado os bastidores das reportagens e da apresentação nas redes sociais ligadas a emissora. A empresa entende que os cliques e os *likes* chamam a atenção do público e geram o que esses veículos chamam de engajamento, por meio de hiperligações, muitas vezes, esse público é convidado a acessar a reportagem na página do G1 ou a assistir a um vídeo que foi exibido no telejornal e está disponível na plataforma de *streaming* da emissora, a Globoplay. São transformações institucionais, nas quais Hjarvard (2014) se refere como responsável pela integração dos meios de comunicação, principalmente dos digitais, ao mundo cotidiano de outras instituições, como o jornalismo, na qual os usuários também passam a produzir conteúdo midiático a partir do momento em que interagem. De acordo com o pesquisador, o serviço prestado pelos novos meios de comunicação consiste, especialmente, em produzir relações sociais entre as pessoas, e os usuários são cada vez mais estimulados a gerar conteúdos por si próprios.

O que podemos perceber é que esse telespectador envia conteúdo de reclamo de buracos na rua, problemas no bairro, comenta reportagens e até manda abraços e “alôs” para o apresentador e para pessoas da família.

O que se percebe é quanto mais espaço se abre para o público, mais ele participa, um hábito que cresceu muito com as redes sociais

onde a interação é cada vez maior e isso tem provocado mudanças na sociedade como aponta o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard (2014). Para ele, tanto o emissor quanto o receptor podem influenciar o conteúdo da comunicação, modificar instituições e processos culturais contemporâneos.

Segundo o pesquisador dinamarquês, nas redes sociais o controle absoluto de produção e distribuição de conteúdo não pertencem mais a empresas jornalísticas, como acontecia na tradicional comunicação de massa, nos novos meios o consumidor/leitor encaminha a notícia, comenta, critica, elogia e pode até trazer novas informações.

Conclusão

O comportamento do público mudou ao longo dos 72 anos de televisão no Brasil. No começo era um aparelho pouco acessível. Para ter acesso a programação era preciso ficar parado na frente do equipamento, geralmente localizado na sala. A imagem e o som foram melhorando com o desenvolvimento da tecnologia, o preto e branco deu espaço as cenas coloridas.

Com o desenvolvimento do videoteipe a programação não precisava ser somente ao vivo e com isso a grade se estendeu passando a ter mais horários disponíveis ao telespectador até que, com o tempo, deixou de ser interrompida e hoje há programas nas 24 horas do dia.

A tecnologia desenvolveu os smartphones que permitem assistir a programação da tevê no aparelho de celular aonde quer que a pessoa esteja, desde que tenha sinal de internet. Tudo isso fez com que o veículo se adaptasse a tantas mudanças incluindo a formato, a linguagem e a relação com o público. Tanta mudança requer muito estudo. Segundo

Stig Hjarvard (2014) é preciso redirecionar a atenção para os estudos de midiatização a fim de compreender como a mídia, a cultura e a sociedade estão mutuamente envolvidas no processo de mudança.

Referências

- Aligia. (1954, edição 02). Televisiolândia (coluna), *Radiolândia*, 1954. <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=128848&pagfis=93>
- Amaral, P. A. (2021). *Uma empresa de comunicação no cerrado: a TV Triângulo em tempos de ditadura militar* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Uberlândia].
- Busetto, Á. (2007, dez.). Em busca da caixa mágica: o Estado Novo e a televisão. *Revista brasileira de história*, 27(54). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26305412>
- Costa, E. (2015). *Mea culpa: O Globo e a ditadura militar*. Insular.
- Hjarvard, S. (2012). *Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural*. *Matrizes*, 5(2).
- Lins, F. (2012). 1948: o pioneirismo da TV em Juiz de Fora. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 1(2). <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/3927>
- Lins, F. (2013). Uma aventura chamada Tupi: os primeiros anos da TV Brasileira. *Rumores*, 7(13).

Marques de Melo, José. (2010). Inventário do percurso cognitivo desenvolvido por um intelectual gutenberghiano através do labirinto simbólico da televisão brasileira. *Conexão – Comunicação e Cultura, UCS*, 9(18).

Mattelart, A., & Mattelart, M. (2004). *História das teorias de comunicação*. Loyola.

MSTV 1a edição. (2016, 2 jan.). RMT 50 anos fala sobre a tradição dos televisinhos. <https://globoplay.globo.com/v/4713083/?s=0s>

Oliveira, J. P. (2019, 7 jan.). Lembranças televisivas. *Diário do Grande ABC*. <https://www.dgabc.com.br/Noticia/3004035/a-tv-o-televisinho-sons-e-imagens-que-ficaram>.

AUDIÊNCIA CONECTADA NO KPOP: MODELO DE EXPERIÊNCIA E CONSUMO AUDIOVISUAL ENTRE FÃS DA BANDA COREANA STRAY KIDS

Iluska Coutinho¹
Laura Coutinho Felz²

O avanço no acesso às novas tecnologias, associado a um cenário mundial em que o distanciamento social foi a forma de enfrentamento da pandemia Covid-19, potencializou relevantes transformações na sociabilidade contemporânea, cada vez mais experimentada entre telas. A experiência de consumo de espetáculos de música como produto de natureza audiovisual se tornou mais evidente com a realização de *lives*, alternativa, inclusive, para a sobrevivência do setor cultural em países

-
1. Doutora e mestre em Comunicação, Jornalista. Professora do curso de grad. em Jornalismo e do Prog. de Pós-Grad. em Com. da Univ. Federal de Juiz de Fora (UFJF). Coord. do grupo de pesquisa NJA. iluska.coutinho@ufjf.br
 2. Estudante de ensino médio, tem poema e artigo completo publicado em anais de evento científico sobre a temática de gênero e empoderamento feminino. lauracfelz@gmail.com

em que, como no Brasil, não houve políticas públicas de fomento no período. Se para a cadeia produtiva do setor cultural brasileiro a emergência sanitária foi o motor principal de transformação, no universo do *K-pop* a experiência musical há muito mobiliza um forte diálogo com produtos audiovisuais, consumidos sobretudo por meio do *Youtube* e outras plataformas de *streaming*.

No âmbito deste artigo a proposta é refletir sobre as relações entre a banda coreana Stray Kids e seus fãs, entendidos como audiência conectada de diversos materiais em vídeo, e postagens em redes sociais digitais. Entende-se que há a constituição de uma nova ambiência de consumo e experiência audiovisual fortemente ancorada em um modelo de negócio conectado às mudanças nos modos de experimentação dos consumidores de música. Por meio da tecnologia digital e diferentes formatos audiovisuais há estímulo para que fãs atuem de modo a consumir, reagir e (re)interpretar materiais em vídeo e digitais oferecidos, e muitas vezes comercializados, pelas gravadoras e pela indústria de *K-pop*. No universo de fãs de música pop coreana, o público não é apenas espectador passivo; por meio, sobretudo, de materiais em vídeos, como realities e shows com competições, a audiência atua de forma interagente (Amadeu, 2009), estabelece novos sentidos e conexões com o conteúdo em vídeo.

Considera-se que há, por meio da indústria de negócios do *K-pop*, um estímulo ao desejo por interação, entre telas, que se torna fonte para desenvolvimento de novos produtos em vídeo e/ou difundidos por plataformas digitais. Além de se constituir em fonte de monetização para as empresas, esses novos aparatos audiovisuais constituem-se em estruturas sociais, e simbólicas, que seriam recursos para o atendimento de um público cada vez mais conectado. Segundo Morin (2006), seria

por meio das interações que a sociedade se constituiria, em diálogo com os indivíduos que seriam também produzidos nesse processo. “Somos ao mesmo tempo produtos e produtores (...) tudo o que é produzido volta-se sobre o que o produz num ciclo ele mesmo auto constitutivo, auto organizador e auto produtor” (Morin, 2006, p. 74).

Surgido na década de 1990, o pop coreano se popularizou de forma global com o auxílio da internet e das redes sociais, sendo o Brasil um dos países que mais consomem esse gênero musical no mundo conforme números divulgados por plataformas de streaming. Por seu grande impacto, em termos de investigação, tal fenômeno tem sido observado a partir de perspectivas do design, da psicologia e dos estudos culturais. Sales (2022) observa a busca por inserção social e construção de identidade através da interação com o K-pop, independente da faixa etária pesquisada.

Tal aspecto relaciona-se com o nome da banda tomada como recorte neste artigo, Stray Kids (s.d.), cujo canal no Youtube possui 10,7 milhões de inscritos. Os materiais em vídeo tomados como objeto empírico e as interações ocorridas nos processos de consumo foram analisadas por meio da AMA - Análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2018) e evidenciaram sentidos atribuídos por fãs nas comunidades de experiência audiovisual.

Em termos metodológicos, o artigo recorre, assim, à combinação de métodos, entre os quais destacam-se o documental e a AMA, além da pesquisa bibliográfica, que ofereceu suporte teórico-conceitual para a interpretação dos dados à luz do problema de pesquisa proposto. O primeiro método, documental, foi utilizado durante a pesquisa exploratória preliminar realizada para a coleta, sistematização e seleção de material empírico de natureza digital (textos, imagens e vídeos), cujo tratamento

e interpretação foi realizado a partir da AMA, método de análise da materialidade audiovisual desenvolvido por Coutinho (2016, 2018) no âmbito do grupo de pesquisa Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA). A proposição do método buscou atender inicialmente carências quanto à procedimentos investigativos de telejornais, sendo posteriormente apropriado em pesquisas realizadas em outros gêneros e materialidades audiovisuais, tais como telenovelas (Lemos, 2021); programas culinários (Pinto, 2021); programas de entretenimento (Motta & Coutinho, 2021) e conteúdos culturais em vídeo (Santos, 2022).

Considerando os acréscimos realizados na aplicação da metodologia, a estrutura e redação deste artigo recorrem aos princípios estabelecidos na AMA - Análise da Materialidade Audiovisual. Além da proposta de compreender o produto em vídeo considerando a complexidade da experiência audiovisual, sem decomposições de suas camadas de linguagem e significação, no método há especial atenção para o que Coutinho conceitua como elementos paratextuais, as molduras a partir das quais produtos em vídeo são experimentados, quer no fluxo televisivo ou em experiências de consumo por demanda ou arquivo.

Assim, antes da análise dos produtos que são colocados em circulação a partir do grupo e/ou marca Stray Kids, serão apresentadas informações sobre a empresa JYP Entertainment, responsável pelo lançamento e distribuição de uma série de grupos e/ou artistas de k-pop.

Liderança em Telas, e Muito Consumo: A proposta de uma empresa asiática de entretenimento

De acordo com o site da JYP Entertainment Corporation, a empresa foi criada em 1997 por Park Jin Young, identificado como

“o produtor mais proeminente da Ásia na indústria do entretenimento” (<https://www.jype.com/>). Ainda de acordo com sua página na rede mundial de computadores, a empresa seria responsável pela descoberta e produção de alguns dos artistas de *K-pop* mais populares e de maior sucesso: God, Rain, Wonder Girls, 2PM, 2AM, miss A, GOT7, DAY6, TWICE, Stray Kids, ITZY, Xdinary Heroes e NMIXX. Esses seriam representantes do *K-pop* de acordo com o material institucional.

A empresa opera como uma gravadora, agência de talentos, empresa de produção musical, gestão de eventos, empresa de produção de shows e editora de música. É também reconhecida como uma das maiores gravadoras do setor de *K-pop*, com grande presença no mercado internacional, também ressaltada de forma promocional em seu site: “introduzimos, popularizamos e lideramos o domínio do *K-pop*, expandindo as atividades de nossos artistas para a indústria musical global através da rede de nossas subsidiárias no exterior, como JYP Japan e JYP China” (<https://www.jype.com/>).

Também nesse sentido, em seus materiais institucionais, a empresa busca destacar sua liderança no papel formativo dos artistas de *K-pop*, ao registrar o esforço da JYP Entertainment Corporation para identificar talentos criativos e desenvolvê-los para sua “adequação à indústria do entretenimento”. Esse processo de desenvolvimento é convertido também em produções audiovisuais, capazes de estimular a criação de vínculos entre os artistas e seu público, em programas que se assemelham ao formato reality-show, como abordaremos no artigo. Por meio de apresentações e audições realizadas durante esse processo formativo, também da audiência de cada grupo musical, o CEO Park Jin Young aponta aspectos que os futuros artistas da companhia devem

corrigir ou aprimorar para tornarem-se “líderes em entretenimento”, referência ao slogan da marca. Eles são expressos em valores presentes na apresentação da JYP em seu site: ‘Pense brilhante’, ‘Aja com eficiência’, ‘Como posso melhorar o sistema?’, e que seriam “valores ensinados e reconhecidos pelos talentos da JYP”.

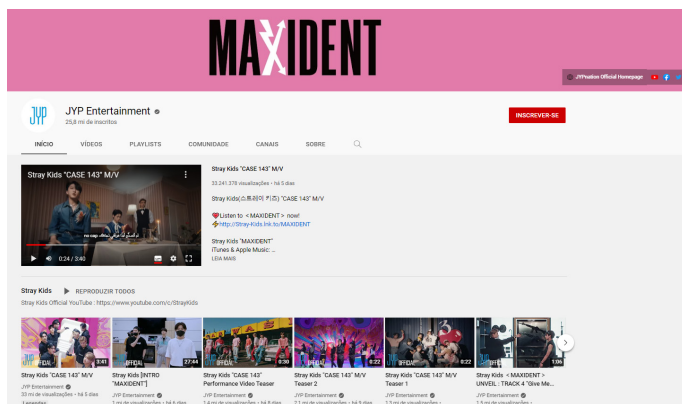
Além do material disponível em sua página institucional na internet, recorreremos neste artigo à análise do canal da JYP na rede de compartilhamento YouTube (YT), considerado como uma primeira moldura para a observação dos materiais em vídeo do Stray Kids, foco da análise realizada no texto. O canal da corporação no YT foi criado em janeiro de 2008 e contava no momento de finalização deste artigo, em 12/20/2022, com 25,8 milhões de inscritos e aproximadamente 17,8 bilhões de visualizações (JYP, s.d.).

