

Narrativas Audiovisuais:

Ficção, não ficção, experimentação
e hibridismos



João Paulo Hergesel
Organizador



2021



Narrativas Audiovisuais:

Ficção, não ficção, experimentação
e hibridismos



João Paulo Hergesel
Organizador



2021



2021 by Editora e-Publicar
Copyright © Editora e-Publicar
Copyright do Texto © 2021 Os autores
Copyright da Edição © 2021 Editora e-Publicar
Direitos para esta edição cedidos
à Editora e-Publicar pelos autores

Editora Chefe
Patrícia Gonçalves de Freitas
Editor
Roger Goulart Mello
Diagramação
Roger Goulart Mello
Projeto gráfico e Edição de Arte
Patrícia Gonçalves de Freitas
Revisão
Os autores

NARRATIVAS AUDIOVISUAIS: FICÇÃO, NÃO FICÇÃO, EXPERIMENTAÇÃO E HIBRIDISMOS, VOL. 1

Todo o conteúdo dos capítulos, dados, informações e correções são de responsabilidade exclusiva dos autores. O download e compartilhamento da obra são permitidos desde que os créditos sejam devidamente atribuídos aos autores. É vedada a realização de alterações na obra, assim como sua utilização para fins comerciais.

A Editora e-Publicar não se responsabiliza por eventuais mudanças ocorridas nos endereços convencionais ou eletrônicos citados nesta obra.

Conselho Editorial

Alessandra Dale Giacomini Terra – Universidade Federal Fluminense
Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Andrelize Schabo Ferreira de Assis – Universidade Federal de Rondônia
Bianca Gabriely Ferreira Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Cristiana Barcelos da Silva – Universidade do Estado de Minas Gerais
Cristiane Elisa Ribas Batista – Universidade Federal de Santa Catarina
Daniel Ordane da Costa Vale – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Danyelle Andrade Mota – Universidade Tiradentes
Dayanne Tomaz Casimiro da Silva - Universidade Federal de Pernambuco
Diogo Luiz Lima Augusto – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Elis Regina Barbosa Angelo – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
Ernane Rosa Martins - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Fábio Pereira Cerdera – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Francisco Oricelio da Silva Brindeiro – Universidade Estadual do Ceará
Gláucio Martins da Silva Bandeira – Universidade Federal Fluminense
Helio Fernando Lobo Nogueira da Gama - Universidade Estadual De Santa Cruz
Inaldo Kley do Nascimento Moraes – Universidade CEUMA
João Paulo Hergesel - Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Jose Henrique de Lacerda Furtado – Instituto Federal do Rio de Janeiro



2021

Jordany Gomes da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Jucilene Oliveira de Sousa – Universidade Estadual de Campinas
Luana Lima Guimarães – Universidade Federal do Ceará
Luma Mirely de Souza Brandão – Universidade Tiradentes
Mateus Dias Antunes – Universidade de São Paulo
Milson dos Santos Barbosa – Universidade Tiradentes
Naiola Paiva de Miranda - Universidade Federal do Ceará
Rafael Leal da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Rita Rodrigues de Souza - Universidade Estadual Paulista
Willian Douglas Guilherme - Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

N234 Narrativas audiovisuais [livro eletrônico] : ficção, não ficção, experimentação e hibridismos: volume 1 / Organizador João Paulo Hergesel. – Rio de Janeiro, RJ: e-Publicar, 2021.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-89950-50-9

1. Comunicação e cultura. 2. Cinema. 3. Análise do discurso narrativo. I. Hergesel, João Paulo.

CDD 302.23

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Editora e-Publicar
Rio de Janeiro – RJ – Brasil
contato@editorapublicar.com.br
www.editorapublicar.com.br



2021

Apresentação

O ato de contar histórias é um dos mais antigos na cultura da humanidade, combinando gestos, performances, oralidade. Com a evolução do pensamento e dos mecanismos para materialização da expressividade, a narrativa encontrou suporte em diferentes mídias: os livros, as pinturas, as fotografias, o cinema, a televisão, a internet.

Neste livro, o foco nas narrativas audiovisuais, aquelas que dependem da imagem em movimento e do som para sua realização e que se manifestam de modo ficcional, documentarizante, experimental ou híbrido. Em nove capítulos, reúnem-se diferentes visões sobre obras audiovisuais diversas e/ou seu contexto.

São trabalhos que versam sobre temas mais político-sociais, como feminicídio, políticas públicas e imigração; temas relacionados à memória e ao indivíduo, como nostalgia, afetividade e constituição de arquétipos; e temas que dialogam com outras áreas do conhecimento, trazendo abordagens sobre tecnologização, possibilidades educativas e práticas de consumo.

Convidamos os leitores a explorarem tais estudos, que certamente agregarão conhecimento a várias pesquisas na área de Comunicação, em especial na interface com a Cultura, as Letras e as Artes.

João Paulo Hergesel

Sumário

CAPÍTULO 1	9
IXCANUL: DO FEMINICÍDIO LATINOAMERICANO PELO CINEMA GUATEMALTECO.....	9
	Aline Chagas dos Santos
CAPÍTULO 2	18
O USO DA NOSTALGIA EM FILMES E SÉRIES NAS PLATAFORMAS DE STREAMING	18
	Brener Neves Silva
CAPÍTULO 3	30
INTERAÇÃO HUMANO COMPUTADOR EM REDES SOCIAIS – INSTAGRAM: VERSÃO ANTIGA.....	30
	Carla Gonçalves Távora Eduardo Martins Morgado Shelley Navari Christianini
CAPÍTULO 4	41
EXPANSÃO DAS MÍDIAS E REGULAMENTAÇÃO NA RADIODIFUSÃO: UMA ANÁLISE ACERCA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O SETOR DURANTE O GOVERNO DILMA ROUSSEF	41
	Carlos Guilherme Vogel
CAPÍTULO 5	55
CONSTITUIÇÃO DO JULGAMENTO MORAL REPRESENTADO NO CINEMA: O FILME <i>O MONSTRO</i> E SUAS POSSIBILIDADES EDUCATIVAS.....	55
	Rosângela de Amorim Teixeira de Oliveira Rafael José Bona
CAPÍTULO 6	68
PRÁTICAS DE CONSUMO MUSICAL EM PLATAFORMAS DE STREAMING: UMA ANÁLISE DAS DINÂMICAS DO SPOTIFY.....	68
DOI: 10.47402/ed.ep.c202183339486	Leonardo Trindade Araújo Cristiano Nascimento Oliveira
CAPÍTULO 7	81
BROCHES, DOCUMENTOS SECRETOS E MEMÓRIAS AFETIVAS: OS INGREDIENTES DO “FOLHETIM ELETRÔNICO” <i>A DONA DO PEDAÇO</i>	81
DOI: 10.47402/ed.ep.c20218346509	Rondinele Aparecido Ribeiro Luciana Brito
CAPÍTULO 8	93
O CINEMA DE BILLY WILDER E ALGUMAS APROXIMAÇÕES AO ARQUÉTIPO DO HERÓI: OLHARES ATRAVÉS DA PELÍCULA <i>IRMA LA DOUCE</i>	93
	Adriano Medeiros da Rocha

CAPÍTULO 9 108
“É O QUE VENDE O SONHO”: A REPRESENTAÇÃO *ONLINE* DO CANADÁ PELAS
IMIGRANTES BRASILEIRAS 108

DOI: 10.47402/ed.ep.c20218357509

Rodrigo Fessel Sega

CAPÍTULO 1

IXCANUL: DO FEMINICÍDIO LATINOAMERICANO PELO CINEMA GUATEMALTECO

Aline Chagas dos Santos, Mestranda em Artes, Universidade Federal Fluminense

RESUMO

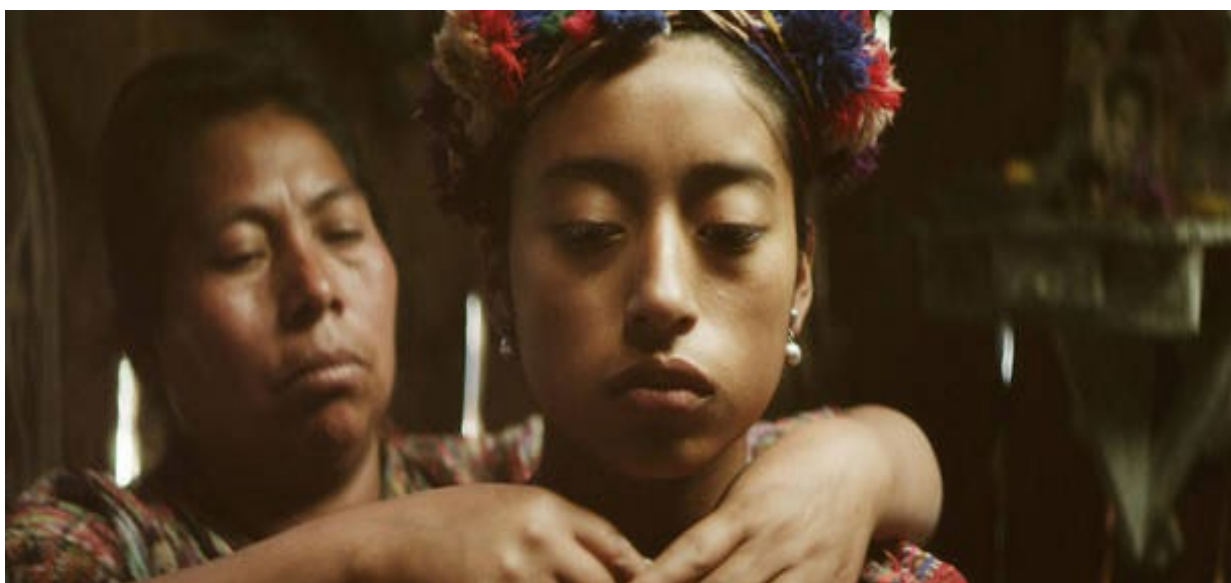
O presente artigo — ancorado em referências bibliográficas, filmográficas e biográficas — pretende analisar de forma ensaística a abordagem do cineasta guatemalteco Jayro Bustamante no que se refere aos acontecimentos políticos em seu país. *Ixcánul*, primeiro da trilogia que contará o genocídio através do paralelismo das narrativas escolhidas pelo diretor, é um convite ao encontro com a cultura, as mazelas e ao novo cinema da Guatemala.

PALAVRAS-CHAVE: Cinema; Guatemala; Feminicídio.


INTRODUÇÃO

Nem tão silenciosa quanto a cena de abertura de “*Ixcánul*”, a expressão captada em primeiríssimo plano das personagens de Jayro Bustamante, denuncia no olhar o peso da trajetória dessas mulheres, que dialogam com a realidade de tantas outras submetidas ao subjugo de uma comunidade dominada por homens.

Fig. 1: Frame da cena de abertura de *Ixcánul* (Jayro Bustamante, 2015).



Fonte: <https://tvbrasil.ebc.com.br/cine-ibermedia/2017/12/ixcanul>



Ao tema, é dado um recorte geográfico a que pouco temos acesso. O filme se passa no interior da Guatemala, país com uma história recente marcada por uma guerra civil (1960-96) que evoluiria para um genocídio com aproximadamente 300.000 vítimas, entre elas civis e militares. O termo *genocídio*, criado na década de 1940 por Raphael Lemkin (1900-59) em virtude da perseguição aos judeus, pretende designar (principalmente) o extermínio de uma determinada etnia, o que em termos técnicos desqualificaria o uso da palavra no ocorrido da década de 1980, uma vez que seu objetivo era de cunho político, decorrente da Guerra Fria. Em contrapartida, avaliando o cenário atual em que vivem as mulheres dessa região, o feminicídio é uma prática latente e naturalizada, como se pode observar nas tramas desenvolvidas no premiado longa.


Hannah Arendt, filósofa alemã de origem judaica, que tinha como tema regimes totalitaristas e o mal banal, atribui a prática nazista à desumanização do objeto de violência, de forma que quem pratica o mal não vê no outro um semelhante. A desumanização se dá uma vez que é retirado de um indivíduo o direito à fala e às escolhas sobre a própria vida.

DISCUSSÃO - O FEMINICÍDIO NA NARRATIVA DO AUTOR

Em *Ixcanul*, María, uma jovem de 17 anos comprometida com um casamento arranjado pelo pai, sonha com a possibilidade de migrar para os Estados Unidos em busca de uma nova perspectiva. Sem voz ativa sobre o casamento, cujo maior questionamento se dá em relação à sua competência como dona de casa, se envolve com Pepe (Marvin Coroy), um rapaz que promete levá-la consigo ao exterior em troca de favores sexuais.

A escolha dos fios condutores de Bustamante sem dúvida não foi aleatória. Ironicamente, somos forçados a crer que há mais chances de uma possível ascensão em um país não-Latino. E em uma situação de completa vulnerabilidade, o que uma menina pobre, indígena e com pouco acesso à educação, acredita ter como moeda de troca senão o próprio corpo?

María planeja uma fuga que não acontece. É deixada para trás e o fruto dessa relação é uma gravidez indesejada e logo descoberta pela mãe, que em um primeiro momento, questiona a ausência do pai da criança, e sem resposta inicia uma série de tentativas frustradas de interromper a gestação. É importante ratificar que a história se passa na contemporaneidade, mas em uma região nada cosmopolita. A sexualidade feminina ainda é vista como um tabu e a virgindade tratada como um troféu.




Paradoxalmente, o que mais se aproxima de um diálogo está nessa relação entre mãe e filha. Não está claro, e isso inclui um outro momento da narrativa, que qualquer mulher seja capaz de compreender tal situação, mas naquele contexto somente uma mulher o faria. Não somente pelo laço materno, mas por experimentar e presenciar a repetição de uma tradição que reduz o gênero feminino a uma condição servil, seja do ponto de vista doméstico ou sexual.

A fronteira do idioma torna a trajetória dessas personagens ainda mais complexa. No único momento em que a família se desloca para a capital em busca de um hospital, a interlocução é mediada pelo pretendente de María, Ignácio (Justo Lorenzo), que a essa altura está ciente da gravidez. A cena gravada em plano sequência e câmera nervosa rompe com a estética mais enrijecida da primeira metade do filme, que surpreende pela qualidade fotográfica. Retomando a questão da comunicação, na sequência, Bustamante novamente faz uso de um silêncio que nos transporta para o lugar da mãe, que pode apenas observar e aguardar um diagnóstico traduzido e contaminado pelo futuro genro. Mais uma vez, o diretor aponta para o não-lugar de fala a que, forçadamente, a personagem é colocada.

A sequência que precede o desfecho do longa guatemalteco discorre, finalmente, uma justificativa para o comportamento silencioso dos personagens: um cortejo fúnebre carrega o corpo do bebê, uma menina, e no diálogo entre as protagonistas, Juana consola a filha que foi privada de ver o corpo da criança e se culpa pela tentativa de aborto. O desespero de María mostra pela primeira vez a personagem fora desse papel subserviente e, movida pelo inconformismo da perda, desenterra o caixão. Ao constatar que o que pensava ser sua filha era um tijolo a família irá novamente recorrer às benfeitorias de Ignácio como interlocutor na busca pela menina.

É claro que, quanto à criança, toda a responsabilidade recai sobre María, afinal, ela é a mãe. Da tentativa de um aborto malsucedido a assinar um documento enquanto estava desacordada, a cobrança vem de si e passa pela insensibilidade de mais um personagem masculino, cuja função de investigador não lhe desperta empatia. Por fim, os questionamentos do pai retomam a ideia de que uma possível adoção por uma família estadunidense amenizaria essa perda, uma vez que a criança estaria bem amparada social e financeiramente.

O argumento do pai, bem como o pedido de ajuda da família e a ideia do sonho americano conversam entre si. É como se as camadas menos favorecidas estivessem fadadas à Síndrome de Estocolmo e se vissem sempre dependentes do seu algoz, seja buscando uma vida melhor no país responsável pela instauração de um regime ditatorial e de uma cultura de



exploração, que corroboram com as péssimas condições sociais vigentes na América Latina ou em relações mais diretas como um casamento arranjado.


A última cena de *Ixcánul* remonta o cenário da primeira, dando ao espectador a ideia de que aquele ciclo se repete em diversos aspectos. María retoma o início de sua trajetória, adotando um comportamento fúnebre que muito se assemelha ao *muçulmano* de Agamben: “*O olhar tornava-se opaco e o rosto assumia uma expressão de indiferença, mecânica e triste.*”.

Em *O que resta de Auschwitz* (1998), o escritor italiano dedica o segundo capítulo ao que os prisioneiros dos campos de extermínio nazistas conheciam como *der Muselmann*, que era identificado como o prisioneiro que “*havia abandonado qualquer esperança e que havia sido abandonado pelos companheiros, já não dispunha de um âmbito de conhecimento capaz de lhe permitir discernimento entre bem e mal, entre nobreza e vileza (...) Era um cadáver ambulante, um feixe de funções físicas já em agonia*” (apud Agamben, 2008, p.49). Dentre as características pontuadas pelo autor, além da citação de J. Améry, e a personagem, em ambos os casos, despe-se o indivíduo de qualquer resquício de dignidade. E uma vez nesse lugar, perde-se a capacidade de comunicar-se com o outro e assim, de reagir.

Ixcánul foi escrito e concebido em uma perspectiva essencialmente masculina, mas alcança uma sensibilidade que atribuo à escolha do elenco. Maria Telón e María Mercedes Coroy, respectivamente mãe e filha no filme, partilham conosco parte de sua própria história. Bustamante, ao se basear em um testemunho real e optar por uma atriz amadora e uma não-atriz, aproxima o espectador da realidade de uma grande parcela da população feminina em países da América Latina.

Em uma narrativa que se desenrola a partir do “sonho americano”, o diretor faz escolhas sensíveis que valorizam a apresentação da cultura local, tornando o ponto de partida lugar-comum apenas um coadjuvante diante de suas consequências. As pautas que movimentam o enredo do filme ora caminham pelo viés da busca por uma vida melhor, ora pelo conformismo, mas sempre culminam nas decisões tomadas por homens a respeito da vida dessas mulheres.

Se deslocarmos a realidade do longa guatemalteco até o Brasil, veremos que há muito em comum não só na hierarquização entre gêneros, como também de ordem étnica e cultural. Ailton Krenak, líder indígena e escritor brasileiro, em *Ideias para adiar o fim do mundo* nos convida a compreender a relação dos povos originários com a *Mãe Terra*, e a manutenção de costumes indígenas em território brasileiro durante e após a colonização. Das questões levantadas por Krenak, o vínculo com a memória ancestral e a preservação da identidade



cultural desses povos – o nosso povo, embora não tenham nos ensinado dessa forma – é a mais fundamental. Um dos caminhos que convergem entre a fala do escritor e a obra de Bustamante, apesar da distância geográfica, é justamente esse diálogo com a natureza. O que Krenak vai pontuar como *sub-humanidade*, compreendida assim pelos exploradores, se assemelha com o que vemos entre as personagens de Bustamante e o Vulcão:

“Porque tem uma humanidade, vamos dizer, bacana. E tem uma camada mais bruta, rústica, orgânica, uma sub-humanidade, uma gente que fica agarrada na terra. (...) A organicidade dessa gente é uma coisa que incomoda, tanto que as corporações têm criado cada vez mais mecanismos para separar esses filhotes da terra de sua mãe.” (KRENAK, 2019, p. 11-12)

Quando Krenak cita o homem como medida das coisas não está necessariamente fazendo uma separação de gênero, e sim entre o humano e a T/terra. Fala de como a humanidade despreza e explora recursos naturais. No entanto, podemos pensar que isso se dá em qualquer relação em que se compreende que há um lado mais frágil. Seja socialmente, como no caso das mulheres, ou na relação em que manda quem detém mais poder aquisitivo. Se sabemos que há uma disputa entre neo-colonizadores e remanescentes da cultura indígena que tentam ainda ter alguma voz sobre seu território de direito, sabemos que há a mesma relação entre homens que tentam silenciar mulheres enquanto tentamos resistir à violência física e moral seja aqui ou na Guatemala.

Assim, se somos tão semelhantes, por que ainda é perceptível a falta de identificação entre nós brasileiros e as demais culturas latinas? Por que ainda há uma parcela da população que não considera nossas raízes?

Entre janeiro e fevereiro de 2018 estive na Guatemala. Passei um mês imersa na cultura do país, cruzando diariamente com mulheres guatemaltecas trajadas com seus tecidos indígenas no centro da capital. Me lembro que no primeiro dia minha amiga me levou para almoçar no mercado central e o choque foi grande. Nós, forjados em uma cultura que exalta o que vem de fora e nos distancia de nossos antepassados, não estamos acostumados a dialogar com nossa própria história. Minha identificação veio rápido até e em pouco tempo me senti parte daquilo. Ao passar tantos dias pelos mesmos lugares e observando paisagens que pareciam tão distantes, entendi que essa distância nunca existiu.

Na última semana de viagem visitamos *Tikal*, o “lugar das vozes” onde o sotaque que menos se ouve é o dos guatemaltecos. Como era de se esperar, o público que paga caro para visitar as pirâmides Maias é formado majoritariamente por turistas. Um guia guatemalteco

levou o grupo em uma longa caminhada. Subimos em algumas pirâmides e a sensação de estar naquele lugar não é possível ser descrita em palavras.

Assisti *Ixcánul* algum tempo antes de passar pela Guatemala. De certa forma, as personagens criaram em mim alguma expectativa do que eu encontraria por lá. Acho que o cinema tem esse poder de transportar o espectador para qualquer lugar. Eu não sabia das vinte e uma línguas Maias ainda preservadas. Tampouco que aquelas mulheres representadas no filme passariam por mim na ida ao mercado. Não sabia que da janela do apartamento veria o vulcão todos os dias pela manhã.

A viagem, como em *Ixcánul*, terminou como começou: numa ida ao mercado central. Dessa vez, não houve choque. Senti como se estivesse saindo de um lugar o qual pertencia também.


Assim, a possibilidade de ouvir o que guatemaltecos tinham a dizer sobre o genocídio ocorrido na década de 1980 durante a Guerra Civil reforçou ainda mais a certeza de que somos próximos.

Fig. 2: *Hijas de la Madre Tierra* (Julie Brasil, 2019)



Fonte: Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kJgwxRWDpqc&feature=youtu.be>

Ao refletir sobre o papel da arte diante da violência imposta na vida real, a artista visual guatemalteca Julie Brasil realizou o curta-metragem *Hijas de la Madre Tierra* em que registra



o trajeto de mulheres partindo do simpósio *Feminist Constelations II*, realizado pela Universidade de Nova York em 2019, em direção ao prédio da antiga fábrica *Triangle Shirtwaist* (hoje rebatizada de *Brown Building* e ocupado parcialmente pela NYU), onde o grupo prestou homenagens em memória aos trabalhadores mortos em um incêndio que ocorrera em 25 de março de 1911.