No acesso ao canal da JYP Entertainment temos na página inicial uma imagem que faz referência ao mais recente álbum de artista da empresa, Maxident, do Stray Kids. Abaixo da imagem é possível ver uma tela que exibe de modo contínuo o clipe de uma das faixas do último lançamento da banda, Case 143. Os nomes de grupo e músicas estão grafados em hangul³ e em inglês, conforme imagem a seguir. Além disso, também na aba inicial do canal da JYP no YouTube é possível acessar playlist do canal oficial do grupo Stray kids, também nessa rede de compartilhamentos de materiais em vídeo, e experiências audiovisuais.

3. O alfabeto coreano, conhecido como Hangul ou Hangeul (em coreano: 한글) na Coreia do Sul e Chosŏn’gŭl na Coreia do Norte (em coreano: 조선글), é um sistema de escrita da língua coreana criado pelo Rei Sejong, o Grande em 1443. Cada bloco silábico do hangul consiste de no mínimo duas e no máximo cinco entre 24 letras, das quais 14 são consoantes e 10 são vogais.

Figura 1

Capa do canal da JYP Entertainment no YouTube.



JYP (s.d.).

Há ainda a partir dessa primeira moldura o acréscimo de uma informação importante, a de que um dos vídeos do Stray Kids estava no dia 11 de outubro de 2022 em uma posição de destaque ou em alta no feed de músicas, uma espécie de ranking da própria plataforma. Naquela data, entre as 30 músicas com maior atratividade, apenas duas eram internacionais, isso é, não eram de cantores e/ou bandas brasileiras: uma música do Stray Kids e outra de Sam Smith e Kim Petras.

Além dos acessos à informação e vídeos do Stray Kids a partir da moldura/ programação sistematizada no canal de sua empresa, a JYP, é importante recuperar a própria história de constituição do grupo, acompanhada durante episódios exibidos pelo MNet (Music Network), um canal de televisão por assinatura sul-coreano fundado em março de 1995. Assim, para alguns, o Stray Kids surge inicialmente como um projeto de estreia de ídolo masculino com o conceito de “trainees VS

JYP”, em que os candidatos a jovens artistas precisavam garantir sua “sobrevivência” a cada apresentação seguida de uma avaliação realizada pelo CEO da JYP. O Stray Kids foi ao ar pela Mnet entre 17 de outubro e 19 de dezembro de 2017, com um total de 10 episódios.

Em relação a outros realities shows de competição, musical inclusive, a novidade daquele programa, cujo título Stray Kids foi revelado em 21/09/2017, seria o fato de a disputa por sobrevivência ser coletiva e não individual; em vez de indivíduos disputarem um lugar para integrar uma equipe, os trainees da JYP estariam trabalhando com o objetivo de estrearem juntos.

Para o reality foi realizada inicialmente uma seleção interna, a partir da qual os trainees criaram suas próprias composições (música e coreografia) para se apresentarem em exibições, assistidas pelo CEO da JYP e pelo público. O julgamento incluiu tanto avaliação de habilidades individuais, quanto do trabalho em equipe a partir de missões surpresas em que os candidatos a integrar a banca deveriam ganhar a batalha “trainees versus JYP”. O programa mostrava dessa forma não apenas as apresentações, mas toda a preparação, os bastidores do cotidiano dos trainees.

O primeiro teaser de imagens com os nove membros foi revelado em 9 de outubro; ele foi precedido pelo lançamento on-line do teaser do videoclipe da música “Hellevator”, que foi co-composta e co-escrita pelos membros do 3Racha⁴: Bang Chan, Seo Chang-bin e Han Ji-sung.

4. O 3Racha é um sub-grupo do Stray Kids que existe desde o predebut, isso é, desde antes do lançamento da banda Stray Kids de forma pública. Eles são responsáveis pela produção de todas as músicas, e lançavam juntos projetos no soundcloud antes da estreia.

A Constituição de uma Banda e de seu Público em Dez Episódios

Nesta seção serão descritos de forma sintética os dez episódios do reality-show de mesmo nome da banda, que terminou em tom apoteótico, com a confirmação do debut ou estreia do Stray Kids. Para isso recorreu-se à pesquisa documental no canal oficial do grupo no Youtube, que funciona como repositório de seus materiais audiovisuais (StrayKids, s.d.). Acredita-se que durante a exibição do programa, uma temporada em dez capítulos veiculada entre 17 de outubro e 12 de dezembro, também foi aos poucos construída uma relação de empatia, de vínculo entre os fãs de *K-pop* e os integrantes da banda.

O primeiro episódio do reality mostra a primeira competição, entre dois grupos que buscavam integrar o casting da JYP, e participar daquele programa formativo e televisivo. Exibido no canal MNet, o episódio de 17 de outubro de 2017 mostrou a competição entre a equipe feminina de trainees da JYP, intitulada chamada 2team, e membros selecionados da equipe de trainees do sexo masculino chamada Male Project Team, um grupo formado e organizado pelo trainee de longa data Bang Chan, também um de seus integrantes. Foram exibidos os treinamentos de dança e vocais dos dois grupos, que receberam elogios do CEO da JYP. A escolha final de Park Jin-young pela equipe do Male Project Team teve como justificativa a força do trabalho em equipe do grupo.

Grupo selecionado, a primeira missão foi revelada no segundo episódio, veiculado no dia 24 de outubro de 2017. O desafio para os nove membros do Stray Kids foi compor sua própria música, preparar e apresentar uma performance a partir do qual seria determinada a possibilidade de eles terem uma estreia como grupo juntos, como haveria uma eliminação obrigatória. O episódio colocou em tela o processo

de mudança dos membros para o dormitório do grupo, ocorrido uma semana antes da performance, sua instalação no novo espaço e uma ida conjunta ao fliperama, evidenciando o estar junto no tempo livre. Foi apresentada ainda a seleção da música, realizada no Centro de Treinamento da JYP, e os primeiros exercícios para preparar a performance. No dia da avaliação, o grupo apresentou seu nome, Stray Kids, e a música intitulada “Hellevator”. O CEO Park Jin-young elogiou letra, arranjo e melodia da música, mas identificou problemas na performance, destacando problemas de alguns integrantes em alcançarem as notas do refrão. As críticas dirigidas aos membros que não teriam atendido ao padrão esperado, tiveram como resultado o anúncio de uma rodada de eliminação, no terceiro episódio.

Veiculado no dia 31 de outubro de 2017 o episódio 3 tinha como foco central a expectativa pelas performances de Min-ho, Jeong-in e Hyun-jin, que estavam em risco de eliminação. Park evidenciou suas críticas e redefiniu as atuações dos membros do grupo na apresentação de “Hellevator”. Em seguida definiu-se a missão seguinte, que deveria ser realizada em três trios. Os membros que estavam em risco de eliminação decidiram seus próprios companheiros de equipe: Min-ho escolheu Felix e Chang-bin; Hyun-jin escolheu Seung-min e Chan; e Jeong-in escolheu Woo-jin e Ji-sung. Cinco dias antes da apresentação, as equipes ficaram um dia de folga, mostrado no episódio, que também exibiu imagens da gravação do videoclipe de “Hellevator”.

No quarto episódio, veiculado em 7 de novembro de 2017, as três equipes mostraram suas apresentações aos outros dois trios do grupo, para comentários e conselhos. Na segunda missão de avaliação/ apresentação para o CEO da JYP, a equipe de Hyun-jin foi a primeira a se

apresentar com a música “4419”, baseada em suas experiências enquanto andavam no ônibus 4419 em Seul. Park elogiou seu desempenho geral. A equipe de Min-ho cantou uma música intitulada “Glow”, com letras sobre um time que trabalha bastante até o amanhecer. Chang-bin recebeu elogios, mas Felix foi criticado por não ser confiante, enquanto Min-ho errou a letra da música durante a apresentação. A equipe de Jeong-in se apresentou com a música “School Life” com letras sobre os dias dos alunos e uma ligeira rebelião. Ji-sung e Woo-jin receberam elogios, embora Park tenha criticado a falta de presença no palco do primeiro e de habilidades de dança do segundo. Já Jeong-in recebeu críticas por precisar melhorar suas habilidades de rap e dança. Apresentações realizadas, três integrantes corriam risco de eliminação: Jeong-in, Felix e Min-ho. O último deles foi eliminado ao final do episódio.

Apesar da eliminação, no episódio cinco (exibido em 14 nov. 2017), o CEP da JYP reconheceu que a carência nas habilidades de Min-ho devia-se ao seu menor período de treinamento em relação aos outros membros do grupo. De todo modo, com a eliminação ocorrida no episódio anterior, Stray Kids passou a ter oito membros. Após a eliminação, o grupo assistiu a uma palestra de Park que destacou pontos que promoveriam a realização de seus sonhos. O episódio mostrou as férias obtidas pelo grupo; em Gangneung eles foram para o mar, comeram no mercado central e brincaram de patinação no gelo. No programa os fãs puderam acompanhar uma conversa entre os integrantes do Stray Kids sobre a missão mais difícil até aquele momento, sobre a gratidão e lembranças de Min-ho. O integrante eliminado acabou participando do episódio por meio de uma mensagem em vídeo, assistida pelos membros do grupo.

A terceira missão do grupo, uma batalha “JYP vs. YG”, foi revelada por Park no sexto episódio (21 nov. 2017). Semelhante ao confronto de trainees das agências que aconteceu em um reality show de 2013, a batalha foi precedida pela escolha pelo grupo de seus representantes para as disputas vocal, dança e batalha livre. A equipe vocal, composta por Chan, Woo-jin, Ji-sung, e Jeong-in, precisava cantar uma música de um grupo feminino da outra agência. A escolha por “As If It’s Your Last”, do Black Pink, envolveu uma versão remix da música, adequando-a à proposta do Stray Kids. Os membros do 3Racha prepararam uma performance de rap intitulada “Matryoshka”, sobre bonecas tradicionais da Rússia. No dia da batalha, eles foram para a sede da YG Entertainment, onde conheceram os trainees da agência pela primeira vez. Na rodada de batalha livre, Chang-bin e Ji-sung se apresentaram com “Matryoshka” sem Chan, recebendo elogios dos avaliadores.

A batalha entre equipes “JYP vs. YG” teve continuidade no episódio 7 (28 nov. 2017). As equipes vocais de Stray Kids e YG se apresentaram sem problemas. Na batalha de dança, Stray Kids apresentou uma performance de palco original e única, enquanto os trainees da YG receberam algumas dicas de Park. Ainda nesse episódio é mostrado o novo desafio ou missão do grupo, apresentado em um brunch por Park: um evento de busking. Os integrantes do grupo foram para Hongdae para saber mais sobre as apresentações nas ruas⁵. Enquanto isso, Jeong-in e Felix se preparavam para evitar a eliminação.

No oitavo episódio, veiculado em 5 de dezembro de 2017, foi conhecido o local do evento de busking do Stray Kids: Sincheon.

5. Intitula-se como busking a prática de artistas se apresentarem em locais públicos, tanto para arrecadar dinheiro quanto para divulgar algum trabalho autoral

Membros de outras bandas, de gerações anteriores do Kpop⁶, foram convidados a assistir ao busking como ouvintes misteriosos de Park. O grupo Stray Kids apresentou três músicas: “Hellevator”, “School Life” e uma nova canção intitulada “Yayaya”. Park criticou as performances, com críticas a Chan, Woo-jin, Hyun-jin e Felix. Em clima de tensão, o episódio terminou com a eliminação de Felix e a sobrevida de Hyun-jin e Woo-jin que também tinham ficado na berlinda.

A missão final do grupo no reality foi apresentada no episódio 9 (12 dez. 2017). O CEO Park anunciou que haveria uma transmissão e votação ao vivo. Os membros do Stray Kids se reorganizaram para adequar a coreografia aos sete membros restantes. Um integrante de outra banda, Got7, visitou o Centro de treinamento e deu dicas. Alguns membros tiveram um treinamento vocal, outros praticavam a coreografia. O episódio mostrou a visita de outros membros do Got7 ao centro de treinamento, seus conselhos aos integrantes do Stray Kids para a transmissão ao vivo. O programa ainda mostrou uma conversa entre Park, Min-ho e Felix, quando os dois últimos ganharam uma segunda chance de fazer parte do Stray Kids. Ao final, os membros do grupo souberam que a votação para determinar a formação final do Stray Kids seria entre a apresentação com sete membros e a versão de nove membros da música.

O episódio de número 10, apresentado em 19 de dezembro de 2017, ocorreu com uma transmissão ao vivo realizada pela CJ E&M Ilsan Studio. O show foi apresentado por Kim Il-joong, com a realização

6. O site coreano Idology propõe a existência de 4 gerações do k-pop: 1ª Geração – O surgimento do K-pop (1996-2004); 2ª Geração – Expansão do K-pop e internacionalização (2004-2012); 3ª Geração – Mercado global e Desterritorialização (2012-2017) e 4ª Geração – Reterritorialização e estabilidade (2018- Atualmente).

de uma votação nacional na Coreia do Sul para determinar se o Stray Kids iria estreiar como um grupo de sete ou nove membros. A versão com sete membros de “Yayaya” e “Young Wings” foi apresentada primeiro. Park fez comentários positivos nas duas primeiras apresentações. Min-ho e Felix se juntaram ao grupo e apresentaram a versão com nove membros de “Hellevator”, “School Life” e uma nova música intitulada “Grrr”. O show ainda contou com uma apresentação especial e teve um resultado final claro, 96% dos votantes escolheram a composição do grupo com nove membros. A decisão foi referendada pelo CEO da empresa, que anunciou para breve a estreia ou debut do Stray Kids.

Menos de um mês após o fim do programa, em janeiro de 2018, a JYP Entertainment lançou um produto sonoro intitulado EP como pré-debut, intitulado ‘MIXTAPE’. Os EPs são uma produção sonora longa demais para ser considerada um single e muito curta para ser entendida como álbum. O EP ‘MIXTAPE’ continha sete músicas apresentadas pelo Stray Kids durante o programa, total ou parcialmente escritas e produzidas pelo grupo.