A fábrica ocupava os três últimos andares do edifício *Asch Building* e tinha cerca de 600 empregados, majoritariamente mulheres jovens e imigrantes com uma carga horária de 14 horas diárias e salários que variavam entre 6 e 10 dólares semanais. Das poucas vítimas identificadas após o ocorrido, sabe-se que eram de nacionalidades diversas, entre elas italianas, ucranianas, russas e palestinas. Mulheres que não dominavam suficientemente o idioma local para compreender o alerta de fogo.

Para além das condições desumanas de trabalho e exploração que colaboraram com a tragédia, o evento e o filme rememoram as vítimas de um sistema que reforça formas contemporâneas de colonização. Assim, o que vimos em *Ixcanul*, lançado mais de um século após o incêndio, pode ser entendido como um precedente da narrativa que se repete.

Em 8 de março de 2017, Dia Internacional da Mulher, outro incêndio matou dezenas de meninas entre catorze e dezessete anos em um orfanato em *San José de Pinula*, na Guatemala. A negligência da polícia que, apesar dos gritos levou nove minutos para prestar socorro, colaborou para uma das maiores tragédias do país desde a Guerra Civil.

Segundo o relato de familiares, algumas das internas do *Hogar Seguro Virgen de la Asunción* eram vítimas de maus-tratos e abuso sexual dentro da instituição. Tanto que no ano anterior o juizado de Infância e Adolescência condenou o estado por crimes de violência cometidos contra menores sob sua proteção.

As jovens estavam trancadas há horas em uma das salas do estabelecimento como punição por uma tentativa de fuga em massa no dia anterior. Um fósforo foi aceso na expectativa de que alguém abrisse a porta. Das quinze sobreviventes, uma estava grávida e após o parto retornou para a tutela do estado, outra teve 95% do corpo queimado. O histórico de pobreza extrema, violência e abandono familiar são traços comuns na biografia das vítimas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o último semestre de 2018 foram registrados na Guatemala aproximadamente cinquenta mil gravidezes em adolescentes. Em setembro do mesmo ano, a ativista e parteira de origem maia Juana Ramirez Santiago, 57 anos, uma das lideranças da “Rede de Mulheres Ixil”, foi assassinada a tiros no oeste do país.

Ampliando a escala para todo o território da América Latina, cerca de nove mulheres são assassinadas diariamente vítimas de violência de gênero. Segundo uma matéria publicada no jornal El País¹, em 2018 a América Latina era a região mais letal para mulheres que vivem fora de uma zona de guerra.


Em junho de 2015, Argentina, Chile e Uruguai, movidos pelo assassinato de Chiara Páez, uma jovem grávida de 14 anos, e outras quatro vítimas, incluindo Lucía Pérez, de 16 anos, que fora drogada e violentada em Mar del Plata (Argentina), deram início às manifestações intituladas *Ni una menos*, a fim de protestar pelo fim do feminicídio e pela legalização do aborto.

A frase que intitula as manifestações é atribuída à escritora e defensora dos Direitos Humanos Susana Chávez Castelo, encontrada morta e mutilada em 6 de janeiro de 2011, na colônia *Cuauhtémoc*, na Cidade do México. Em princípio, o assassinato não teve ligação com seu ativismo, mas pode ser tomado como exemplo da perversidade e da banalização da violência.

Os protestos seguiram e no Dia Internacional da Mulher, em 2020, Argentina, Chile e México puxaram a onda que tomaria boa parte dos países latinos em direção à luta pela igualdade de gênero e aqui no Brasil não foi diferente. Milhares de mulheres foram às ruas movidas sobretudo pelas declarações machistas do atual presidente Jair Bolsonaro e da cúpula de seu desgoverno, que desconsiderou o aumento alarmante de violência doméstica durante a pandemia da Covid-19.

O que já era espantoso antes, cresceu em 40% ao longo do período de quarentena. Segundo o relatório divulgado pelo Instituto de Segurança Pública (ISP), a maioria dessas

¹ Acesso em 24 de julho de 2021:
https://brasil.elpais.com/brasil/2018/11/24/actualidad/1543075049_751281.html



agressões, incluindo estupros, ocorreram dentro de casa, o que descredibiliza a hipótese de que estamos mais resguardadas quando não saímos. O que também é inaceitável se pensarmos que, por essa lógica, a responsabilidade desses crimes recairia sobre as vítimas.

Então, após inúmeras declarações misóginas da ministra da Mulher e dos Direitos Humanos Damarens Alves, defendendo a ideia de que a igualdade de gênero estimula as agressões desferidas às mulheres, e de declarações do próprio presidente, o Ministério Público Federal-SP entrou com uma ação civil pública exigindo uma reparação da União por essas falas. Para os procuradores, e para qualquer cidadão com o mínimo de bom senso, a responsabilidade do feminicídio não advém da igualdade que buscamos há algum tempo, mas de afirmações como essa, que reforçam a naturalização da violência.

Houve também um levantamento dos crimes sexuais que comprova que boa parte das vítimas está entre meninas menores de dezessete anos. É preciso levar em conta antes de tudo o que a sociedade entende como estupro. Ao voltarmos para a narrativa ficcional de *Ixcanul* temos um exemplo claro que possivelmente não seria interpretado como tal. Há uma certa urgência em nos reeducarmos sobre o tema e suas causas. Urge também a necessidade de nos reconectarmos à nossa memória ancestral, como sugeriu Krenak, para compreendermos que a miscigenação latino-americana foi iniciada através de um processo violento a começar pela exploração da natureza e dos corpos femininos.

Assim, reduzir o genocídio latino apenas ao período em que a história o compreende significaria ignorar a reverberação desses fatos até hoje. O apagamento moral e o impacto sobre o gênero feminino, refletem uma crueldade que nenhum termo acadêmico será capaz de nomear. No fim, o que mais importa é a capacidade de se ver no outro e tentar evitar uma repetição incessante de uma cultura que nos mata física e moralmente.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio, 1942 - O que resta de Auschwitz: o arquivo e a testemunha (Homo Sacer III) / Giorgio Agamben: tradução Selvino J. Assmann. - São Paulo: Boitempo. 2008. UEstado de sítio)

KRENAK, Ailton. Ideias para adiar o fim do mundo. São Paulo: Ed. Schwarcz S.A. 2019.



CAPÍTULO 2

O USO DA NOSTALGIA EM FILMES E SÉRIES NAS PLATAFORMAS DE STREAMING

Brener Neves Silva, Mestrando em Cinema e Audiovisual, Universidade Federal Fluminense

RESUMO


Ao longo dos anos, a indústria cinematográfica vem utilizando do recurso nostálgico para o consumo de obras audiovisuais por meio de filmes e séries que rememoram o passado. Neste cenário, a nostalgia pode ser visualizada como um importante elemento usado pelas plataformas de streaming, como Netflix, Amazon Prime, Disney+, entre outras. O objetivo deste estudo é refletir de que modo essa prática vem sendo aplicada nos streamings e quais os potenciais motivos para o seu uso constante. Para esta discussão, foi realizada uma pesquisa bibliográfica acerca dos usos da nostalgia e do consumo de mídias audiovisuais nostálgicas em plataformas de streaming atuais, cujas fontes foram livros e trabalhos científicos publicados em revistas nacionais e internacionais. A partir das reflexões, pode-se perceber que a cultura midiática atual tem investido no desejo e anseio nostálgico do espectador, contudo, é necessário pensar a nostalgia não só como estratégia mercadológica, mas também como um recurso que torna possível compreender questões e valores socioculturais e políticos. Portanto, destaca-se a importância de expandir os estudos interdisciplinares das relações entre nostalgia e cinema para pensar suas implicações sociais no meio audiovisual.

PALAVRAS-CHAVE: Nostalgia; Mídia; Streaming; Cinema; Audiovisual.

INTRODUÇÃO

A nostalgia vem sendo estudada e ressignificada ao longo da história e passou por diversos sentidos que foram se modificando de acordo com as mudanças no espaço-tempo. A criação desse neologismo se deu em 1688 pelo físico Johannes Hofer a partir da combinação dos termos gregos “*nostós*” (retorno) e “*álgos*” (dor) para descrever a melancolia que soldados sentiam quando lutavam no exterior, sendo definida então como uma dor causada pela saudade de casa e/ou da pátria. Desta forma, por muito tempo a nostalgia foi classificada como uma patologia e, posteriormente, passou a ser vista como negativa pela falta de progresso, que se acreditava como algo intrínseco ao significado do termo até então (PICKERING e KEIGHTLEY, 2006).

No entanto, com o passar dos anos, a percepção passou de uma patologia e um sentimento negativo para algo potencialmente bom, ligado à rememoração ou recuperação de



um passado mais ou menos distante (CASTELLANO e MEIMARIDIS, 2017). Afastando-se dessas condições e passando a ter significados mais positivos, cada vez mais a nostalgia vem sendo associada fortemente à memória. Fato é que, conforme Boym (2011), o século XX começou com uma utopia futurística e terminou em nostalgia, ou seja, no século XXI, o que antes significava uma patologia, acabou se transformando em uma incurável condição moderna.

Na indústria do cinema e do audiovisual tem-se percebido o uso da nostalgia como ferramenta mercadológica devido ao grande número de obras cinematográficas consideradas nostálgicas. Geralmente, são filmes e séries com temáticas históricas, reconstituições do passado, *remakes*², *reboots*³ e *revivals*⁴. Nesse cenário, as plataformas de *streaming* têm se destacado por trazer de volta obras audiovisuais finalizadas ou canceladas, além de produzir e exibir filmes e séries que rememoram o passado (KLEIN e PALMER, 2016).

Atualmente as plataformas de *streaming* fazem parte do cotidiano das pessoas, por isso, é preciso levar em consideração a importância que têm hoje no campo do cinema e do audiovisual. Este estudo busca levantar reflexões sobre o modo como essa prática vem sendo aplicada nos *streamings* e quais os potenciais motivos para o seu uso constante. Para isso, o presente trabalho foi dividido em três partes: se inicia com a apresentação das teorias acerca dos estudos e compreensões da nostalgia, seguido de uma contextualização do uso da nostalgia nas plataformas de *streaming* e, por fim, uma discussão sobre os potenciais motivos do seu uso e como é possível pensá-la para compreender determinados aspectos sociais.


A NOSTALGIA E SEUS DIVERSOS USOS

Os estudos iniciais de nostalgia relacionam seu significado a uma patologia associada a determinadas sensações sentidas pelas pessoas, que se caracterizavam pela falta ou saudade de algo ou alguém (STAROBINSKI, 2016). Posteriormente, os estudos saíram da centralidade da medicina e começaram a tomar novos rumos que permeavam os campos sociológicos e culturais, porém de maneira negativa, pois passou a ser vista como o oposto conceitual de

² Versão atualizada de uma obra que permanece fiel à original.

³ Releitura de obras com mudanças substanciais.

⁴ Quando o elenco de uma obra já finalizada se reúne novamente ou quando há o retorno de audiovisuais anteriormente encerrados.




progresso, visto que senti-la ou praticá-la era como “olhar para o passado” (KEIGHTLEY e PICKERING, 2006), trazendo a sensação de regressão. Essa linha de pensamento acabou aumentando as fronteiras e diferenças entre presente e passado, como se um não se entrecruzasse com o outro, o que resultou em diversos usos do termo no senso comum.

Ao mesmo tempo, a nostalgia passou a ser concebida como um desejo pelo passado e, também, como uma busca por aquilo que não é possível alcançar. Desde então, diversos estudiosos passaram a pesquisar de maneira mais profunda os significados e representações da nostalgia. Nesse percurso, ocorreu o que Niemeyer (2014) chama de “*boom* da nostalgia”, pois passou a ser cada vez mais presente em vários aspectos na vida das pessoas. Isso começou a aparecer constantemente por meio das redes sociais, moda, alimentos, bebidas, móveis, festas com temáticas de décadas passadas, edição de fotografias em telefones celulares para se assemelharem a Polaroids, além de outros produtos mercadológicos, como é o caso, por exemplo, da venda de vitrolas no século atual. Esta prática originou outros termos atrelados à nostalgia, como a tecnostalgia, que se refere ao interesse pelas tecnologias de mídia do passado e que são reapropriadas nas práticas de memória contemporâneas (HEIJDEN, 2015). Conforme Niemeyer,

Nostalgia é o nome que comumente damos a um anseio agridoce por tempos e espaços anteriores. Esse retorno privado ou público ao passado e, às vezes, a uma imaginação interligada do futuro, obviamente não é novo. Sempre houve um fascínio pelos, como costumamos chamá-los, “bons velhos tempos”. Mas quem teria pensado, dada a imaginação dos anos 1990 de um futuro repleto de tecnologia, que o início do novo século seria de fato marcado por um aumento nas expressões de nostalgia e em objetos nostálgicos, conteúdo de mídia e estilos? (NIEMEYER, 2014, p. 1).

Com o passar do tempo, começou-se a notar que a nostalgia pode sugerir questões mais profundas relacionadas ao espaço-tempo. Atualmente, os estudos são ramificados e dedicam-se aos mais diversos campos, como a retromania (REYNOLDS, 2011), a obsessão midiática da nostalgia (HUTCHEON e VALDÉS, 2000), a nostalgia ativa (FERRAZ, 2016), ciclos nostálgicos (HIGSON, 2003; MARCUS, 2004), sonhos e pesadelos (LOWENTHAL, 2013), modos (JAMESON, 2013), ondas (DAVIS, 1977), comoditização da nostalgia (GRAINGE, 2000), bem como a nostalgia e suas vizinhanças com a memória, utopia, retrotopia, distopia, retrofuturismo, heterotopia e escatologia (NAGIB, 2006; BASSET e BAUSSANT, 2018; BAUMAN, 2017; CAMPOPIANO, 2014; HEIJDEN, 2015).

Dentre as buscas e ramificações da nostalgia, o século XXI tem se caracterizado pelo uso recorrente da nostalgia na mídia e isso tem gerado diversos estudos, pesquisas e lançamento de livros sobre suas relações, dado o fato de que a partir da nostalgia torna-se possível refletir questões em sociedade. Conforme afirmam Santa Cruz e Ferraz (2018, p. 7) “talvez o aspecto




mais cativante da nostalgia reside na riqueza de facetas que esta noção generosamente é capaz de apresentar ao cruzar, tocar ou tangenciar questões humanas de diversas naturezas”. Partindo desse pressuposto, faz-se necessário pensar o uso constante da nostalgia, especificamente no campo do cinema e do audiovisual.

O USO DA NOSTALGIA NAS PLATAFORMAS DE STREAMING

A prática nostálgica encontra-se em diversos meios sociais, desde experiências cotidianas até a indústria do consumo, porém é nos meios de comunicação que possui maior visibilidade e agenciamento social (RIBEIRO, 2018). Neste contexto, observam-se fronteiras cada vez menores entre a nostalgia e a cultura da mídia, bem como o desejo nostálgico das pessoas em sociedade. Esse anseio se dá desde o que Grainge (2000) chama de comoditização da nostalgia, que é o retorno de produtos e tendências do passado, como a volta das câmeras Polaroid, até as mídias audiovisuais, principalmente a partir das plataformas de *streaming* Netflix, Amazon Prime, Disney+, Globoplay, entre outras.

Nessas plataformas há uma grande quantidade de produções cinematográficas com temáticas históricas, o que revela o apelo à nostalgia do espectador. Esse “boom de nostalgia” no cinema e no audiovisual se transpõe no século XXI como uma espécie de pacto espectadorial de produção fílmica que rememore o passado para agradar ao público. É, de certa forma, uma estratégia de tornar o tempo um espaço retornável e o avanço da tecnologia vem contribuindo com essa prática que, também, visa o lucro. Sobre isso, Panati (2013, p. 4) afirma que “vender uma imagem favorável do passado rende muito dinheiro”.

Desse modo, a nostalgia permite aos espectadores retomarem momentos do passado e a indústria audiovisual vem se usando disso como estratégia de manejo do tempo, que cada vez mais parece estar se perdendo. Essa tendência se dá em diversos meios audiovisuais que estão se apropriando cada vez mais do recurso nostálgico, como o YouTube e a mídia tradicional, com a exibição do programa *Vale a Pena Ver de Novo*, da Rede Globo, e a criação do canal Viva, que reexibe programas e novelas antigas da emissora. Além disso, canais fechados também utilizam da nostalgia em suas programações, como o caso da Nickelodeon, que desde 1985 possui um bloco de programação noturna intitulado *Nick at Night*, em que exhibe programas para adultos e adolescentes com uma programação de reprises de séries conhecidas do canal. Segundo Castellano e Meimaridis,




Em alguns casos, são produções que apresentam momentos histórico-culturais do passado, como *Masters of Sex* (Showtime, 2013-Presente) e [...] *Mad Men*, que se passam nos anos 1960, *The Americans* (FX, 2013-Presente) e *The Get Down* (Netflix, 2016-Presente), sobre década de 1980 ou a *sitcom Fresh off the Boat* (ABC, 2014-Presente) e o drama *Hindsight* (Vh1, 2015), com tramas situadas nos anos 1990. Em outros casos, são releituras de produtos previamente bem-sucedidos, como a série *Rush Hour* (CBS, 2016), adaptação do filme homônimo de 1998, ou até mesmo o retorno de produções já encerradas, como *The X-Files* (Fox, 1993-2002), que em 2016 teve seis episódios novos após ficar treze anos fora do ar, e *Twin Peaks* (ABC, 1990-1991), que em 2017 voltou com 18 episódios mais de duas décadas depois de sua exibição original (CASTELLANO e MEIMARIDIS, 2018, p. 63).

Essas práticas e os grandes números de audiência mostram que os diversos seguimentos da indústria audiovisual vêm investindo no desejo nostálgico do espectador. No entanto, atualmente são as plataformas de *streaming* que parecem estar investindo mais na produção e exibição de audiovisuais que instrumentalizam a nostalgia como um movimento mercadológico crescente (SANTA CRUZ, 2017). É o caso das reconstituições de época, que criam universos ficcionais ambientados em momentos passados, como *Stranger Things* (2016-Presente), da Netflix, que retrata a década de 1980 e é uma das séries mais vistas da plataforma.

Neste contexto, é nítido que a Netflix tem se destacado por essas produções e por trazer de volta séries que foram canceladas ou finalizadas. Outra produção que se destaca no *streaming* é *Anne With An E* (2017-2019), que se passa no final da década de 1890 e conta a história de uma jovem órfã que luta por amor, aceitação e seu lugar no mundo. A série reconstitui a atmosfera dessa época por meio do figurino, cenografia e caracterização ricos em detalhes e traz de volta a “sensibilidade” do passado por meio da trama de modo geral. Em 2019 a série foi cancelada pelo canal canadense Canadian Broadcasting Corporation, detentor oficial dos direitos da obra, mas essa notícia não foi bem recebida pelo público, que hoje assina uma petição online de renovação que possui quase 2 milhões de assinaturas.

O apelo nostálgico continuou sendo utilizado como ferramenta e, em 2020, a Netflix lançou a série *Bridgerton* (2020-Presente), que se passa no início do século XIX e retrata a história de Daphne, a filha mais velha da família Bridgerton, que passa por uma mudança em sua vida ao buscar um casamento bem-sucedido na sociedade e, ao mesmo tempo, a felicidade no amor. O destaque da série se dá, além da própria trama, na fotografia, cenografia e nos figurinos, que trazem consigo as características histórico-culturais do passado. A produção obteve tanta audiência que nas primeiras semanas de lançamento foi vista por 63 milhões de pessoas, tornando-se a quarta maior série da história da Netflix.

Seguindo a mesma linha de estratégia mercadológica, a plataforma Amazon Prime lançou, em 2017, a série *The Marvelous Mrs. Maisel* (2017-Presente), que se passa nos anos



1950 e acompanha a trajetória de Midge, uma mulher que foi educada para casar, porém se divorcia e entra em uma carreira humorística. A produção discute questões sociais de décadas passadas, mas que ainda se fazem presentes na sociedade para dar continuidade aos debates e questões sociopolíticas atuais. A série vem fazendo tanto sucesso que foi indicada em 20 categorias do Emmy Awards em 2020.

Além das plataformas citadas anteriormente, outro *streaming* de sucesso com grandes produções é a Disney+, que estreou no Brasil em novembro de 2020, e trouxe uma categoria de filmes intitulada “Filmes Nostálgicos”, contendo diversos clássicos de décadas passadas, como *Branca de Neve e os Sete Anões* (1937), *Mary Poppins* (1964), *A Noviça Rebelde* (1965), *Esqueceram de Mim* (1990), entre outros. Há também as categorias “Favoritos do Disney Channel” e “Lembranças”, que trazem diversas séries e filmes de sucesso exibidas no canal Disney Channel ao final dos anos 1990 e início dos anos 2000, como *Operação Cupido* (1998), *Zack e Cody: Gêmeos em Ação* (2005-2008), *Os Feiticeiros de Waverly Place* (2007-2010), *Hannah Montana* (2006-2010), além da trilogia de filmes *High School Musical* (2006-2008), entre outros.


Essas produções apontam para o fato de que o mecanismo da cultura da mídia, aliada à nostalgia, tem funcionado e está rendendo bons números de audiência, o que resulta em filmes e séries de época, além de outros recursos utilizados dentro das próprias plataformas, como os *remakes*, *reboots* e *revivals*, bem como as prequelas⁵ e sequelas⁶. Essa estratégia produz o que Ferraz (2016) chama de nostalgia ativa, que se coloca como uma forma de expressão da memória, capaz de mobilizar pessoas e grupos, potencializar práticas, discursos e afetos que operam, por exemplo, contra arbitrariedades de determinadas memórias oficiais e versões legitimadas do passado (SANTA CRUZ e FERRAZ, 2018). Sobre isso, Niemeyer afirma que,

A mídia produz conteúdos e narrativas não apenas no estilo nostálgico, mas também como desencadeadores da nostalgia. A mídia e as novas tecnologias em particular podem funcionar como plataformas, locais de projeção e ferramentas para expressar a nostalgia. Além disso, a mídia é muitas vezes nostálgica por si mesma, seu próprio passado, suas estruturas e conteúdos. Mudanças de mídia perpétuas tornam a mídia nostálgica por seu fim inexistente (NIEMEYER, 2014, p. 7).