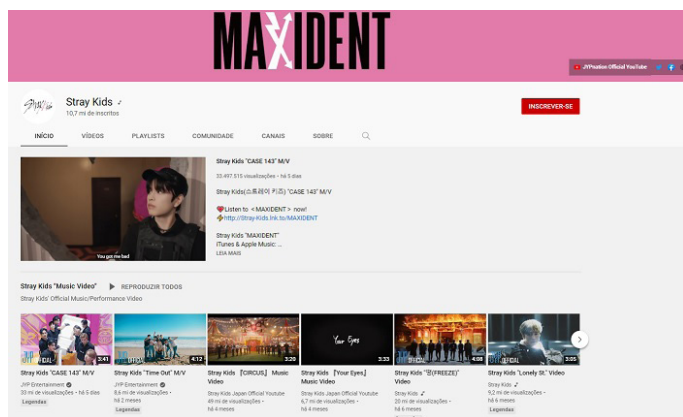
No dia 26 de março de 2018, foi lançado o clipe de debut do Stray Kids, “District 9”. O videoclipe possui mais de 61 milhões de visualizações, sendo considerado um dos debuts com mais views da história do K-Pop. O lançamento e estréia oficial da banda e de sua relação com o público por meio de materiais audiovisuais, transmitidos em televisão por assinatura e compartilhados por meios digitais de demanda, reforçam a relevância desse suporte na experiência do *K-pop*, e na sociabilidade de seus fãs.

Audiência e Ambiência Digitais: consumo e co-presença do público do Stray Kids em canais oficiais da banda

Na seção final do artigo são tomados como recortes empíricos importantes, alguns materiais veiculados no próprio canal do Stray Kids no Youtube, selecionados em diálogo com a proposta de refletir sobre as relações sobre a banda e seu público mediadas por meio do consumo audiovisual. Com 10,7 milhões de inscritos, o canal do grupo sul-coreano na plataforma digital de compartilhamento de vídeos contava no momento de finalização do artigo com 2,23 bilhões de visualizações.

Figura 2

Capa do canal do Stray Kids no YouTube



StrayKids (s.d.)

Ao entrar em contato com a parte superior da página inicial do canal é possível acessar o clipe mais recente da banda, que registrava em 12 de outubro de 2022 um total de 33,5 milhões de visualizações em após apenas cinco dias de inserção na plataforma, e outros cinco

materiais audiovisuais do grupo, postados na plataforma entre uma semana e seis meses antes. Registra-se que todos esses seis conteúdos audiovisuais em destaque possuem legenda, conforme é possível identificar na imagem. Os links de acesso aos materiais em vídeo revelam na experiência de consumo audiovisual a convivência entre trechos com legendas em inglês e outros em Hangul. Por outro lado, nos comentários é possível ver registros em diversos idiomas, vestígios de que o consumo é realizado em escala e público globais.

Para os fins do artigo selecionamos o material mais recente, e em destaque tanto no canal do Stray Kids quanto no da própria JYP Entertainment no YouTube, o videoclipe Stray Kids “CASE 143”. O material foi postado em 07 de outubro de 2022 no canal da JYP Entertainment e contava com alto engajamento do público, expresso nos seguintes números contabilizados na plataforma até a finalização do texto: 1,6 milhão de curtidas e 417.868 comentários.

Marcas da presença de uma audiência conectada, os comentários revelam presenças de um fã clube que pode ser caracterizado como uma babel de idiomas. Há manifestações em espanhol, russo e diversos idiomas eslavos, inglês, português, coreano, entre outros. Os comentários registram agradecimentos aos integrantes do grupo e aos outros integrantes do fã clube (intitulados stays); estímulo a mais visualizações e curtidas (“Gracias a los que siguen apoyando a los chicos. Vamos, tenemos que alcanzar esas metas, aquí nadie se rinde !!!”) e até pedidos ao *YouTube* para que reconheça os fortes vínculos que se estabelecem entre o grupo e sua audiência, conectada.

As trocas de experiências de consumo de música e audiovisual, em formato digital e descentralizado, indicam que a ambiência digital

que se constitui no entorno de grupos de k-pop, como o Stray Kids, é um fenômeno contemporâneo global a requerer olhares mais atentos de pesquisadores. Em particular a constituição de comunidades dispersas, mas que se reúnem pela participação, e evidenciam um consumo que se pretende memorável e uma expressão de gratidão aos integrantes da banda, pode ser percebida como um fator unificador entre os comentários, entre os quais destacamos dois: “Nosotras podemos, vamos por mucho más!!!!” e “RECUERDEN SOMOS UNA FAMILIA, NO SE SEPAREN Y TRABAJEN JUNTAS, INCLUSO SI TIENEN DIFERENCIAS APOYEMONOS, AYUDEMOS A LAS BABY ST4Y, VAMOSSSS”.

Além dos vídeos e materiais que aparecem em destaque na parte superior do canal do Stray Kids no *Youtube* há seções para: acessar os álbuns do grupo; vídeos de coreografias; skz talker, que são diários em vídeo produzidos durante o período de turnês e promoção dos álbuns; skz record, materiais especiais, com músicas de caráter autoral ou não acessados exclusivamente pelo canal do grupo no *Youtube*; skz vlog, que são conteúdos em vídeo individuais, produzidos de maneira independente pelos integrantes do Stray Kids ainda que sem uma periodicidade definida; skz code, um programa de variedades cujo acesso é realizado apenas no YouTube; 2 kids room, uma série audiovisual distribuída por meio do canal do grupo na plataforma em que são exibidas conversas entre uma dupla a cada vídeo; skzoo, vídeos em que os integrantes do grupo performam vestidos com seus avatares (também comercializados, destaca-se, em uma série de produtos: pelúcias, chaveiros etc).

Importante ressaltar que nos vídeos e materiais postados no Youtube sempre há a inserção dos links para acesso à outras redes sociais digitais e plataformas de acesso ao conteúdo da banda como: link direto

para o álbum no iTunes & Apple Music e Spotify; Stray Kids Official YouTube; Facebook; Instagram; Twitter; TikTok e Official Fan's. Esse último espaço é vinculado ao espaço de fãs da JYP e exclusivamente grafado em hangul, apesar de no menu haver registros em inglês.

Além desses ambientes de compartilhamento e experiência como comunidades de fãs há um outro produto/ espaço de consumo que merece destaque na relação entre o Stray Kids e seus fãs. Trata-se do bubble, uma forma de ressignificar as bolhas do ambiente web, burlando os algoritmos das redes por meio do pagamento de taxa que garante aos fãs um espaço “reservado” para receber conteúdos produzidos de forma individual pelos integrantes do grupo.

Figura 3

Print do aplicativo JYP Bubble

bubble 친구 8



Bang Chan



Changbin



Felix



HAN



Hyunjin



I.N



Lee Know



Seungmin

bubble for JYPnation (s.d.).

Por meio do “bubble” os fãs também podem escrever mensagens para os ídolos, embora nem sempre possam se concretizar o diálogo e interação efetivos.

Conclusão

Os altos índices de visualizações e reações aos conteúdos audiovisuais postados em redes sociais de compartilhamento de vídeo, como o *YouTube*, evidenciam o papel desse tipo de suporte nas relações contemporâneas entre as bandas de *K-pop* e seus públicos. Tomado como objeto na pesquisa cujos resultados preliminares foram apresentados no artigo, o grupo sul-coreano Stray Kids é exemplo dessa nova ambiência entre artistas e seus fãs, e que se estabelece cada vez mais por meio de materialidades audiovisuais, que podem ser consumidas ao redor do mundo, mas também no ambiente seguro escolhido por cada membro da comunidade digital de experiência.

Boa parte dos conteúdos em vídeo está disponível para acesso gratuito para fãs de todo o mundo, que podem consumir a cultura musical asiática em diferentes gêneros audiovisuais e produtos em vídeo. Esse grande público, disperso e descentralizado, se constitui dessa forma de maneira global e também mais acessível, mesmo sob o ponto de vista financeiro, considerando a desnecessidade de pagamento de deslocamentos e de ingressos para participar de um show musical nos moldes tradicionais.

O consumo realizado nas plataformas digitais, estimulado por outros fãs na comunidade que se estabelece por meio dos comentários, revela por outro lado que os números de visualizações são um valor importante, e que deve ser buscado. Em forma de trocas que se

estabelecem entre os fãs que deixam palavras de apoio e afeto nas postagens, fica evidente a importância de explicitar a dimensão do consumo, também como forma de gratidão aos integrantes da banda. O consumo de materiais em vídeo torna-se dessa forma um valor a ser monetizado pelas bandas sul-coreanas.

A partir desses espaços de consumo, gratuitos e mais democráticos, são constituídas e estimuladas outras formas de experiência e sociabilidade entre fãs e integrantes da banda. Esses sub produtos são oferecidos em outras redes, geram materiais patenteados e comercializados a partir dos desejos dos fãs. O YouTube acaba por se constituir em uma rede não apenas de acesso à conteúdos em vídeo, mas se converte também em repositório de memórias dos fãs com a banda e de suas formas e hábitos de consumo de música e conteúdos audiovisuais multiplataforma.

Referências

- Amadeu, S. (2009). Economia da cultura digital. In R. Savazoni & S. Cohn (Orgs), *Cultura digital.br*. Azougue editorial. <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/09/cultura-digital-br.pdf>
- bubble for JYPnation. (s.d.). Recuperado em 2022, junho 30, de <https://apps.apple.com/us/app/bubble-for-jypnation/id1538372244>
- Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual - da Dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. En C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs), *Epistemologias do telejornalismo*. Editora Insular.

Coutinho, I. (2016) *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, São Paulo, SP, Brasil.

JYP. (s.d.). *Início* [canal do YouTube]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/c/JYPEntertainment/about>

Lemos, B. T. (2021). *A representação de gênero na telenovela: um estudo sobre Elisabeta e as personagens femininas em Orgulho e Paixão* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora]. <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/12643>

Morin, E. (2006). *Introdução ao pensamento complexo*. Sulina.

Motta, B. da F., & Coutinho, I. (2021). *Elas vão passar e ninguém mais vai dar risada: representação trans e travesti no “Amor & Sexo”* [Trabalho apresentado]. 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Recife, PE, Brasil.

Pinto, T. B. (2021). *Dramaturgia da alimentação: nutrição, gastronomia e saúde como produtos de comunicação audiovisual* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora]. <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/12756>

Sales, C. T. M. de. (2022). *Variações do estágio de desenvolvimento dos jovens adultos à partir da interação com a cultura coreana* [Monografia de graduação, Universidade Federal do Maranhão.] <https://monografias.ufma.br/jspui/handle/123456789/5378>

Santos, V. L. F. dos. (2022). *Uma análise das narrativas audiovisuais artistas: a produção de conteúdo de informação cultural na TV e nas plataformas digitais* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora]. <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/14009>

Stray Kids. (s.d.). *Início* [canal do YouTube]. Youtube. Recuperado em 2022, outubro 11, de <http://www.youtube.com/c/StrayKids>

TELEVISIÓN PÚBLICA EN EUROPA Y BRASIL: ALGUNOS APUNTES COMPARATIVOS

Lueluí Aparecida de Andrade¹

Este artículo, analítico, intenta plantear algunas de las relaciones que se pueden establecer en el análisis comparativo entre las televisiones públicas de Europa, a partir del curso “La televisión pública en Europa: estrategias programáticas en el escenario digital”, impartido por la profesora postdoctorada Belén Monclús², en la Universidade Estadual Paulista – UNESP, institución brasileña, con base en el mismo curso y otras referencias, obtenidas en publicación especializada y noticieros de internet, referenciados.

-
1. Doctoranda del Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidade Estadual Paulista - UNESP. lueluih@yahoo.com
 2. Profesora Postdoctorada Belén Monclús Blanco, de la Universidad Autónoma de Barcelona, periodista, investigadora y profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UAB, integrante del GRISS – Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis desde 1997 y la coordinadora del Observatorio de la Radio (l’OBS), desde 2007.

Con la reserva de eventuales equívocos, teniéndose en cuenta que el dicho curso fue subministrado de forma verbal y los datos aquí expuestos son basados en apuntes de la autora del artículo, se pueden, en cuanto asequible, trazar paralelos entre las dos realidades, principalmente entre la historia distinta de ambas las emisiones de radiodifusión (en especial del origen de las teles públicas), a se consideraren los puntos en común entre todos los países analizados en el curso, o sea, del continente europeo, con enfoque en cinco de las naciones, y de Brasil, así como de la tecnología elegida para la producción y transmisión digital.

Para el análisis de la televisión en Brasil (donde sobresale la televisión de propiedad privada), se tomaran textos de autoras y autores brasileños que han desarrollado en escritos publicados como libros o artículos y tesis, presentados en importantes universidades (públicas).

Otro aspecto puesto como aportación a ejemplo es la noticia de la muerte de un importante actor (en términos generales) de la cultura brasileña, que ha trabajado tanto en la televisión privada como en la pública, noticiada en sitios de Internet, por portales noticieros ligados a cada modalidad de televisión, que refleja, al ver de la autora, la realidad de la división de los espacios de audiencia en cada línea de actuación.

Orígenes de la Televisión Pública en Europa y Brasil

Según la profesora doctora Belén Monclús Blanco, que suministró el curso planteando el contexto de la televisión digital terrestre en Europa, en sus aspectos tecnológicos, regulatorios, económicos y socio-culturales, con énfasis en cinco países y destaque para un módulo de estudio de la televisión pública, la radiodifusión en Europa empezó como monopolio público, así considerado hasta la década de 1980,

basado en que el espectro de ondas siempre se comprendió como un bien, un recurso público escaso, que debería estar bajo el control del Estado. La confiabilidad conquistada en ese período se siente hasta hoy en día, buscando la población la información segura en los canales públicos. Entre 1980 y 1990 se inició el proceso de privatización y de desregulación del sector audiovisual en el continente europeo. El sistema, liberado, pasó a ser visto como un *servicio* y no más un bien o recurso público.