É perceptível que o uso da nostalgia como ferramenta mercadológica na mídia está cada vez mais crescente e, conseqüentemente, presente nas mídias audiovisuais de modo geral, especificamente nos *streamings* citados, mas também em muitos outros, como HBO GO,

⁵ Obras cujas histórias ou enredos servem de antecedentes a uma já existente.

⁶ Obras cujas histórias ou enredos dão continuidade a uma anterior.




Telecine Play, Now, Mubi, entre outras. As obras cinematográficas e audiovisuais que utilizam desse recurso trazem uma reflexão sobre o passado e o presente, no qual a nostalgia, segundo Grainge (2000, p. 33) “ancora-se no tempo presente, de onde parte em forma de narrativas, estilos e ações, refletindo novos modos de engajamento com o passado”. Desse modo, o *boom* de nostalgia que reverbera nas mídias desde o século passado levanta debates acerca das nossas vivências em sociedade, das questões socioculturais e até mesmo sociopolíticas, além de questões identitárias, o que nos faz pensar por quais motivos desejamos voltar para o passado e por que hoje, no presente, valoriza-se tanto os momentos passados nas mídias audiovisuais.

EM QUE CONSISTE O USO DA NOSTALGIA NO CINEMA E NO AUDIOVISUAL?

No âmbito da sociedade atual, a nostalgia pode ser descrita como um fenômeno ambíguo, que migra tanto para uma profunda estrutura emocional e psicológica quanto para uma larga estrutura cultural, social, econômica e política (NIEMEYER, 2014). Isso se torna nítido pelo desejo, por parte do público, de consumir mídias audiovisuais nostálgicas nas plataformas de *streaming* atuais. No entanto, essas tecnologias refletem uma prática de memória que não é movida pela nostalgia no sentido clássico como um anseio pelo passado, mas sim uma mediação entre o passado e o presente (HEIJDEN, 2015). Nessa mediação, as fronteiras temporais se estreitam por meio de produções cinematográficas e audiovisuais com temáticas de época, o que nos faz pensar no uso da retrotopia, apontada por Bauman (2017) como o investimento no passado vagamente lembrado, valorizado por sua estabilidade e confiabilidade assumida, dado o fato de que o futuro é incerto e obviamente não confiável.

O uso da retrotopia pode ser visualizado como uma espécie de ferramenta dentro do campo da estratégia nostálgica, já que atualmente parece haver uma tendência preferível em investir em obras audiovisuais que retratem temáticas históricas do passado, devido às incertezas do futuro, visto que o passado já se conhece e o futuro não se pode confiar. Esse é um recurso que parece funcionar muito mais, pois foca em um público já existente ou que já passou por situações parecidas. Desse modo, produzir e exibir filmes e séries que rememorem o passado parece ser uma maneira de manter um público já cativado.

Nessas obras, Castellano e Meimaridis (2018) afirmam que é importante notar que não se trata apenas da representação de um tempo passado, mas da retomada de um passado próximo, possível de ser lembrado pelo espectador como parte de sua própria memória afetiva. Contudo, há espectadores que não necessariamente viveram determinada época, mas




anseiam pela mediação entre passado e presente como resposta para questões vividas no mundo atual. Neste contexto, a nostalgia pode ser compreendida como “uma resposta sociocultural a formas de descontinuidade, ao propor uma visão de estabilidade e autenticidade existente em alguma ‘era de ouro’ conceitual” (GRAINGE, 2000, p. 28).

Tais narrativas audiovisuais, além de trazerem consigo características de um passado próximo ou até mesmo distante, atingem ao público de determinada maneira que ativa o sentimento nostálgico e podem contribuir, inclusive, com a sensação de fuga da realidade. Davis (2011) afirma que a nostalgia, além de ser uma emoção social, é também uma modalidade estética que surge em resposta ao anseio por continuidade em momentos de transformação. É como se o presente trouxesse determinadas insatisfações sociais e isso estivesse influenciando o retorno de obras com temáticas históricas, visto que existiria um desejo de reviver uma “época melhor”, período concebido de forma romantizada como anterior ao declínio de princípios e costumes (CASTELLANO e MEIMARIDIS, 2018).

Conforme Boym (2001), isso vem acontecendo diante o cenário moderno em que vivemos, no qual a nostalgia deseja obliterar a história e transformá-la em uma mitologia privada ou coletiva para revisitar o tempo como o espaço, recusando-se a se render à irreversibilidade do tempo que atormenta a condição humana. Desse modo, a nostalgia está relacionada à dificuldade que as pessoas têm de lidar com o próprio espaço-tempo em que estão inseridas, pois num cenário caracterizado por diversas questões socioculturais, descrença em projetos políticos e nas narrativas que explicam o mundo e a realidade em que vivemos, bem como vínculos sociais e afetivos mais fragilizados, o desejo pelo passado parece expressar o esfacelamento da capacidade de projeção no futuro, tornando-se difícil imaginar “futuros possíveis” (HUYSSSEN, 2014; RIBEIRO, 2018).

Estudos apontam que embora atualmente possamos pensar em uma espécie de “obsessão midiática” com o uso da nostalgia, não se deve encará-la apenas como estratégia mercadológica, mas também como reveladora das questões sociais vividas na sociedade contemporânea e que refletem as visões negativas ou positivas com relação ao espaço-tempo (HUTCHEON e VALDÉS, 2000; NIEMEYER, 2014). É por isso que constantemente as pessoas parecem ter cada vez mais consciência de que o tempo está passando e que é irreversível. Isso tem resultado na procura por práticas nostálgicas para que haja uma restauração de fragmentos que, por sua vez, irão aconchegar afetos e percepções dos indivíduos por meio da presentificação de filmes e séries atuais com temáticas do passado.



Isso significa que as expressões de nostalgia parecem surgir como uma espécie de “remédio” para as sensações de insatisfação e/ou não pertencimento com o presente. É por isso que hoje a nostalgia, muito mais que um sentimento, tornou-se literalmente uma prática e um hábito comum entre as pessoas e, também, na própria indústria cinematográfica e audiovisual. Isso se dá a partir do momento em que espectadores assistem a filmes e séries que rememoram o passado e, assim, essas pessoas têm a possibilidade de “revisitar” tempos que já passaram na história do mundo. Conforme Pickering e Keightley,

[...] precisamos reconhecer as várias maneiras pelas quais as pessoas estão envolvidas em colocar o passado situado em alguma forma de ordem narrativa para si mesmas, ou na negociação crítica das representações mediadas do passado para suas relações com identidades e experiências coletivas. Ao fazer isso, não queremos sugerir que o consumo da mídia seja sempre e em toda parte caracterizado por uma resposta crítica às formas de representação histórica. Se uma das pré-condições da nostalgia é a insatisfação com o presente, isso ilumina uma das maneiras pelas quais representações não críticas da mídia sobre o passado são legitimadas, ou pelo menos deixadas passar sem contestação (PICKERING e KEIGHTLEY, 2006, p. 925).

A nostalgia parece ser, então, uma forma de reação à velocidade e à vertigem do espaço-tempo moderno, resultado da insatisfação com o presente. Isso traz como consequência o desejo de retornar imaginativamente ao passado como um modo de tentar recapturar uma suposta continuidade que já não está mais disponível ou um ambiente moderno tardio (SMITH, 1998; LOWENTHAL, 1989). No entanto, Castellano e Meimaridis (2018) apontam que nesse processo pode ocorrer também um incômodo com relação à percepção de que o tempo passou e que nós não somos mais os mesmos, bem como os atores e atrizes em tela, passando a ter noção de que o tempo age de maneira inexorável nas relações com os objetos culturais.

Deste modo, expressões e práticas nostálgicas apontam para dois fenômenos recorrentes atualmente: a reação às tecnologias rápidas com o desejo de desacelerar e o uso da nostalgia como uma espécie de encorajamento a partir do consumo midiático audiovisual. Por isso, é fundamental estar sempre pensando e repensando os significados de nostalgia em relação às distinções entre o desejo de retornar ao passado idealizado e o desejo de não retornar, mas de conseguir reconhecer aspectos do passado como a base essencial para a renovação e satisfação no futuro, sendo a nostalgia também o caminho seguinte para as incertezas do presente (NIEMEYER, 2014). Essa reflexão abre novos espaços para pensar a nostalgia em uma dimensão positiva na contemporaneidade, especificamente no cinema e no audiovisual, e cabe aos pesquisadores e pesquisadoras continuarem a busca pelas suas ramificações e compreensões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões sobre nostalgia vão muito além do senso comum e do que antigamente significava apenas uma patologia ou a saudade de casa, pois reverbera e se entrecruza em diversos campos distintos, especialmente na relação com a mídia audiovisual. Nota-se cada vez mais o grande número de produções audiovisuais que retratam o passado em diversos contextos narrativos, como as plataformas de *streaming*, que vêm investindo no desejo nostálgico do espectador. Na cultura midiática atual, os grandes números de audiência nessas produções têm mostrado que a instrumentalização da nostalgia é um movimento mercadológico crescente. No entanto, não se deve visualizá-la somente como estratégia de mercado, mas também como um recurso que pode viabilizar a compreensão das questões sociais vividas na contemporaneidade. Portanto, o apelo à nostalgia do espectador vem sendo cada vez mais utilizado, tornando-se uma grande característica do cinema e do audiovisual nesse início de século, mas que ainda pode sofrer diversas alterações que apenas as próprias tecnologias e o consumo midiático mostrarão.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. *Retrotopia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.
- BASSET, K.; BAUSSANT, M. Utopia, nostalgia: intersections. *Conserveries mémorielles: revue transdisciplinaire*, 22, 2018.
- BOYM, S. *The future of nostalgia*. New York: Basic Books, 2001.
- CAMPOPIANO, J. Memory, temporality & manifestations of our tech-nostalgia. De Gruyter, v. 43, n. 3, p. 75-85, 2014.
- CASTELLANO, M.; MEIMARIDIS, M. Produção televisiva e instrumentalização da nostalgia: o caso Netflix. *Revista GEMInIS*, v. 8, n. 1, 2017, p. 60-86.
- DAVIS, F. *Yearning for yesterday: a sociology of nostalgia*. Oxford: Oxford University Press, 2011.
- DAVIS, F. Nostalgia, identity and the current nostalgia wave. *Journal of Popular Culture*, v. 11, n. 2, 1977.
- FERRAZ, T. Activating nostalgia: cinemagoer's performances in brazilian movie theatres reopening and protection cases. *Medien&Zeit*, n. 4, p. 72-82, 2016.
- GRAINGE, P. Nostalgia and style in retro America: moods, and modes, and media recycling. *The Journal of American Culture*, v. 23, n. 1, 2000.



HEIJDEN, van der, T. Technostalgia of the present: from technologies of memory to a memory of technologies. *European Journal of Media Studies*, v. 4, n. 2, p. 103-121, 2015.

HIGSON, A. *English heritage, english cinema: costume drama since 1980*. New York: Oxford University Press, 2003.

HUTCHEON, L.; VALDÉS, M. J. Irony, nostalgia, and the postmodern: a dialogue. *Poligrafías – Revista de Literatura Comparada*, p. 189–207, 2000.

JAMESON, F. *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Durham: Duke University Press, 2013.

KEIGHTLEY, E.; PICKERING, M. The modalities of nostalgia. *Current Sociology*, v. 54, 2006, p. 919–941.

KLEIN, A. A.; PALMER, B. *Cycles, sequels, spin-offs, remakes, and reboots: Multiplicities in Film and Television*. Austin: University of Texas Press, 2016.