En la primera ola de liberación (1980-1990), cuando ya se logró la abertura generalizada al mercado, con la quiebra definitiva de los monopolios, los operadores públicos deciden que quieren seguir siendo influyentes, competitivos y juegan de igual con los privados, en inicios en igualdad y equilibrio numérico.

Hoy por hoy, el sistema de radiodifusión enfrenta la crisis mundial, con 40% menos presupuestos y la mitad del personal técnico (periodistas, por ejemplo). Bien así, las operadoras de televisiones públicas y privadas se encuentran en igualdad de condiciones, diferentemente del resto del mundo, ambas “luchando” *face to face*, muro contra muro, por audiencia y por ingresos de publicidad, sea directa o por “patrocinio cultural” - que muchas veces constituye una especie de “trampa”, a veces con venta de discos, por ejemplo. Como la tele paga (por “firma”) tiene menor penetración, la abierta y generalista es la más consumida.

La legislación es protectora, pero resulta desobedecida, como el caso del tiempo de publicidad, regulado en 12 minutos máximos, por hora, por la Unión Europea, siendo que España expone su público a

25 minutos, es alertada, pero lo continúa haciendo. Lo único país con poder de sanción, internamente, es Francia.

Por supuesto, las directivas supranacionales europeas (Televisión Sin Fronteras y Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, de 2010 - de la Unión Europea) prescriben doce minutos diarios y los países pueden disminuir el patamar (Gran-Bretaña permite 6', Alemania 8' para privados, limitados en horario noble, 6' para públicos, prohibidos para horario noble). Las demás directrices (como promoción de culturas y lenguas, no haber publicidad en programas periodísticos - de donde sacaron, con la crisis, los deportes y previsión del tiempo para obtener publicidad -, religiosos o para niños, y demás regulaciones) deben ser de obediencia general y la ley del país, o interna a él, solo puede ser más restrictiva, nunca más liberal – la regla es cuanto mayor la localización, mayor la restricción. La DSC, descrita, es más flexible que la primera, especialmente para facilitar la publicidad, prevé auto-regulación, que favorece la industria, o co-regulación, término escorridizo, que conjugaría el libre albedrío con regulación.

En cuanto a la programación, suele ser raro haya entradas en vivo, excepciones a las grandes tragedias, como el 11 de Septiembre o la Guerra del Golfo. Hay falsos directos, que simulan serlo, pero son grabados. Y suelen ocurrir retrasos injustificados, como el accidente de Galicia, con un tren y miles de personas heridas o muertas y un gran canal (TV central española) notició solamente dos horas después. Los “telepredicadores”, por otro lado (al contrario de la realidad brasileña), son también raros, en canales privados aislados.

La crítica más fuerte es de que sujetas a las leyes del mercado, toda la televisión se queda esclava de la tiranía de la máxima audiencia,

para eso tiene de tener penetración más rápida, lo que provoca homogeneización de la oferta de contenido.

En Brasil, al revés, se siguió el *Trusteeship Model*, o sea, el modelo estadounidense de la década de los años 1930 del siglo XX, lo cual privilegia totalmente la actividad privada comercial, desde que la televisión empezó, o sea, nunca hubo preponderancia del sector público de radiodifusión.

La Constitución de la República Federativa de Brasil (el país es una federación, dividida en 26 “Estados” – amén del Distrito Federal, donde se queda la capital del país, con papel semejante a un Estado -, que equivalen a provincias e no tienen tanta autonomía, como en España, por comparación, debiendo todos seguir las leyes nacionales – federales – y hacer la propias, todavía jamás contrariando las de nivel federal, menos aún la Constitución Federal), establece en sus artículos 220 a 223:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. (...)

§ 3º - Compete à lei federal: (...)

II - *estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.* (...)

§ 5º - *Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.* Art. 221. *A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:*

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002) (...)

§ 3º *Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.* (Incluído pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002)

§ 4º *Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º.* (Incluído pela Emenda Constitucional nº 36, de 2002) (...)

Art. 223. *Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.* (Resaltes aplicados, ausentes del texto original)

Así, en teoría la radiodifusión y los medios electrónicos, incluidos por el artículo 222, párrafo tercero, son concesiones o otorgas públicas y por lo tanto deben obedecer a los principios dispuestos en la Constitución. Los plazos son de diez años para emisoras de radio y quince para televisiones. Para propiciar equilibrio al sector, se obedecería a la complementariedad entre el sistema privado, público y estatal. Amén de la Constitución, hay aún en vigor el “Código Brasileiro de Telecomunicações”, de 1962, pero fraccionado por la “Lei Geral de Telecomunicações”, de 1997, que posibilitó disminuir el control estatal sobre los medios de comunicación.

En la práctica, todavía, lo que se tiene son oligopólios de grandes grupos familiares, religiosos o no (hay progresivo avance de toma de otorgas por iglesias neopentecostales o evangélicas), la propiedad cruzada de los medios de comunicación, con la clara hegemonía de un grupo, llamado Sistema Globo de Televisión (que también detiene portales noticieros en Internet y control sobre periódicos), lo cual detiene 60% de todos los presupuestos de publicidad en el país, según Venício Arthur de Lima (Lima, 2011, p. 30). De acuerdo con ese autor, la media brasileña “fue siempre oligopotilizada” (Lima, 2011, p. 29).

Amén de los grupos con influencia sobre el Congreso Nacional (conjunto de dos casas legislativas nacionales, a nivel federal, Cámara de los Diputados y Senado Federal), miembros congresistas detienen concesiones de radiodifusión, directamente. Así, “el poder concedente se transforma en poder concesionario” (Lima, 2011, p. 32). Hasta muchas de las radios “comunitarias”, hechas y desarrolladas para ampliar el poder de participación de pequeños grupos, comunidades y entidades, y para dar voz a los ciudadanos, son apropiadas por políticos o líderes religiosos, para propaganda, los cuales muchas veces son propietarios de otras concesiones. Estudio realizado por Lima (2011) apunta que los 50,2% de las radios comunitarias, entre 1999 y 2004, estaban en manos de esa gente. Esta realidad confiere un carácter de total dominación ideológica en el país, controlándose lo que la sociedad debe discutir y pensar. Las negociaciones de políticas públicas se quedan solamente entre el Estado-Nación y los grupos privados.

Mientras eso, la red pública de radiodifusión, totalmente minoritaria, equilibrase entre la intención de producir productos culturales y de información de calidad y los presupuestos públicos para eso, cada

vez más escasos. Televisões Educativas de algunos estados de la federación (TVE's) y la Radio y Televisión Cultura, de São Paulo, son ejemplos. Poco a poco, la propia legislación las obliga a obtener dinero de la publicidad. Audiencia es cosa de que jamás contaron con número significativo, entonces no es la prioridad, aunque si más disminuye, más justificantes tendrán los organismos gubernamentales para bajar aún más los presupuestos públicos.

Según Deborah Cunha Teodoro y Carlo Napolitano (2018), la ausencia de regulación legal (o mas bien de regulación legal – el término genera controversia y intensificación de protestas de parte de las compañías que explotan la radiodifusión nacionalmente, atribuyendo presunto carácter de *censura* estatal) mantiene sin efectividad el o principio constitucional de la complementariedad.

¿De qué se trata?

Como explican los autores, en consonancia con los análisis de este artículo, la “anomia” del sector es una das causas para distorsiones del sistema, como es el caso del control de firmas por políticos titulares de mandato en el gobierno:

Ao tratar da outorga para a exploração da radiodifusão, a Constituição de 1988 prescreveu a divisão em sistemas privado, público e estatal, os quais ainda se encontram pendentes de regulamentação legal. Até o momento, pode-se dizer que o sistema estatal refere-se ao espaço de comunicação reservado àqueles que exercem o poder do Estado, enquanto os sistemas privado e público não deveriam ser controlados por atores estatais, como políticos titulares de mandato eletivo, para não gerar conflito de interesses e salvaguardar a todos o acesso ao direito à comunicação. (Teodoro & Napolitano, 2018, p. 1)

Anomía o anomia suele ser definido como “estado de desorganización social o aislamiento del individuo como consecuencia de la falta o la incongruencia de las normas sociales”, de acuerdo con el diccionario Oxford. En el caso de la comunicación y radiodifusión en Brasil, el hecho hace con que la tripartición entre los sistemas público, estatal y privado no se constituyan.

Y, además, hay dificultad de fiscalización de los sistemas ya en implementación.

Por supuesto, como nos acuerdan Teodoro y Napolitano, citando Priolli (2008), la complementaridade, establecida em la Constitución, haz con que “os serviços de rádio e televisão devem ser classificados como serviço público privativo do Estado (sistema de radiodifusão estatal), serviço público não privativo (sistema de radiodifusão público) e atividade econômica em sentido estrito (sistema de radiodifusão privado), o sea, el Estado, la sociedad civil y las compañías privadas deberian detener la propiedad de los medios, siendo los médios “públicos” los que no tienen función estrictamente privada (en el sentido de obtenerse lucro).

Así, la tripartición garantizaría la pluralidad: cuantitativa (división de número de medios) y cualitativa (pluralidad de contenido):

A forma como, atualmente, encontram-se regulamentados os serviços públicos de rádio e televisão não diferencia os conceitos intrínsecos ao princípio constitucional da complementaridade dos sistemas de radiodifusão, que precisam ser organizados pelo legislador, para que possam ser prestados pelos poderes estatais, sociedade civil e iniciativa privada, nem estabelece regimes jurídicos diferentes. Obedecer à normatividade constitucional considera que os serviços de rádio e televisão devem ser classificados como serviço público privativo do Estado (sistema de radiodifusão estatal), serviço público não privativo (sistema de

radiodifusão público) e atividade econômica em sentido estrito (sistema de radiodifusão privado), salienta Priolli.

(...)

O princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal da radiodifusão nada mais é do que uma manifestação particular do princípio do pluralismo no campo da comunicação social, em prol da estruturação policêntrica do sistema de radiodifusão, em favor da diversidade das fontes de informação e da multiplicidade de conteúdos audiovisuais a serem disponibilizados para o público. Por isso, os serviços de radiodifusão constituem atividades que devem ser compartilhadas entre o Estado, a sociedade e o mercado. Dessa forma, a interpretação de aludida norma constitucional deve se dar consoante o princípio do pluralismo nos âmbitos quantitativo (pluralidade de estruturas organizacionais comunicativas ou, em outros termos, pluralidade dos meios) e qualitativo (pluralidade de conteúdo audiovisual diverso ou pluralidade nos meios de comunicação), uma vez que tal norma tem por função a oferta equilibrada de produções audiovisuais nos setores privado, público e estatal, cabendo ao Estado adotar normas e procedimentos para cumprir tal tarefa. (Teodoro & Napolitano, 2018, pp. 2-3).

La autora y el autor señalan que son tres los aspectos: el primer dirigido a contextualizar la falta de regulación de las comunicaciones en Brasil; el segundo, sobre el origen y significado del principio de la complementariedad (que logra ser campo fértil a distintas interpretaciones, especialmente en el ámbito jurídico); el tercer, abarcando el conflicto de intereses que genera la posibilidad de que los parlamentarios, miembros o asociados de canales de radio y televisión para otorgar y renovar sus propias concesiones.

Nos detendremos a observar el tercer aspecto.

Por supuesto, como ya planteamos, los dueños de teles privadas ejercen muchísimo poder en Brasil.

Uno de los ejercicios es respecto a la estancia directamente o por prepuestos en las casas en las cuales se le hacen las leyes.

Como nos recuerdan Deborah Teodoro y Carlo Napolitano, la Constitución Federal determina, en el artículo 22, fracción IV, que corresponde exclusivamente a la Unión legislar sobre radiodifusión; en su artículo 223, §§ 1, 2 y 3, atribuye al Congreso Nacional la facultad de apreciación de los actos de otorgamiento y renovación de concesiones, permisos y autorizaciones de radiodifusión.

Por lo tanto, el Estado, al desempeñar el papel de actor principal en el campo de las comunicaciones, otorga al Ejecutivo la facultad de tomar la iniciativa en la formulación de políticas públicas dirigidas al sector. Sin embargo, en el caso de la radiodifusión, la Constitución de 1988 estableció que la competencia para otorgar y renovar canales sería compartida con el Poder Legislativo (Lima, 2011, p. 31)

Así, la facultad atribuida a los parlamentarios, a nivel federal, para la concesión y renovación de canales de radiodifusión, adolece muchas veces de falta de imparcialidad e independência, al encontrar un obstáculo en el interés particular de algunos de ellos: la participación de diputados federales y senadores es recurrente, como socios (o asociados) de empresas prestadoras del servicio de radiodifusión.

De acuerdo con la historia brasileña, en la que prácticas clientelistas, como el “coronelismo electrónico”, dominan el sector de las comunicaciones, no sorprende que los titulares de mandatos electivos en el Legislativo Federal sean propensos a votar por la aprobación de concesiones y renovaciones de canales, a fin de no generar un conflicto de interés que pueda poner en peligro el análisis de sus propios procesos.

Esto, considerando los casos en que no les corresponde votar la aprobación de sus propias concesiones o renovaciones, lo que perjudica el sistema de pesos y contrapesos, idealizado por Montesquieu y delimitado por la separación de poderes, la que evoca la constitución federal brasileña de 1988.

Dado que muchos diputados y senadores son propietarios o directores de estaciones de radiodifusión, por lo tanto, trabajan en el sector privado, lo que les priva de autonomía de decisión para tratar temas relacionados con la materia, el conflicto de intereses que se genera es claro, por la disposición constitucional que les otorgaba la facultad de legislar sobre la materia o fiscalizar el servicio.

Una de las Cámaras del Congreso Nacional, incluso, ya ha reconocido que “la propiedad y dirección de las estaciones de radio y televisión son incompatibles con la naturaleza de cargos políticos y el control de las concesiones públicas, dado el notorio conflicto de intereses” (como en Cámara de los Diputados, 2009, p. 54, como citado en Araújo, 2013, p. 29).

A pesar de lo que establecido en la Constitución Federal, prohibiendo esas prácticas, la realidad es que dichos problemas suelen ocurrir a menudo. De acuerdo con Teodoro y Napolitano:

Todavía, mesmo sendo considerado inconstitucional e ilegal, ainda é elevado o número de parlamentares detentores de concessões de rádio e televisão, o que reflete, inevitavelmente, nas decisões que visam manter seus interesses pessoais e privilégios ao votar tais processos. Embora a divisão do serviço de radiodifusão estabelecida pelo artigo 223 da CF/1988 impeça, objetivamente, a participação dos titulares do poder estatal nos sistemas público e privado, não requer evidência alguma de que os parlamentares no exercício de mandato eletivo interfiram, de fato, na autonomia

privada. Trata-se de uma garantia objetiva que não exige a produção de dano. Como os meios de comunicação que contam com a participação de políticos em seus quadros societários podem restringir informações que prejudiquem seus sócios ou associados, torna-se difícil descobrir os casos de uso político das concessões, permissões e autorizações. Portanto, a despeito da sua inconstitucionalidade (por violar preceitos fundamentais como liberdade de expressão e autonomia da imprensa, direito à informação, divisão entre sistemas estatal, público e privado da radiodifusão, garantia constitucional de realização de eleições livres, soberania popular, pluralismo político, princípio da isonomia, direito à cidadania, impedimentos e incompatibilidades inerentes ao exercício de mandato eletivo, independência dos membros do Poder Legislativo, proibidade administrativa e democracia), a participação direta ou indireta de políticos titulares de mandato eletivo, como sócios ou associados de pessoas jurídicas concessionárias, permissionárias ou autorizatárias de radiodifusão, é uma realidade corrente, cujas origens culturais históricas permanecem em curso, contudo, tal prática está sendo questionada junto ao STF. (Teodoro & Napolitano, 2018, p. 13)

STF es el nombre abreviado del Supremo Tribunal Federal, la corte suprema de Brasil, que detiene la misión principal de la guardia de la constitución, o sea, decir, en última instancia, lo que es y lo que no es conforme con la constitucionalidad, para garantizar el cumplimiento de la llamada Carta Magna, la ley más grande y importante de la nación.

La cuestión del poder privado sobre la radiodifusión brasileña también fue abordada por Andrade (2017) en su tesis de maestría “O Direito e sua Linguagem na Sociedade Midiatizada: o julgamento do Mensalão do PT e a atuação de juristas na mídia como tradutores do juridiquês”. Como dice antes de la presentación del capítulo “Muito além da fórmula ‘espetáculo para vender jornal’ ou Thompson não previu: o tamanho do poder da mídia no Brasil em apontamentos da

economia da comunicação”, es posible trazar una comparación entre los países de economía y política o democracia más inestables (países latino-americanos, no solo Brasil) con países del continente europeo.

Para realizar un estudio crítico de los medios, que es lo que nos propusimos, no podemos dejar de trazar un panorama de las especificidades de los medios en el país. A diferencia de sociedades más democráticas, el perfil de concentración y poder que se observa localmente solo tiene paralelo en otras naciones periféricas, como los países latinoamericanos.

En el congreso Ulepicc 2017-45, los investigadores latinoamericanos presentes expusieron los diferentes escenarios de la comunicación social en sus países, desde Argentina, en el escenario de oposición y dismantelamiento de la regulación lograda con la Ley de Medios, bajo el gobierno de Cristina Kirshner, hasta Colombia, donde oponerse al establecimiento representa un riesgo de muerte, teniendo todos un elemento común, la oligopolización.

No es que sean exclusivos de países con economías dependientes, pero adquieren contornos inimaginables en democracias más fuertes, en Europa e incluso en Estados Unidos de la América.

Pero lo que el autor citado en el título del capítulo, John B. Thompson, no pudo imaginar es que propietarios de redes de televisión y radio en dichos países, y así es en Brasil, para ellos es que el lucro y tan solamente el lucro conduzcan las acciones de esos propietarios.

Defiende la autora Lueluí de Andrade hasta qué punto la ética (o falta de ética) llevan a ellos al paroxismo: todo es permitido en honor del dinero y, con el teórico brasileño Muniz Sodré, incluso temas “edificantes” son transmitidos, desde que resulten en lucro. Diserta que Thompson percibe que en ocasiones dueños se involucran con políticos y viceversa, pero no vislumbra que los dueños sean en latinoamérica

ellos mismo los políticos, estén o no estén en funciones públicas, dado el poder que detienen:

[Thompson] Incluso toca el tema de favorecer a los grupos de poder a los que el dueño del vehículo simpatiza más por el escándalo, cuando rivales, antagonistas de estos grupos están involucrados en el ámbito político.

Y sólo se desliza en la cuestión de la relación entre la narrativa difundida y los hechos, señalando que los medios pueden dar un aumento exagerado a la importancia que realmente tuvo el hecho, utilizando la expresión “construcción” del escándalo sólo en el sentido de armar las piezas con menos o menos énfasis a medida que crece el interés del lector o de la audiencia.

Sin embargo, argumentamos que el análisis en profundidad que realiza pasa por alto dos implicaciones fundamentales para la comprensión del fenómeno en Brasil y en toda América Latina: no considera que los medios mismos son un grupo de poder; y examina sólo la superficie de la situación de manipulación de los hechos, de ocultamiento de la verdad, común en el continente por la falta de regulación. En palabras de Venício Artur de Lima (2001), en el territorio de la *no ley*.

Avances y Retrocesos en Brasil

Entre los pocos avances vistos en Brasil, como señala Lima (2011), se encuentran los actos del ex-presidente Lula da Silva, entre 2003 y 2010. Consiguió implantar la EBC – Empresa Brasil de Comunicação, con fusión de la red pública Radiobras con dos redes estatales y el canal digital de São Paulo, entre 2007 y 2008. He convocado y realizado la “Primeira Conferencia Nacional de Comunicação - Confecom” y he logrado alguna regionalización de los presupuestos para publicidad. También pudo lanzar el “Plano Nacional de Banda Larga” (banda ancha), intentando llegar toda la población, incluso la más pobre, democratizando el acceso.

Como retroceso o reculo, podemos indicar la elección del modelo japonés de televisión digital, el SBTVD (Sistema Brasileiro de Televisão Digital), escogido en el mismo gobierno, en el año 2003, lo cual sigue los intereses de los concesionarios privados.

Lo que tenemos en común entre Europa y Brasil, hoy por hoy, es la disminución de la calidad de los contenidos públicos, tras la búsqueda incesante por audiencia y publicidad, con avances del mercado privado sobre los espacios aún conservados por la televisión pública, con la misma justificativa de que regular el medio sería desleal o heriría la libre competencia (la competencia en Europa aún defendería el sector público, lo cual tendría doble financiamiento, argumentan los privados), con el agravio en Brasil de la falacia o sofisma de que la protección en contra la publicidad desmedida o contenidos sensacionalistas o apelativos heriría la libertad de expresión o información.

La Tecnología Elegida

La radiodifusión en Europa invierte en técnicas de tratamiento de la señal, con la *multiplexación*, por división de frecuencia (que posibilita más actores, mayor pluralidad de voces, de acceso por múltiples usuarios – aunque en realidad se vean oligopólios de operadores: “Las promesas se revelan papel mojado”, como dice la profesora), mientras la *compresión* mejora la calidad. El objetivo de la compresión es eliminar el ruido, la redundancia, aunque la tecnología digital muestre congelación de imagen o “cuadrados” en la tela, en lugar del chirrido y de la llovizna. El standart europeo (DVB-T - *Digital Video Broadcasting – Terrestrial*, en español Difusión de Video Digital - Terrestre), así, tiene como la

característica principal posibilitar mayor segmentación o fragmentación de la transmisión, con la multiplicación de los canales.

Al revés, el modelo de televisión digital SBTVD (Sistema Brasileiro de Televisão Digital), de matriz nipona, escogido en Brasil, según discusiones en el curso, sirve a la movilidad y a la portabilidad, propiciando alta definición, privilegiando así la calidad, tanto de sonido como de imagen (el modelo permite multiplicación de canales también, pero no se quiso hacerlo, especialmente en tierras brasileñas). La crítica es que en Brasil se buscó un híbrido, inspirado en la alta definición del standart estadounidense de HDTV (*high definition television*) y en la multiprogramación de Europa, pero no se tiene ni un ni otro, en realidad no funciona.

Brevísimo Estudio de Caso: la muerte de Antonio Abujamra: descripciones en los portales noticieros vinculados a las emisoras de radiodifusión

Antonio Abujamra (Ourinhos, São Paulo, Brasil, 15 de setembro de 1932 - São Paulo, capital, Brasil, 28 de abril de 2015) fue un director de teatro, actor y presentador de programa televisivo brasileño. En los últimos 14 años el artista presentó y dirigió el programa semanal (creado por él) “Provocações” en la red pública de televisión Rádio e Televisão Cultura. Ese programa, de entrevistas, pero con aporte de lecturas de poemas y de extractos de obras dramáticas y de otras modalidades de arte, contó con 695 ediciones.

De pronto, en el primer día de la ocurrencia, la noticia de la muerte del artista fue dada en Internet de manera muy distinta, en bloques: de un lado, los portales noticieros ligados a las teles privadas, que defienden principalmente la emisión de entretenimiento, le calificaron

tan solamente como actor de “novelas” (culebrón, *soap opera*), “olvidándose” de describir como actuante en el teatro y menos aún considerando que hizo el programa de carácter cultural y crítico, políticamente, por largos 14 años. Solamente la propia Rádio e Televisão Cultura anunció el ocurrido diciendo se trataba de un importante presentador del programa “Provocações”, amén de actor y director de teatro con gran importancia en la historia de la cultura en Brasil.

Solamente con el paso de los días los sitios empezaron a dar la información del programa cultural que presentaba, aunque con enfoque en la presencia de “famosos” en velorio, amén de otras “curiosidades”.

Referencias

Andrade, L. A. de (2017). *O Direito e sua Linguagem na Sociedade Midiatizada: o julgamento do Mensalão do PT e a atuação de juristas na mídia como tradutores do juridiquês* [Tesis de maestría, Universidade Estadual Paulista - UNESP].

GShow. (2015, abril 28). Antonio Abujamra ficou marcado na TV por Ravengar de Que rei sou eu. gshow.globo.com/Gshow/noticia/2015/04/antonio-abujamra-ficou-marcado-na-tv-por-ravengar-de-que-rei-sou-eu.html

Lima, V. A. de (2011). *Regulamentação das telecomunicações: história, poder e direitos*. Paulus.

Teodoro, D. C., & Napolitano, C. J. (2018). Sistema tripartite de radiodifusão: a ausência de regulação legal mantém sem efetividade o princípio constitucional da complementaridade [Trabajo presentado]. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville, SC, Brasil.

EUROVISIÓN SONG CONTEST 2022: ANÁLISIS DEL RITMO EN EL CAMBIO DE PLANO DE LOS NÚMEROS MUSICALES EN CONCURSO Y DEL CONJUNTO DE LA GALA

*Alba Aragón-Manchado¹
Andrea Cruz-Elvira²
José Patricio Pérez-Ruff³*

El Festival de Eurovisión (Eurovision Song Contest) es un concurso de televisión celebrado con una periodicidad anual organizado por la European Broadcasting Union (EBU) (o Unión Europea

-
1. Grado en Comunicación Audiovisual. Universidad de Málaga.
albaaragon.m@gmail.com
 2. Grado en Comunicación Audiovisual. Universidad de Málaga.
acruzelvira21@gmail.co
 3. Doctor en Comunicación Audiovisual. Profesor Titular, Universidad de Málaga.
patricioperez@uma.es

de Radiodifusión, UER) desde 1956⁴. El certamen cuenta con la participación de alrededor de 40 países, la mayor parte europeos, aunque también intervienen Australia y países de Oriente Medio (Carniel, 2019). El concurso despierta un gran interés por parte de los espectadores de televisión en los países participantes y disfruta de una gran audiencia (Abudy et al., 2022).

Los valores intrínsecos al concurso se asientan sobre un concepto de fraternidad y de sana competitividad entre los estados participantes, como “fuerza impulsora para la integración europea” (Motschenbacher, 2016, p. 13). Sin embargo, “al mismo tiempo reafirma la idea de que el mundo se divide naturalmente en naciones cultural e históricamente distintas” (Baker, 2019a, p. 103), lo que lleva a Baker a definir la representación de las naciones como “identidades escénicas para la mirada europea”. No importa que el concurso sea convocado como un evento no-político (Baker, 2019b).

Las interpretaciones a las que puede dar la performatividad de las identidades nacionales han sido cruzadas con aspectos ligados a la identidad de género, cuestión que ha sido especialmente jugosa en las investigaciones de las propuestas israelíes para el concurso (Lemish, 2004; Ortiz, 2017; Panea, 2018; Hartal & Sasson-Levy, 2022; Mahla, 2022). Como programa de televisión con una audiencia masiva, estimada en 161 millones de espectadores en 2022 (RTVE, 2022), “Eurovisión supone un referente de la cultura popular europea y un evento de amplio

4. La UER/EBU es “una organización internacional de emisoras de televisión europeas de servicio público” que negocia “el intercambio de programas” y de derechos de difusión y promueve “la coproducción entre los países miembros”, además de organizar el Festival de Eurovisión y otros festivales ligados a la marca Eurovisión (Pérez-Rufi & Gómez-Pérez, 2021).

seguimiento por parte de la audiencia de los países participantes” (Gómez-Pérez & Pérez-Rufi, 2022, p. 237).

Ha de añadirse, con objeto de justificar el interés del estudio de caso seleccionado, que el Festival de Eurovisión es un evento modélico en la introducción de elementos de innovación tecnológica en la televisión en directo, en la búsqueda de la espectacularidad y, simultáneamente, un referente del lenguaje audiovisual de la televisión contemporánea (Pérez-Rufi & Valverde-Maestre, 2020; Panea, 2020).