LOWENTHAL, D. Nostalgia tells it like it wasn't. In: C. Shaw and M. Chase (Orgs.). *The imagined past: history and nostalgia*. Manchester and New York: Manchester University Press, 1989.

LOWENTHAL, D. Nostalgic dreams and nightmares. *Change over Time*, v. 3, n. 1, p. 28–54, 2013.

MARCUS, D. *Happy days and wonder years: the fifties and the sixties in contemporary cultural politics*. New Brunswick and London: Rutgers University Press, 2004.

NAGIB, L. *A utopia no cinema brasileiro: matrizes, nostalgia, distopias*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

NIEMEYER, K. *Media and nostalgia: yearning for the past, present and future*. Springer, 2014.

PANATI, C. *Panati's parade of fads, follies and manias*. New York: Harper Perennial, 2013.


REYNOLDS, S. *Retromania, pop culture's addiction to its own past*. London: Faber and Faber, 2011.

RIBEIRO, A. P. G. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – E-Compós*, v. 21, n. 3, 2018.

SANTA CRUZ, L. Marcas e nostalgia: um caso de retromarketing. In: PERROTTA, Isabella; SANTA CRUZ, Lucia (Orgs.). *Marcas, memória e representação*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2017.

SANTA CRUZ, L.; FERRAZ, T. (Orgs.). *Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018.

SMITH, J. S. The strange history of the decade: modernity, nostalgia and the perils of periodization. *Journal of Social History*, v. 32, n. 2, p. 263-85, 1998.



STAROBINSKI, J. A tinta da melancolia: uma história cultural da tristeza. Companhia das Letras, 2016.



CAPÍTULO 3

INTERAÇÃO HUMANO COMPUTADOR EM REDES SOCIAIS – INSTAGRAM: VERSÃO ANTIGA

Carla Gonçalves Távora, Mestranda em Mídia e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP

Eduardo Martins Morgado, Professor Assistente Doutor, UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - FC / Departamento de Computação

Shelley Navari Christianini, Doutoranda (aluna especial) em Mídia e Tecnologia, UNESP

RESUMO

Neste artigo propomos uma análise da interação humano computador com o aplicativo e website Instagram. O aplicativo tem como funcionalidade mostrar o dia- dia das pessoas, com suas fotográficas digital móvel. Pode ser acessado tanto em sistemas operacionais moveis (celulares), quanto em sistemas operacionais (desktop e notebook). O usuário que acessa o Instagram através do website não tem as mesmas funcionalidades que o aplicativo do celular oferece. O usuário pode permitir que o aplicativo Instagram se conecte com a conta do Facebook, então as postagens serão publicadas diretamente em ambos.


PALAVRA-CHAVE: Rede Social, website, aplicativo de celular, foto, seguidores.

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a rede social se tornou parte da vida das pessoas que utilizam algum computador ou dispositivo móvel em mãos. Estamos a viver o auge das redes sociais, impulsionado pela globalização, pela ideia de compartilhar e socializar com quaisquer pessoas ao redor do mundo e, com isso os jovens cada vez mais se admiram a este tipo de software fazendo com que as redes sociais tornem- se extremamente importante em suas vidas.

O artigo a seguir, relata um aplicativo de rede social, no qual é um dos mais usados no mundo atual. O Instagram é uma rede social de fotos onde milhões de usuários se comunicam. O artigo também faz uma abordagem sobre o conceito de Interação Homem-Computador, trazendo consigo uma análise do aplicativo baseado no IHC.

Por meio de uma descrição das principais funcionalidades, compreender mais sobre o aplicativo Instagram, que se consolida cada vez mais entre os usuários, por ser de grande utilidade para tirar fotos, aplicar efeitos nas imagens, compartilhar, curtir, comentar as fotos dos seus amigos, além de possuir um chat para se manter mais próximos de seus seguidores. O



website Instagram tem suas funcionalidades reduzidas comparada ao aplicativo de celular, ou seja, o usuário não pode postar fotos, conversar com amigos (direct), postar stories e nem visualizar a de outras pessoas. O aplicativo também é bastante usado por empresas e grandes marcas mundiais para divulgar seus trabalhos e novidades, assim como várias celebridades utilizam postando fotos para manter uma intimidade maior com seus fãs e seguidores.

Este aplicativo também possui a possibilidade de postar as fotos carregadas em outras redes sociais, como o Facebook e o Twitter. Com o levantamento das análises, muitas evidências em relação a interação, comunicação, acessibilidade e meios em que o aplicativo se utiliza para deixar seus usuários mais satisfeitos serão questionadas e darão uma visão maior aos novos usuários que se cadastram no Instagram todos os dias.

2. ANÁLISE DO APLICATIVO INSTAGRAM

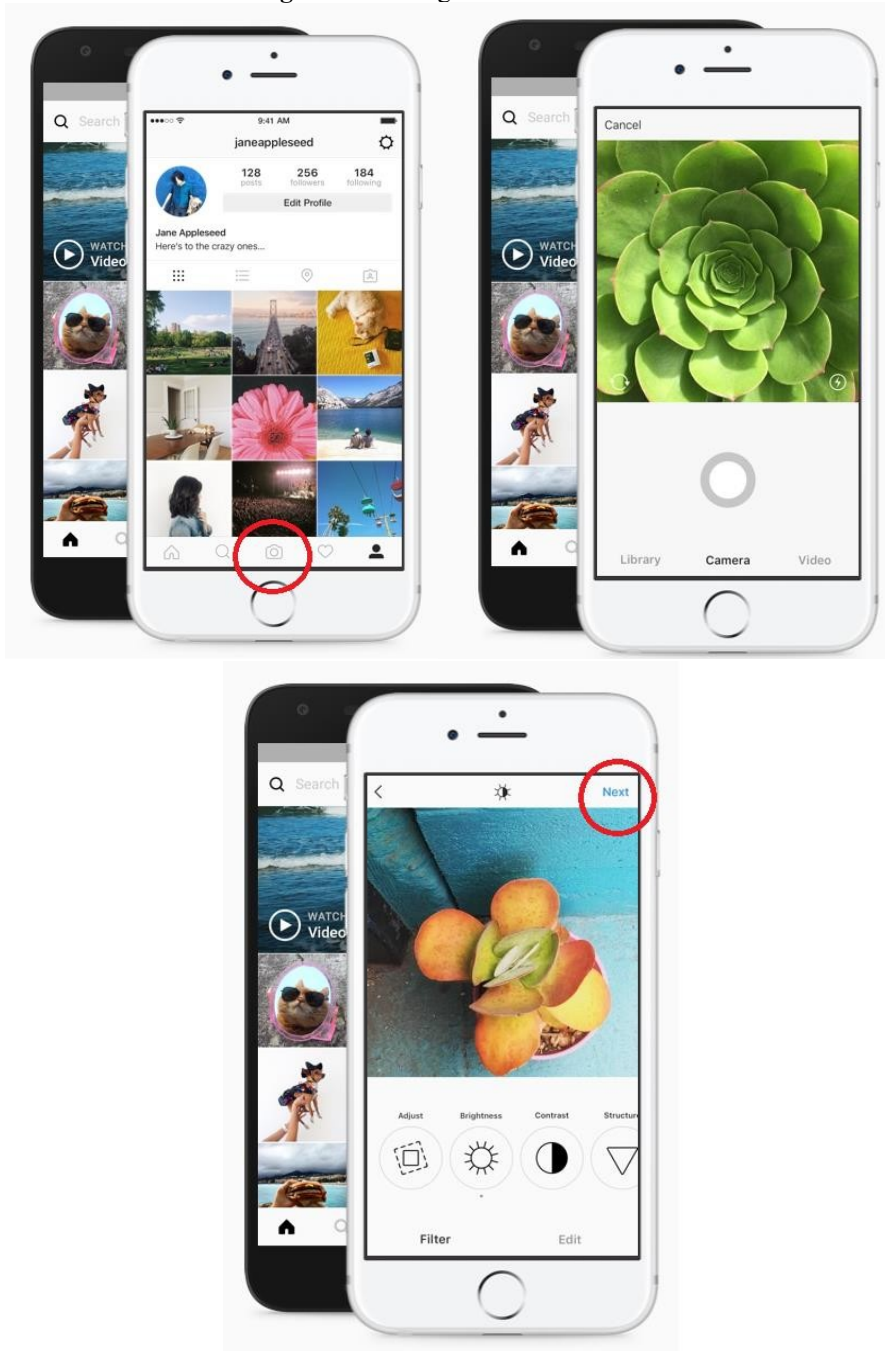
Um aplicativo bastante utilizado nos dias de hoje é o Instagram que possibilita a postagem de fotos e vídeos onde todo esse conteúdo é compartilhado com seus amigos através desse app. O aplicativo é compatível com várias plataformas e também é composto de uma funcionalidade muito importante chamada “Direct” que possibilita os usuários a conversar com seus seguidores.

O Instagram permite a postagem de fotos e vídeos, conversar com os amigos (direct), postar stories, seguir pessoas ou empresas, adicionar biografia. Mas para a utilização do mesmo é necessário possuir um plano de acesso à internet.

2.1 POSTAGEM DE FOTOS E VÍDEOS

Essa funcionalidade permite que o usuário poste suas fotos e vídeos em sua linha do tempo no qual as mesmas podem ser visualizadas por seus amigos permitindo eles curtir e comentar em suas fotos, como mostra na figura abaixo:

Figura 1 – Postagem de foto e vídeo



Fonte: Pagina Inicial do website <https://www.instagram.com/?hl=pt-br/>
Acesso em: 04/05/2017.

2.2 CONVERSAR COM OS AMIGOS (DIRECT)

Com esta opção o usuário pode conversar com seus seguidores, podendo enviar multimídias através do direct que funciona como um bate papo.

Figura 2 - Conversar com os amigos (direct)

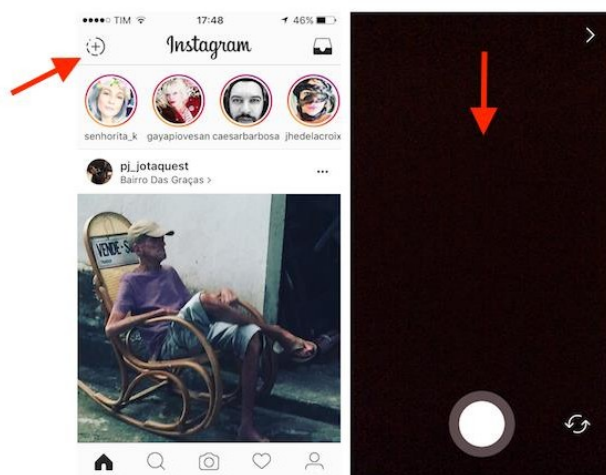


Fonte: Pagina Inicial do website
<https://www.instagram.com/?hl=pt-br/> Acesso em: 04/05/2017.

2.3 POSTAR STORIES

Os usuários podem compartilhar seus momentos com fotos e vídeos personalizados com emojis, desenhos coloridos feitos a mão e textos.

Figura 3 - Postar stories



Fonte: Imagem do google
https://www.google.com.br/search?q=instagram+funcionalidades&rlz=1C1CHZL_enBR722BR722&source=lnms&tbn=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjriJuL-OXTAhUCHZAKHbL_BW0Q_AUIBigB&biw=1920&bih=950.
Acesso em: 04/05/2017.

2.4 SEGUIR PESSOAS OU EMPRESAS

Esta funcionalidade permite que o usuário siga pessoas ou empresas para que ele possa ver todas as publicações da mesma, onde para as empresas o foco é trazer marketing nas

publicações para vender seus produtos.

Figura 4 - Seguir pessoas ou empresas



Fonte: Pagina Inicial do website <https://www.instagram.com/?hl=pt-br/> Acesso em: 04/05/2017;
Imagem do google
https://www.google.com.br/search?q=instagram+funcionalidades&rlz=1C1CHZL_enBR722BR722&source=lnms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjriJuL-OXTAhUCHZAKHbL_BW0Q_AUIBigB&biw=1920&bih=950.
Acesso em: 04/05/2017.

2.5 ADICIONAR BIOGRAFIA

Esta função fica localizada no perfil do usuário onde ele pode fazer uma descrição de coisas interessantes de sua vida. Já para as empresas serve como uma descrição para que chame atenção de seus visitantes a visitar os seus produtos.

Figura 5 – Adicionar biografia



Fonte: Print da tela do celular do aplicativo Instagram, na conta da Carla Gonçalves Távora.
Acesso em: 04/05/2017.

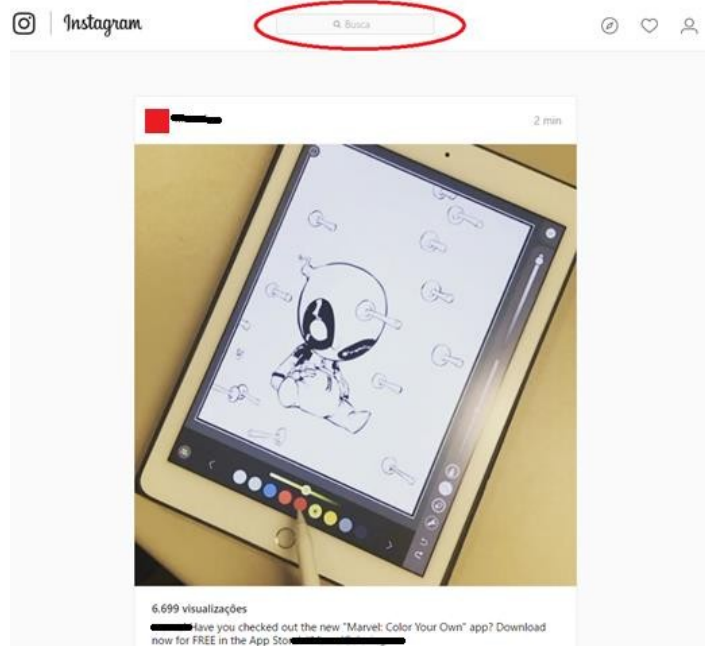
2.6 ANÁLISE DO WEBSITE INSTAGRAM

O website Instagram é muito diferente do aplicativo de celular, ambos não têm as mesmas funcionalidades, ou seja, o aplicativo de celular permite a postagem de fotos e vídeos, conversar com os amigos (direct), postar stories, seguir pessoas ou empresas, adicionar biografia, enquanto o website só permite que o usuário encontre, procure, seguir pessoas ou empresas, adicionar biografia, editar perfil, curta e comenta fotos. Mas ambos necessitam de acesso à internet.

2.7 PROCURAR PESSOAS OU EMPRESAS

Esta funcionalidade permite que o usuário digite o nome da pessoa ou empresa para que ele possa ver todas as publicações da mesma.

Figura 6 – Procurar pessoas ou empresas

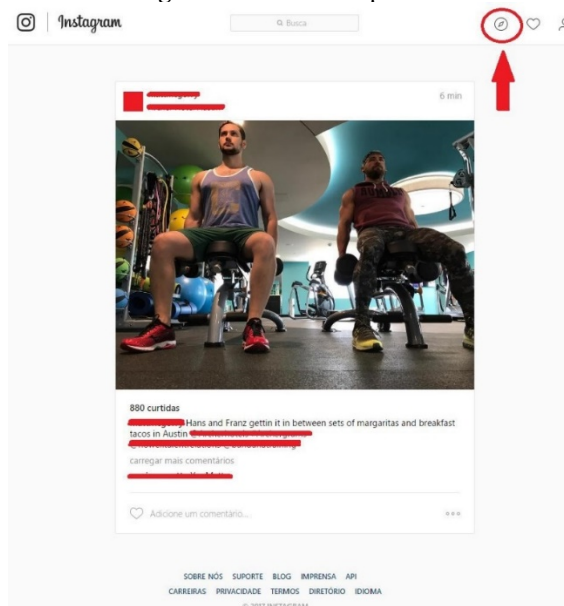


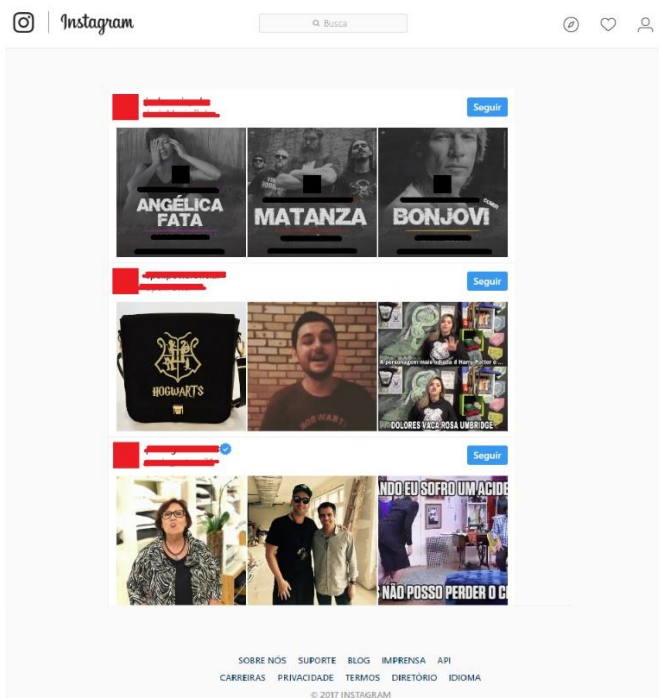
Fonte: Print da tela do desktop do website Instagram, na conta da Carla Gonçalves Távora.
Acesso em: 11/05/2017

2.8 ENCONTRAR PESSOAS

Esta função tem como objetivos mostrar aos usuários as pessoas ou empresas que ele possa conhecer, o aplicativo recomenda pessoa ou empresas que a maioria dos seus seguidores conhecem.

Figura 2 – Encontrar pessoas



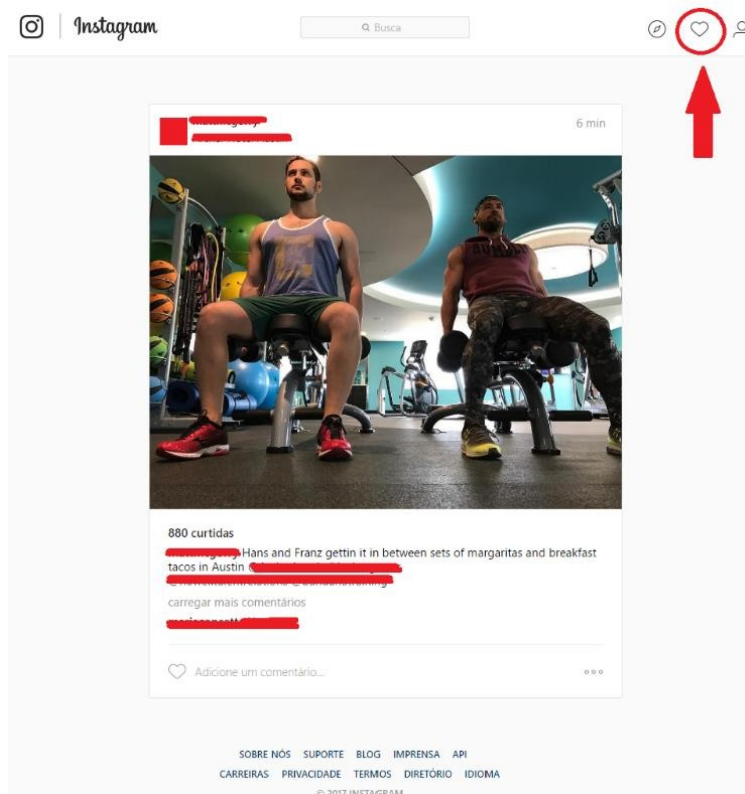


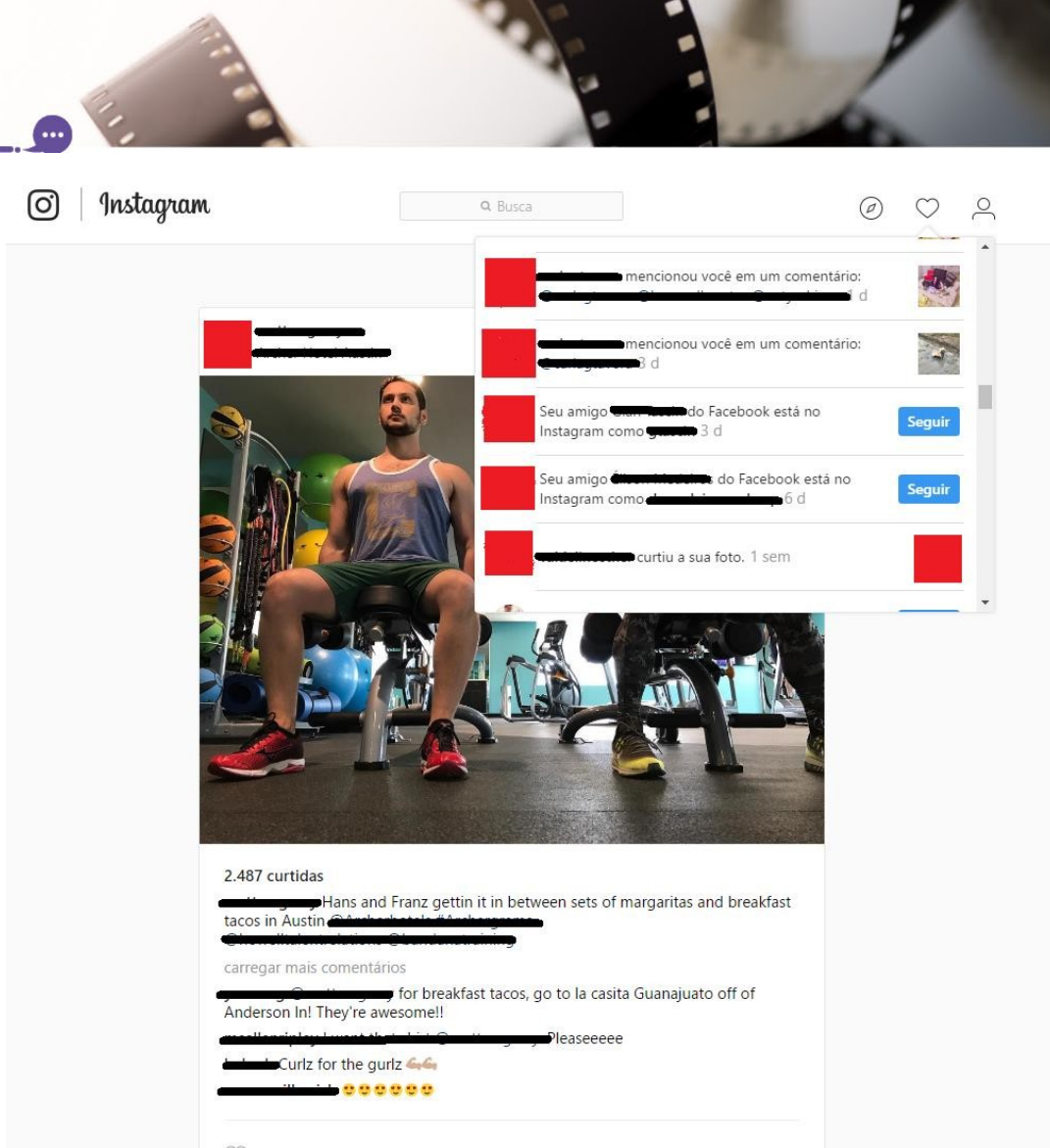
Fonte: Print da tela do desktop do website Instagram, na conta da Carla Gonçalves Távora.
Acesso em: 11/05/2017

2.9 CURTIDAS, COMENTÁRIOS E SEGUIDORES

A opção de favoritos tem como objetivo que o usuário possa visualizar os comentários, as curtidas que recebe em suas postagens e seus novos seguidores.