El objeto de atención de este trabajo es la realización en directo de la gala final del concurso musical de televisión Festival de Eurovisión (Eurovision Song Contest) en su edición de 2022, desarrollado en Turín en la noche del 14 de mayo de 2022, con producción de la UER/EBU y de la televisión pública italiana (RAI). El análisis de la producción y de la realización televisiva propuesto atiende de forma específica al ritmo en el cambio de plano, a la duración media de los planos y al ritmo medio de cada uno de los temas y de los espectáculos musicales producidos en directo, de tal forma que puedan relacionarse para determinar la evolución del ritmo del conjunto del show desde un punto de vista formal/visual.

“La duración del plano supone un elemento discursivo que, como el tipo de encuadre o el tipo de transición entre planos, influye en la creación del ritmo del discurso”, afirman Pérez-Rufi y Rodríguez-López (2017, p. 40). El origen de los estudios sobre la duración de los planos, en relación con otros componentes de tipo formal del discurso audiovisual, hay que encontrarlo en Salt en el año 1974, como responsable del concepto ASL (*Average Shot Length*), como resultado de la división de la duración total del filme entre el número de planos

(Salt, 2006). Este valor se tomaría como referente de la velocidad en la edición de la obra audiovisual.

Señalan Pérez-Rufi y Rodríguez-López (2017, p. 40) que las investigaciones sobre montaje que abordaron la duración del plano “han puesto el acento en la articulación de la secuencia y la construcción de las unidades internas de los mensajes o en los valores de tiempo asignados habitualmente para la duración de los planos en el montaje de secuencias”, junto con “diversos experimentos que dan cuenta del umbral de percepción visual y auditiva”.

El concepto de ASL y la medición de la duración del plano pueden aplicarse de facto sobre cualquier formato audiovisual, incluso si el propio concepto de plano puede ponerse en crisis a causa de la fragmentación espacial, del continuum de imágenes en la secuencia en televisión o de la profundidad que puede permitir la imagen en su potencial composición mediante diversas capas. Sostenemos aquí, sin embargo, la validez y la eficacia del concepto como unidad mínima de segmentación del discurso audiovisual, sea cual sea su naturaleza.

Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es cuantificar la cantidad de planos de cada uno de los 25 números musicales presentados en la final de Eurovisión 2022 y compararlo con el ritmo del tema musical (BPM), con objeto de evaluar el ritmo en el cambio de plano de cada actuación y, posteriormente, identificar la estructura rítmica del conjunto de la gala en su segmento competitivo (interpretación y realización audiovisual de los temas musicales en directo). Queda fuera de nuestro objeto otros segmentos ajenos a la interpretación de los temas

en concurso, así como la fase final de votaciones, de igual forma que no se pretende identificar fórmulas de éxito en el lenguaje visual.

Metodología e Hipótesis

Con el fin de lograr los objetivos marcados y como estudio de caso de la realización de televisión en directo, se propone la aplicación de una metodología eminentemente cuantitativa, a partir de un análisis formal audiovisual. Se ha contabilizado el número completo de planos de cada uno de los 25 números musicales en competición, se ha calculado la duración media de los planos o ASL (Salt, 2006), es decir, la división del número de segundos por el número de planos, y se ha comparado dicha duración media en el conjunto de las actuaciones analizadas. También se ha comparado el patrón rítmico de cada uno de los temas musicales, medido en BPM (*beats per minute*, o pulsaciones por minuto), como unidad habitual de la medición del ritmo de una canción o de una pieza musical. Se añade, en último lugar, la objetivación que los usuarios hacen desde un parámetro subjetivo que determina la “bailabilidad” (*danceability*) de cada tema (Tellystats.com, 2022). Este valor es de una subjetividad absoluta, si bien resulta funcional al permitir la comparación entre los temas musicales y la invitación que hacen a bailarlos.

Se plantean dos hipótesis. Se parte de la premisa, en primer lugar, de que la realización de cada número y el ritmo en el cambio de plano quedan subordinados al ritmo del tema musical. En segundo lugar, se intenta demostrar que la secuencia de números musicales pretende la búsqueda de la alternancia de ritmos (en todos los sentidos posibles) y

se procura un ritmo calculado y medido en el conjunto del espectáculo para que quede compensado en conjunto.

Resultados

Se presenta en primer lugar una tabla que recoge cada una de las categorías apuntadas en la metodología aplicada con el siguiente orden de columnas de izquierda a derecha: número del orden de actuación en la gran final del sábado noche del 14 de mayo de 2022 en Turín, título de la pieza analizada (país representado, intérprete y canción), BPM del tema musical, duración de la actuación musical en el show en directo en minutos y segundos (incluyendo el plano inicial con el grafismo y los planos finales de aplauso del público), duración de la actuación expresada en segundos, número total de *frames* de la actuación (considerando que un segundo equivalía a 25 *frames* en sistema PAL), número de planos del conjunto de la actuación (pieza analizada de cada interpretación), duración media de cada plano expresada en segundos y *frames* (ss:ff), ASL y “bailabilidad” o *danceability* (a partir de Tellystats.com, 2022).

Tabla 1

Análisis de duraciones de actuaciones musicales en la gran final de Eurovision Song Contest (14/05/2022).

	Pieza	BPM	Durac.	Seg.	Frame	Nº planos	Media/ Plano (ss:ff)	ASL	Dance- ability
1	República Checa. We Are Domi: “Lights Off”	126	03:18	198”	4.950	67	02:23	2,95	59
2	Rumanía. WRS: “Lámame”	120	03:20	200”	5.000	51	03:23	3,92	76

3	Portugal. MARO: “Saudade, Saudade”	83	03:21	201”	5.025	44	04:14	4,56	64
4	Finlandia. The Rasmus: “Jezebel”	116	03:24	204”	5.100	64	03:04	3,18	50
5	Suiza. Marius Bear: “Boys Do Cry”	116	03:11	191”	4.775	57	03:08	3,35	42
6	Francia. Alvan & Ahez: “Fulenn”	120	03:14	194”	4.850	105	01:21	1,84	75
7	Noruega. Subwoolfer: “Give That Wolf A Banana”	124	03:19	199”	4.975	77	02:14	2,58	74
8	Armenia. Rosa Linn: “Snap”	170	03:19	199”	4.975	35	05:17	5,68	56
9	Italia. Mahmood & Blanco: “Brividi”	123	03:18	198”	4.950	50	03:24	3,96	52
10	España. Chanel: “SloMo”	105	03:22	202”	5.050	82	02:11	2,46	73
11	Países Bajos. S10: “De Diepte”	90	03:08	188”	4.700	32	05:21	5,87	50
12	Ucrania. Kalush Orchestra: “Stefania”	105	03:30	210”	5.250	71	03:23	2,95	83
13	Alemania. Malik Harris: “Rockstars”	81	03:31	211”	5.275	26	08:02	8,11	65
14	Lituania. Monika Liu: “Sentimental”	93	03:21	201”	5.025	48	04:04	4,18	68
15	Azerbaiyán. Nadir Rustamli: “Fade To Black”	79	03:20	200”	5.000	43	04:16	4,65	34
16	Bélgica. Jérémie Makiese: “Miss You”	144	03:13	193”	4.825	53	03:16	3,64	63
17	Grecia. Amanda Georgiadi Tenfjord: “Die Together”	150	03:11	191”	4.775	37	05:04	5,16	48
18	Islandia. Systur: “Með Hækkandi Sól”	100	03:23	203”	5.075	40	05:01	5,07	58
19	Moldavia. Zdob și Zdub & Advahov Brothers: “Trenulețul”	142	03:26	206”	5.150	82	02:12	2,51	70
20	Suecia. Cornelia Jakobs: “Hold Me Closer”	97	03:23	203”	5.075	49	04:03	4,14	49

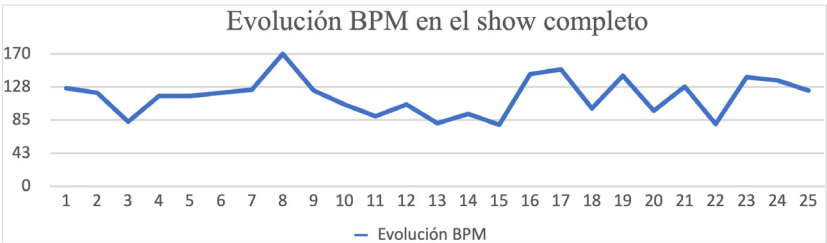
21	Australia. Sheldon Riley, "Not The Same"	128	03:22	202"	5.050	60	03:09	3,35	36
22	Reino Unido. Sam Ryder, "Space Man"	80	03:25	205"	5.125	49	04:04	4,18	47
23	Polonia. Ochman: "River"	140	03:26	206"	5.150	47	04:09	4,38	51
24	Serbia. Konstrakta: "In Corpore Sano"	136	03:24	204"	5.100	81	02:12	2,51	92
25	Estonia. Stefan: "Hope"	123	03:25	205"	5.125	55	03:18	3,72	52
	MEDIAS TOTALES	115	03:20	5.014"	125.350	59	03:14	3,56	59

Elaboración propia.

A partir de los resultados obtenidos, se ha comparado a través de gráficas tres de las variables recogidas. Se representa, en primer lugar, la gráfica que muestra el ritmo de cada uno de los temas musicales, esto es, los BPM, en el orden de actuación en que apareció en la final del concurso.

Gráfica 1

Evolución de los BPM de los temas musicales interpretados en la final de Eurovisión 2022, en el orden de actuación



Elaboración propia.

La atención al ritmo de las canciones muestra una evolución que diferencia dos partes con una cadencia distancia. En los temas 1 a 12 (primera parte del concurso) hay una cadencia muy estable, con la excepción de los temas 3 (Portugal) y 8 (Armenia), uno por debajo de la media y otro muy por encima pero que, sin embargo, no transmite la impresión de ritmo frenético propio de 170 BPM. Los temas 4, 5, 6 y 7 se mueven entre los 116 y los 124 BPM -la media del conjunto del espectáculo fue de 115 BPM-. Los últimos temas de la primera parte del show y los primeros de la segunda parte (temas 11 a 15, incluyendo la canción ganadora, de Ucrania) bajan considerablemente el ritmo previo con temas de medio tiempo, pese a una levísima búsqueda de alternancia de ritmos. El tema 17 (Grecia) tiene un ritmo de 150 BPM, a pesar de ser, de nuevo, una balada de corte melódico.

Dicha intención de alternar temas más lentos con otros más rápidos resulta evidente entre los temas 15 y 25, con mayores diferencias rítmicas en la sucesión entre temas. Tratándose de una segunda parte con un ritmo musical más pausado, en este bloque destacan más aquellos temas más rítmicos, especialmente los temas 19 (Moldavia) y 24 (Serbia). Aunque esta investigación no tiene por objeto evaluar los resultados obtenidos en cuanto a votaciones en relación con las opciones formales y de realización aplicadas, puede apuntarse que los temas de Moldavia y Serbia alcanzaron las posiciones séptima y quinta respectivamente en las clasificaciones finales. Se podría así concluir que, con independencia de los valores musicales o expresivos de la interpretación y de las cualidades de sus intérpretes o de la puesta en escena, el posicionamiento dentro del orden de actuación y el contraste

con las interpretaciones cercanas en su bloque influyen en la percepción de la audiencia y, consecuentemente, en su voto.

Como se ha apuntado, el patrón rítmico medio tenía un valor de 115 BPM, valor que se considera habitual en temas de música pop “bailables”. Ha de indicarse, en todo caso, que los altos BPM de temas como los de Armenia y Grecia (170 y 150), los más alto de toda la final, no responden verdaderamente al nivel rítmico que se percibe de la canción.

La siguiente gráfica responde a la percepción de “bailabilidad” (*danceability*) de cada uno de los temas musicales en el orden en el que fue interpretado. Esta valoración es más sensible a la percepción del ritmo por la audiencia, con independencia de los BPM reales del tema: como se ha apuntado, los temas de mayor ritmo en BPM fueron los de Armenia (“Snap”, interpretado por Rosa Linn), con 170 BPM, y de Grecia (“Die Forever”, de Amanda Georgiadi Tenfjord), con 150 BPM, que, sin embargo, tienen una “bailabilidad” de 56 y 48 respectivamente, muy lejos de los 92 de Serbia, los 83 de Ucrania, los 76 de Rumanía, los 75 de Francia, los 74 de Noruega, los 73 de España o los 70 de Moldavia, aquellos que parecían más “bailables”.

En esta segunda gráfica resulta mucho más evidente la intención de búsqueda de la alternancia entre temas más “bailables” y temas más pausados en el orden dispuesto para las actuaciones. Resulta igualmente más perceptible que la mayor concentración de temas orientados hacia el baile se produce en la primera parte del show, mientras que en la segunda, incluso si se alternan estos valores, son inferiores. Basta tomar como muestra la sucesión de los temas 20, 21, 22 y 23, con valores de “bailabilidad” de entre 36 y 51. Aunque benefició a Reino

Unido (segunda posición en la clasificación final con el tema “Space Man” de Sam Ryder) y a Suecia (cuarta posición en la clasificación final con la canción de Cornelia Jakobs “Hold Me Closer”), perjudicó a Australia (posición 15) y Polonia (posición 12), temas que tal vez hubieran logrado mejores posiciones de haber sido programados en otra secuencia de temas.

Gráfica 2

Evolución de la danceability de los temas musicales interpretados en la final de Eurovisión 2022, en el orden de actuación



Elaboración propia a partir de Tellystats.com (2022).

El tema de mayor “bailabilidad”, con un valor de 92, fue “In Cor-pore Sano” de Konstrakta, representando a Serbia, que alcanzó la quinta posición en la clasificación final: en este caso, como ocurrió con la propuesta de Moldavia (séptima posición en la clasificación final), el contraste en impresión de “bailabilidad” con el conjunto de temas que integraron la segunda parte show les benefició.

La tercera gráfica atiende al número de planos de cada una de las actuaciones musicales, en el orden de su intervención en la final del concurso. El cálculo del número de planos se hizo a través del

visionado ralentizado y pausado de todas las actuaciones, una a una, a partir del vídeo distribuido por la EBU en su canal de YouTube, como en los casos anteriores.

Gráfica 3

Evolución del número de planos de los temas musicales interpretados en la final de Eurovisión 2022, en el orden de actuación



Elaboración propia.

La representación gráfica del número de planos de cada una de las actuaciones confirma dos de las conclusiones apuntadas previamente: por una parte, la voluntad de alternancia no sólo en los BPM de cada tema o de su “bailabilidad”, sino también de alternancia en velocidad de realización en directo y de duración de los planos de cada número musical; por otra parte, la coherencia entre el mayor ritmo del tema musical o de su “bailabilidad” y el mayor número de planos, es decir, la mayor velocidad en la sucesión de planos en los temas más “bailables”, lo que incrementa la impresión de velocidad de la pieza.

Esta gráfica hace también más evidente la reducción del ritmo en el cambio de plano de la segunda parte del espectáculo. Los temas en las posiciones de actuación 13, 14, 15, 16, 17 y 18 (una secuencia de nada

menos que seis actuaciones) tienen solo entre 26 y 53 planos, es decir, todas las actuaciones de esta secuencia están por debajo de la media de 59 planos por actuación. Si comparamos las clasificaciones finales de estos seis números, solo la actuación número 17 (Grecia) alcanzó uno de los diez primeros puestos (posición octava), moviéndose el resto entre las posiciones 14 y 25. Tras esta secuencia de actuaciones con menor ritmo en la realización, la actuación de los representantes de Moldavia en la posición 19 (con 82 planos, los mismos que la actuación de la española Chanel), hace remontar el ritmo y marca un punto de inflexión.

Sin embargo, tras Moldavia el ritmo en el cambio de plano vuelve a caer con realizaciones más pausadas, con la excepción de Serbia (actuación en el número 24) que, como ya se ha apuntado, vuelve a romper una secuencia de planificaciones más pausadas y consigue así un mayor impacto en la audiencia -recompensado, como se indicó, con una mejor puntuación y el logro del quinto puesto en el concurso-.

El número medio de planos por actuación es de 59 planos, un número bastante bajo si tomamos como referencia aquellas piezas que, en convocatorias anteriores, tomaron como modelo el videoclip y la producción del *live music video* (Pérez-Rufi & Valverde-Maestre, 2020). Las velocidades medias del videoclip de alrededor de 120 planos por pieza (Pérez-Rufi & Rodríguez-López, 2017) evidencian aún más el carácter más pausado de la convocatoria de 2022 del Festival de Eurovisión.

La duración media de cada plano es de 3 segundos y 14 *frames*, un ritmo propio de la realización televisiva convencional, aunque lejos de los dos segundos de media del videoclip y del *live music video* en Eurovisión (Pérez-Rufi & Rodríguez-López, 2017; Pérez-Rufi &

Valverde-Maestre, 2020). El ASL medio (duración media del plano que resulta de la división de los segundos de cada fragmento entre el total de planos), por lo tanto, es de 3,56 (equivalente a los aproximadamente 3 segundos y medio por plano que se ha apuntado).

Las cinco actuaciones con mayor velocidad en el cambio de plano (y consecuentemente con un ASL menor) fueron: Francia (105 planos), España (82 planos), Moldavia (82 planos), Serbia (81 planos) y Noruega (77 planos). Las posiciones en que quedaron en la clasificación final no revelan una relación directa entre número de planos y compensación en votos: Francia quedó en el penúltimo puesto, aunque fueron mejores las posiciones de España (tercer puesto), Moldavia (séptimo puesto), Serbia (quinto puesto) y Noruega (décimo puesto).

Por el contrario, las actuaciones con un ritmo de realización más pausado (y con un ASL mayor) fueron Alemania (26 planos), Países Bajos (32 planos), Armenia (35 planos), Grecia (37 planos) e Islandia (40 planos). Las posiciones que alcanzaron en la clasificación final fueron las siguientes: Alemania, puesto 25; Países Bajos, puesto 11; Armenia, puesto 20; Grecia, puesto 8; e Islandia, puesto 23. Una vez más no puede generalizarse ni buscarse una relación entre ritmo de realización pausado y compensación en puntuaciones, pero, en líneas generales, puede concluirse que las realizaciones con un mayor número de planos lograron mejores resultados que las actuaciones con un ritmo más pausado en el cambio de plano.

Merece la pena ser comentada brevemente la planificación de la actuación de Alemania, país que resultó último en la clasificación, con la canción “Rockstars” interpretada por Malik Harris. Esta pieza tiene un total de 26 planos, de los que 9 son planos de reacción final

del público (un número, por otra parte, algo elevado cuando la dinámica fue de entre 3 y 6 planos dedicados al aplauso del público). Este amplio número de planos de reacción del público puede entenderse en el contexto del show completo: tras dicha actuación, la número 13 en el espectáculo, finaliza la primera tanda de actuaciones y se da paso a un corte publicitario.

La actuación en sí del intérprete alemán se planifica solamente con 17 planos, por tanto. De estos 17 planos, el plano inicial de la actuación (tras el plano con la información de grafismo) tiene una duración de un minuto: se trata del plano de mayor duración de todo el espectáculo, configurado como un largo plano secuencia rodado en *steady-cam* que varía sus encuadres muy lentamente, al tiempo que sigue al intérprete y gira alrededor de este.

A este plano le sigue otro con una duración de 25 segundos. El tercer plano en esta pausada secuencia en la alternancia de planos tiene una duración de 45 segundos. De nuevo estos dos larguísimos planos en duración están diseñados como planos en movimiento registrados con *steady-cam*, girando y siguiendo al cantante. Es decir, con apenas tres planos se han “resuelto” 2 minutos y 10 segundos, algo más de dos tercios de la canción. Para los 50 segundos restantes se dedican 14 planos, con un ritmo de realización en el cambio de plano más convencional y en la línea del resto de números musicales del Festival.

Aunque la actuación de Malik Harris tiene un ritmo muy lento en cuanto a la velocidad del cambio de plano, se intenta compensar con la combinación de movimientos de cámara (por lo general, sobre este *steady-cam*, como hemos apuntado) y de movimiento interno (es

decir, de movimiento en el interior del encuadre, ya sea por el propio intérprete o por la iluminación, mucho más ágil).

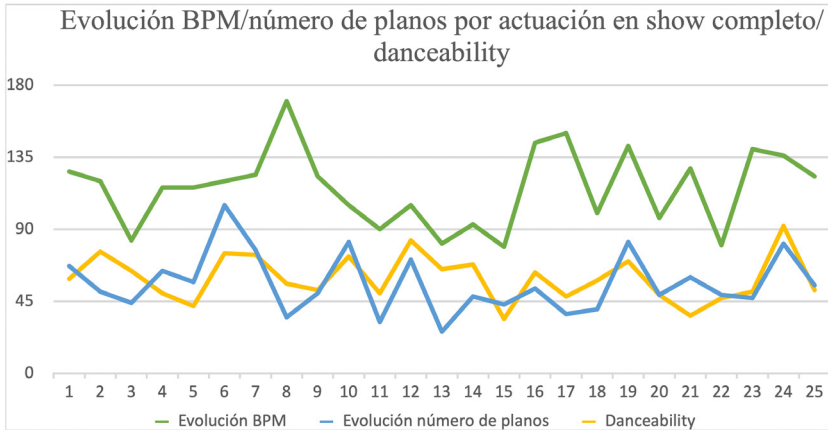
Sería precipitado y no quedaría contrastado concluir, como se ha apuntado, que una velocidad inferior en el ritmo de la planificación conduce a peores resultados en la clasificación, por cuanto, como se apuntará, estos dependen de una gran cantidad de variables que, en muchas ocasiones, ni siquiera llegan a depender de cualidades expresivas de la puesta en escena o de la interpretación musical.

El cuarto y último gráfico que presenta este trabajo pone en relación tres de las variables calculadas y comentadas previamente, con objeto de contrastarlas entre sí y representar de manera visual algunos de los resultados obtenidos. Se atiende, de esta forma, al ritmo de los temas musicales en BPM, al número de planos de cada actuación y a la “bailabilidad” de cada canción, presentados en el orden de intervención en la gala final de Eurovisión.

En líneas generales, se puede apreciar una evolución similar y paralela entre las tres variables tenidas en cuenta, de tal forma que puede confirmarse algo que, a simple vista, parece bastante obvio pero que requiere de su constatación: los temas musicales más “bailables” y con mayor ritmo en BPM tienen, paralelamente, una mayor velocidad en el cambio de plano en su propuesta de realización televisiva, por lo que se confirma la hipótesis que apuntaba hacia una planificación condicionada por el ritmo de la música. Como contrapuntos tendríamos los temas de Armenia (actuación número 8) y Grecia (actuación número 17), con una velocidad en BPM que no se corresponde con su impresión de ritmo, como muestran los valores de “bailabilidad” de ambos temas.

Gráfica 4

Comparativa de las gráficas de BPM, de número de planos y de “bailabilidad” de los temas musicales interpretados en la final de Eurovisión 2022, en el orden de actuación



Elaboración propia.

Por otra parte, puede también confirmarse que en la escaleta la ordenación de las actuaciones se ha buscado la alternancia de interpretaciones en cuanto a ritmos (turnándose los más rápidos con los más lentos), ritmos no sólo sonoros (BPM, “bailabilidad”), sino también visuales (menor ASL, mayor rapidez en el cambio de plano). De igual forma, puede evidenciarse una primera parte de la gala final del concurso más ágil, con la presencia de temas y actuaciones más rítmicas en todos los sentidos, y una segunda parte algo más pausada en la que las actuaciones de los representantes de Moldavia y Serbia destacaron en una secuencia con baladas, tiempos medios y realizaciones más pausadas.

Conclusiones

Los resultados recogen, como se ha planteado, la coherencia entre imagen y sonido, al punto de que el ritmo en el cambio de plano de cada número musical queda condicionado por el del tema musical. Como ocurría con el videoclip, la banda de imagen queda subordinada a la imagen de sonido. Por otra parte, la comparación de los diferentes tipos de ritmo identificados en cada actuación evidencia la búsqueda del contraste, aunque queda demostrado que la primera parte de la competición fue mucho más rítmica que la segunda parte. Como dato a tener en consideración, aquellos temas que contrastaron con el ritmo medio de la segunda parte del show contaron con una mayor aceptación por parte de la audiencia, que expresó su aprobación a través del televoto.

Cabe añadir que esta investigación no ha pretendido identificar las claves del reconocimiento que lograron algunas interpretaciones por encima de otras en base a cuestiones técnicas o de realización. Las variables que determinan el éxito de algunas actuaciones son muchas y variadas y atienden a cuestiones muy diversas, algunas de ellas relacionadas con los valores de la puesta en escena y de la realización en directo, pero otras muchas justificadas desde las virtudes del tema musical, de sus intérpretes, de la campaña promocional de cada una de las delegaciones nacionales que precedió al concurso o desde asuntos no relacionados directamente con los valores artísticos, performativos o comerciales de la propuesta.

En el año 2022 los jurados profesionales y el televoto quisieron mostrar su solidaridad con el pueblo ucraniano ante la invasión de Rusia votando masivamente la propuesta del grupo Kalush Orchestra y la canción “Stefania”, hasta hacerlo vencedor del certamen. Variables

como el ritmo en BPM, la “bailabilidad” del tema o el ritmo en la realización de la interpretación no parecieron influir o explicar los resultados obtenidos en la clasificación final en este caso.

Referencias

- Abudy, M., Mugerman, Y., & Shust, E. (2022). The Winner Takes It All: Investor Sentiment and the Eurovision Song Contest. *Journal of Banking and Finance*, 137, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106432>
- Baker, C. (2019a). ‘I am the voice of the past that will always be’: the Eurovision Song Contest as historical fiction. *Journal of Historical Fictions*, 2(2), 102-125. <http://historicalfictionsjournal.org/pdf/JHF%202019-102.pdf>
- Baker, C. (2019b). If Love Was a Crime, We Would Be Criminals: The Eurovision Song Context and the Queer International Politics of Flags. En J. Kalman, B. Wellings, & K. Jacotine (Eds.), *Eurovisions: Identity and the International Politics of the Eurovision Song Contest since 1956* (pp. 175–200). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-981-13-9427-0_9
- Carniel, J. (2019). This One Loves That One: Queerbaiting at the Eurovision Song Contest. En J. Brennan (Ed.), *Queerbaiting and Fandom: Teasing Fans through Homoerotic Possibilities* (pp. 182-185). University of Iowa Press.
- Gómez-Pérez, F. J., & Pérez-Rufí, J. P. (2022). Análisis de la realización de espectáculos televisivos en directo: Italia en Eurovisión 2021. *Index.Comunicación*, 12(1), 235-259. <https://doi.org/10.33732/ixc/12/01Analisis>

- Hartal, G., & Sasson-Levy, O. (2022). Failing Homonationalism? Gay Israeli Eurovision Geeks Negotiating Nationalism and Masculinity. *Journal of Homosexuality*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/00918369.2022.2038967>
- Lemish, D. (2004). My Kind of Campfire: The Eurovision Song Contest and Israeli Gay Men. *Popular Communication*, 2, 41-63. https://doi.org/10.1207/s15405710pc0201_3
- Mahla, D. (2022). Distinguished Member of the Euro(trash) Family? Israeli Self-Representation in the Eurovision Song Contest. *Israel Studies*, 2(27), 171-194. <https://muse.jhu.edu/article/850987>
- Motschenbacher, H. (2016). *Language, Normativity and Europeanisation Discursive Evidence from the Eurovision Song Contest*. Palgrave Macmillan.
- Ortiz Montero, L. (2017). El Festival de Eurovisión: Más allá de la canción. *Fonseca, Journal of Communication*, 15, 145-162. <https://doi.org/10.14201/fjc201715145162>
- Panea Fernández, J. L. (2018). Identidad, espectáculo y representación: las candidaturas de Israel en el Festival de la Canción de Eurovisión. *Doxa Comunicación*, 27, 121-145. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a6>
- Panea Fernández, J. L. (2020). Las escenografías del Festival de Eurovisión: Estética, tecnología e identidad cultural al albor de la reconstrucción europea (1956-1993). *Ámbitos. Revista de Estudios de Ciencias Sociales y Humanidades*, 44, 23-40. <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/21179>

Pérez-Rufí, J. P., & Gómez-Pérez, F. J. (2021). Eurovisión Song Contest 2021: Análisis Audiovisual de la Realización Televisiva en Directo. En A. Suing, C. Falandes, & V. Kneipp (Coords), *Cenas Audiovisuais* (pp. 247-263). Ria Editorial.

Pérez-Rufí, J. P., & Rodríguez-López, J. (2017). La duración del plano en el videoclip: hacia una categorización de los recursos formales en el vídeo musical contemporáneo. *Zer*, 22(42), 35-52. <http://hdl.handle.net/10810/41247>

Pérez-Rufí, J. P., & Valverde-Maestre, A. (2020). The spatial-temporal fragmentation of live television video clips: analysis of the television production of the Eurovision Song Contest. *Communication & Society*, 33(2), 17-31. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.17-31>

RTVE. (2022). Eurovisión 2022. 161 millones de espectadores vieron el Festival de Eurovisión 2022. *RTVE.es*. <https://tinyurl.com/ymbtbfzp>

Salt, B. (2006). *Moving into Pictures. More on Film History, Style, and Analysis*. Starword.

Tellystats.com. (2022). Eurovision 2022 Track Analysis from Spotify. *Tellystats.com*. <https://tellystats.com/Eurovision2022/TrackAnalysis>

ÍNDICE REMISSIVO

A

acadêmico 303
acadêmicos 45, 90, 209
Acadêmicos 14
audiencia 276, 282, 289, 290, 291, 342, 344,
353, 357, 407, 408, 409, 420, 421, 425,
426, 433, 436, 441
Audiencia 413
audiência 78, 82, 124, 128, 136, 137, 142,
148, 156, 161, 171, 212, 214, 221,
225, 234, 303, 314, 324, 334, 335,
385, 388, 399
Audiência 384, 398
audiencias 269, 273, 275, 289, 290, 291
audiências 134, 178, 179, 186
audiovisuais 27, 35, 53, 54, 55, 114, 117,
132, 136, 137, 147, 201, 211, 213, 222,
224, 227, 296, 297, 299, 300, 303, 304,
306, 317, 320, 385, 387, 388, 389, 392,
397, 399, 402, 403, 405, 415
Audiovisuais 118, 367, 444
audiovisual 24, 27, 28, 37, 42, 53, 54, 55,
63, 93, 95, 112, 116, 118, 119, 125,
129, 130, 136, 137, 138, 146, 149, 157,
160, 184, 201, 212, 214, 215, 217, 219,
221, 222, 223, 229, 237, 238, 245, 246,
269, 270, 273, 274, 275, 276, 291, 292,
295, 296, 297, 298, 300, 304, 306, 307,
313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320,
321, 324, 326, 327, 331, 334, 335, 336,
339, 340, 344, 345, 347, 352, 362, 364,
384, 385, 386, 387, 398, 399, 400, 403,
404, 408, 415, 426, 427, 428
Audiovisual 41, 42, 53, 54, 55, 56, 111, 118,
132, 134, 137, 195, 198, 215, 221, 230,
237, 238, 269, 300, 315, 340, 367, 387,
406, 409, 424, 444
audiovisuales 273, 346, 357

B

Brasil 3, 39, 68, 71, 81, 88, 89, 92, 111, 120,
121, 125, 130, 149, 153, 158, 159, 162,
166, 167, 168, 173, 179, 180, 183, 184,
196, 197, 198, 202, 212, 218, 221, 226,
228, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 239,
240, 241, 243, 246, 300, 302, 304, 305,
306, 310, 313, 314, 315, 316, 318, 319,
323, 324, 325, 326, 327, 329, 330, 331,
332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 369,
370, 371, 373, 375, 376, 377, 378, 379,
381, 385, 386, 404, 406, 407, 410,
414, 415, 418, 419, 420, 421, 422, 423

C

cinema 18, 40, 41, 42, 46, 47, 49, 52, 53, 56,
62, 64, 100, 148, 213, 220, 297, 298,
299, 306, 307, 308, 317, 373
Cinema 41, 229, 318
Clickbait 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 26,
29, 31, 32, 34, 35, 36, 37
comunicação 13, 28, 41, 42, 51, 52, 64, 70,
73, 74, 77, 94, 95, 133, 135, 136, 154,
156, 170, 173, 174, 176, 177, 183, 189,
190, 191, 197, 200, 212, 215, 224, 225,
233, 234, 235, 236, 237, 243, 249, 267,
312, 313, 330, 370, 371, 373, 374, 376,
380, 381, 382, 383, 404, 410, 411, 413,
415, 418, 419, 445
Comunicação 13, 14, 16, 36, 41, 53, 66, 88,
92, 109, 111, 130, 131, 132, 149, 152,
168, 169, 173, 191, 195, 211, 212, 213,
230, 234, 236, 246, 295, 330, 337,
338, 369, 383, 384, 404, 420, 423, 445
comunicación 275, 294, 344, 354, 364, 367,
411, 412, 414, 419
Comunicación 269, 280, 292, 340, 365, 366,
406, 409, 424, 442, 443
comunicaciones 415, 416

comunicações 376
Comunicações 177, 318
covid-19 81, 232, 239, 242, 244
Covid-19 147, 172, 181, 185, 190, 208,
230, 231, 384
COVID-19 176, 189, 231

D

decolonial 66

E

Ecosistema 4, 12
Europa 45, 293, 341, 350, 365, 406, 407,
419, 421, 422
Eurovisión 340, 341, 342, 344, 345, 348,
349, 350, 351, 359, 360, 363, 364,
365, 366, 367, 424, 425, 426, 427, 431,
434, 435, 436, 439, 440, 442, 443, 444

F

fã 375, 399
Fantástico 111, 112, 118, 119, 120, 121, 125,
126, 128, 129, 161
fãs 384, 385, 386, 392, 394, 397, 401, 402,
403
feminicídio 76, 111, 112, 117, 119, 120,
121, 122, 124, 125, 126, 127, 128, 129
Feminicídio 124, 125

G

Gêneros 15, 110, 268

I

Ibai Llanos 269, 272, 276, 277, 283, 284,
285, 286, 289, 290, 291, 294

J

JH 147, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159,
160, 161, 162, 163, 164, 167, 168
JN 125, 196, 197, 203, 204, 205, 208, 210,
211, 218, 223, 224, 225, 228

Jornal Hoje 126, 134, 141, 142, 150, 152,
153, 154, 155, 157, 158, 160, 161, 162,
163, 164, 166, 167, 168

jornalismo 53, 63, 68, 112, 114, 116, 118,
120, 129, 133, 135, 136, 137, 151,
154, 157, 168, 183, 200, 209, 211,
212, 217, 250, 253, 254, 256, 257,
258, 264, 266, 369, 380

Jornalismo 14, 38, 41, 53, 109, 111, 118,
132, 195, 196, 198, 210, 215, 221,
228, 230, 238, 248, 251, 267, 306,
308, 384, 387

jornalista 111, 119, 125, 139, 140, 143, 144,
145, 153, 155, 159, 161, 162, 167, 192,
225, 256, 257, 258, 372

Jornalista 41, 230, 240, 248, 384

jornalístico 147, 154, 157, 196, 198, 254

jornalísticos 117, 118, 136, 178, 219, 249,
255

Jornal Nacional 126, 134, 142, 151, 195,
196, 197, 201, 202, 207, 214, 223,
230, 232, 238, 239, 240, 241, 242,
243, 245, 246

K

k-pop 387, 396, 400

kpop 384

K-pop 385, 386, 388, 392, 396, 397, 402

Kpop 396

L

linguagem 26, 38, 67, 97, 145, 146, 148,
157, 165, 167, 178, 180, 217, 248,
250, 253, 260, 265, 295, 296, 297,
298, 299, 303, 381, 387

Linguagem 418, 423

M

media 37, 270, 272, 286, 292, 294, 337,
341, 348, 356, 412, 426, 428, 429,
432, 436, 437

Media 38, 276, 277, 278, 279, 280, 281,
292, 293, 314, 316, 324, 338, 339, 429

medias 436

meio digital 23, 133

meios digitais 232, 301, 397

meio virtual 16, 18, 19, 20, 30, 32, 35, 36

mídia 28, 36, 51, 98, 99, 100, 101, 102, 107,
117, 148, 151, 156, 159, 169, 173, 174,
175, 176, 192, 195, 196, 197, 212, 229,
234, 235, 236, 237, 245, 300, 301, 303,
305, 307, 308, 309, 310, 311, 314, 315,
316, 318, 319, 330, 335, 370, 372,
382, 418, 423

Mídia 63, 168, 170, 174, 175, 197, 211, 236,
246, 295, 313, 369, 382

mídias 155, 174, 175, 176, 190, 193, 200,
221, 236, 296, 298, 300, 301, 302, 303,
307, 308, 309, 310, 311, 316

Mídias 132, 195

Ministério da Educação 195, 202, 207

misoginia 72, 76, 82, 111

N

notícia 25, 115, 133, 135, 136, 137, 141,
142, 151, 155, 156, 158, 159, 160,
167, 223, 231, 239, 381

Notícia 155, 186

notícias 33, 36, 114, 132, 135, 137, 145, 148,
149, 153, 154, 156, 159, 161, 162, 163,
164, 172, 183, 187, 188, 218

Notícias 157, 159, 182, 183, 184

P

pandemia 81, 86, 131, 158, 176, 189, 191,
192, 204, 231, 232, 238, 239, 240, 241,
242, 243, 244, 245, 246, 271, 317, 384

Pandemia 170, 171, 172, 181, 183, 184, 185,
187, 190, 192

Pantanal 66, 68, 70, 71, 73, 74, 79, 80, 82,
83, 86, 87, 88, 89, 90

prisão 20, 48, 49, 93, 96, 99, 102, 103, 105,
144, 145

R

ritmo 275, 284, 286, 287, 307, 348, 354,
355, 356, 364, 424, 426, 427, 428,
429, 431, 432, 433, 435, 436, 437,
438, 439, 441, 442

S

sistema prisional 92, 101, 108

SloMo 340, 344, 345, 347, 349, 350, 351,
359, 363, 365, 430

solidariedade 241, 248, 252, 266

Stray Kids 385, 386, 387, 388, 389, 390,
391, 392, 393, 394, 395, 396, 397,
398, 399, 400, 401, 402, 405

streaming 16, 24, 27, 28, 29, 37, 39, 119,
269, 271, 273, 275, 289, 291, 292, 314,
315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 324,
325, 326, 327, 328, 329, 331, 333,
334, 335, 336, 337, 338, 380, 385, 386

T

telejornalismo 53, 54, 68, 114, 115, 116,
118, 121, 124, 125, 130, 131, 135,
136, 138, 148, 149, 151, 152, 153, 159,
160, 161, 166, 169, 196, 197, 198, 199,
200, 201, 211, 212, 217, 218, 219, 228,
229, 232, 233, 246, 248, 265, 266, 369,
403, 404, 447

Telejornalismo 63, 113, 122, 125, 139, 141,
142, 144, 148, 151, 154, 155, 156, 167,
168, 169, 191, 192, 212, 228, 230, 232,
247, 265, 266, 447

telesolidariedade 248, 249, 252, 253, 254,
255, 257, 264, 265

Telesolidariedade 260

telespectador 18, 21, 24, 26, 29, 32, 33, 34,
35, 36, 68, 69, 78, 87, 114, 126, 137,
154, 155, 157, 162, 163, 166, 167, 176,

239, 321, 326, 327, 331, 335, 369, 375,
378, 379, 380, 381

telespectadores 27, 28, 29, 56, 115, 122, 123,
139, 141, 167, 171, 180, 186, 189, 199,
210, 244, 245, 314, 319, 321, 336, 343

televisão 27, 28, 36, 39, 42, 71, 99, 101, 102,
103, 107, 108, 109, 112, 114, 115, 118,
130, 131, 136, 137, 149, 153, 154, 157,
160, 170, 171, 173, 175, 176, 177, 181,
186, 190, 191, 192, 197, 198, 199, 212,
213, 214, 217, 218, 219, 220, 228, 229,
234, 235, 298, 302, 304, 308, 311, 313,
314, 315, 318, 319, 321, 322, 323, 324,
327, 330, 331, 334, 336, 337, 338, 339,
369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376,
377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 390,
397, 410, 414, 417

televisión 37, 269, 273, 275, 288, 290, 291,
340, 341, 344, 345, 348, 349, 357, 358,
359, 361, 362, 364, 406, 407, 409, 410,
415, 417, 419, 421, 422, 424, 425,
426, 427, 428

Televisión 344, 367, 406, 407, 409, 412, 413

televisión pública 340, 341, 406, 407, 421,
426

Televisión pública 406

Televisión Pública 407

TV 38, 39, 66, 67, 69, 82, 87, 88, 89, 90,
98, 99, 102, 103, 104, 106, 107, 108,
112, 115, 119, 130, 134, 136, 138, 146,
152, 153, 156, 163, 170, 171, 172, 173,
176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183,
184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191,
192, 193, 196, 199, 214, 228, 232, 233,
234, 302, 313, 314, 315, 316, 319, 320,
323, 324, 325, 326, 327, 329, 330, 331,
332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 369,
370, 372, 373, 374, 375, 376, 378, 379,
382, 405, 409, 423

TV aberta 67, 87, 89, 106, 108, 119, 130,
179, 180, 190, 191, 232, 233, 313,
314, 324, 325, 327, 330, 331, 334, 335

TV Aberta 313

TV Assembleia 170, 172, 177, 179, 180, 181,
185, 186, 187, 188, 189, 193

TVU 170, 177, 178, 181, 182, 183, 184,
189, 194

Twitch 269, 270, 271, 272, 273, 275, 276,
278, 283, 284, 285, 286, 289, 290, 291,
292, 293, 294

V

Vertov 295, 296, 297, 298, 299, 306, 307,
309, 312