Figura 3 – Curtidas, comentários e seguidores



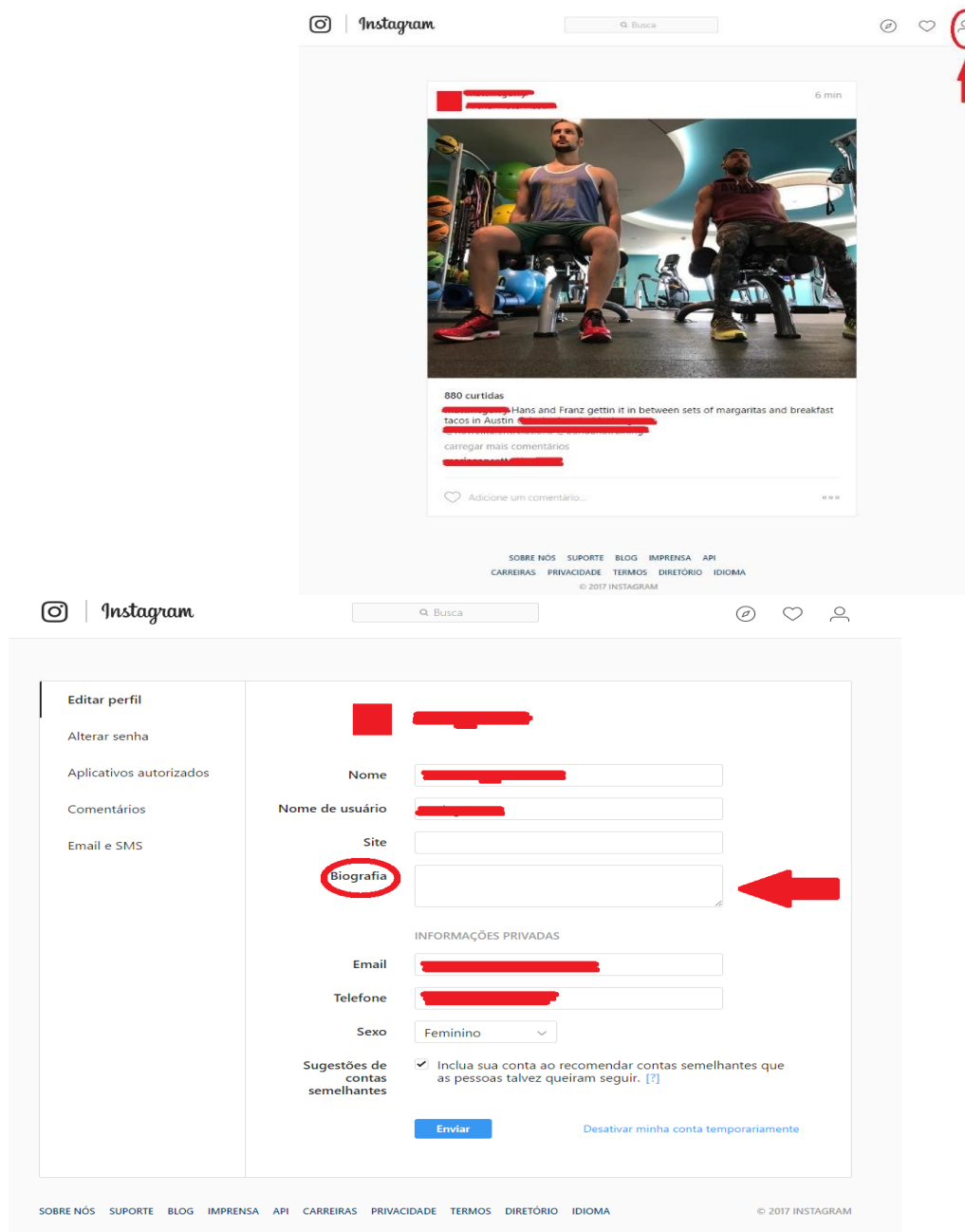


Fonte: Print da tela do desktop do website Instagram, na conta da Carla Gonçalves Távora.
Acesso em: 11/05/2017

2.10 ADICIONAR BIOGRAFIA

Essa função não é obrigatória, o usuário pode adicionar quaisquer palavras, emoticons no campo de Biografia. Pode-se observar que no lado esquerdo há mais funções que o usuário pode ter acesso.


Figura 4 – Adicionar Biografia



Fonte: Print da tela do desktop do website Instagram, na conta da Carla Gonçalves Távora.
Acesso em: 11/05/2017

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como este artigo acaba de analisar, a necessidade das pessoas de se manterem “conectadas” vem crescendo. E a rede social do Instagram tem ganhado espaço em meio a sociedade por com de sua facial usabilidade e também ser um aplicativo que apresenta um layout muito intuitivo que facilita a operação do mesmo por diversas pessoas que com apenas alguns cliques conseguem compartilhar seus melhores momentos com pessoas do mundo



inteiro e também conseguem fazer parte da vida de outras pessoas por meio do conhecimento que ela obtém a partir do conteúdo que se torna público para amigos e seguidores.

Portanto aplicativos relacionados com a vida particular das pessoas tendem a ganhar cada vez mais espaço em um mundo onde as pessoas têm a necessidade de se tornarem visíveis. Quanto mais atrativo no que tange as funcionalidades e praticidade de uso um aplicativo se tornar, mais espaço ele ganhará nesse mercado competitivo.

REFERENCIAS

RASMUSSEN, Bruna. **O que é Instagram?** Disponível em: <<https://canaltech.com.br/o-que-e/instagram/o-que-e-instagram/>> Acesso em: 04 de maio 2017.

FISZMAN, Gabriella. **Sete funções super úteis que você quase não usa no seu Instagram.** Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/listas/noticia/2015/09/sete-funcoes-super-uteis-que-voce-quase-nao-usa-no-seu-instagram.html>> Acesso em: 04 maio 2017.

YOUTUBE. **Vídeo sobre truques do Instagram.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XlujC-fqQP0>> Acesso em: 04 maio 2017.

GOMES, Helton S. **Brasileiro criador do Instagram comenta alterações no app: 'Ou você muda ou morre'.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/brasileiro-criador-do-instagram-comenta-alteracoes-no-app-ou-voce-muda-ou-morre.ghtml>> Acesso em: 04 maio 2017.

TWITTER. **Rede Social do próprio Instagram.** Disponível em: <<https://twitter.com/instagram?lang=pt>> Acesso em: 04 maio 2017.

TELLES, Fernando. **Tutorial: aprenda a utilizar e domine a função Stories do Instagram.** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/instagram/115969-tutorial-aprenda-utilizar-domine-funcao-stories-instagram.htm>> Acesso em: 04 maio 2017. HAMANN, Renan. **Novo líder no pedaço: Instagram Stories já tem mais usuários que o Snapchat.** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/instagram/115844-novo-lider-pedaco-instagram-temusuarios-snapchat.htm>> Acesso em: 04 maio 2017.

BARROS, Arthur. CARMO, Michelle. SILVA, Rafaela. **A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS E SEU PAPEL NA SOCIEDADE.** Disponível em: <<http://ueadsl.textolivre.pro.br/2012.1/papers/upload/92.pdf>> Acesso em: 04 maio 2017.



CAPÍTULO 4

EXPANSÃO DAS MÍDIAS E REGULAMENTAÇÃO NA RADIODIFUSÃO: UMA ANÁLISE ACERCA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O SETOR DURANTE O GOVERNO DILMA ROUSSEF

Carlos Guilherme Vogel, Mestre/Doutorando em Comunicação, UERJ, Roteirista e Diretor cinematográfico

RESUMO


O presente artigo se propõe a apresentar uma pesquisa bibliográfica inicial a partir das expectativas relacionadas ao setor de comunicação durante o Governo Dilma Roussef, num cenário que envolve a expansão das mídias tradicionais, abordando o legado deixado para a radiodifusão no país. O foco da discussão abrange o rádio e a televisão, meios afetados e transformados pela convergência digital, e leva em consideração as ações governamentais relacionadas à regulação desses meios.

PALAVRAS-CHAVE: Radiodifusão, Internet, Expansão das Mídias, Políticas Públicas

1. UM NOVO GOVERNO E UM NOVO CENÁRIO PARA OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO PAÍS

O Governo Dilma Roussef foi marcado por um processo de impeachment que culminou no afastamento da Presidenta da República, provisoriamente a partir de 17 de abril de 2016, com a instauração do processo pela Câmara dos Deputados, e em caráter permanente no dia de 31 de agosto de 2016, com a aprovação do afastamento definitivo pelo Senado Federal.

O mandato da Presidenta também foi marcado por diversas manifestações populares que dividiram opiniões e contaram com ampla divulgação através dos meios de comunicação. Entre estes eventos, as manifestações populares de 2013, que ficaram conhecidas como “Jornadas de Junho” (MENDONÇA, 2018) e que tomaram grandes proporções a partir de protestos contra o aumento das passagens de ônibus; manifestações populares durante a realização da Copa das Confederações em 2013 e da Copa do Mundo de futebol em 2014 e as manifestações pró e contra o impeachment nos meses que antecederam a votação na Câmara dos Deputados. Um episódio marcante foi a divulgação em rede nacional de áudios relacionados à investigação da Polícia Federal contra o ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, áudios esses que deveriam ter sido mantidos em segredo de justiça, em função do envolvimento da atual chefe do poder executivo federal. O fato aconteceu um mês antes da votação na Câmara dos Deputados:



(...) em 16 de março de 2016, no Jornal Nacional, da TV Globo, os apresentadores Renata Vasconcellos e William Bonner faziam quase um jogral na leitura dramática dos áudios divulgados pelo juiz Sérgio Moro com falas do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Horas depois, no SBT, Ratinho comentava os mesmos áudios, referindo-se especificamente à conversa entre Rousseff e Lula da Silva que tratava do termo de posse deste como ministro da Casa Civil da Presidência da República (AIRES E SANTOS, 2017, p.13).

Os meios de comunicação, entre eles o rádio e a televisão, exerceram um papel importante e, talvez, determinante no cenário político do país, ao realizarem a cobertura dos fatos políticos ocorridos na época. Entre os grupos favoráveis e contrários ao impeachment, havia os que elogiavam os posicionamentos de determinados veículos de comunicação e os que criticavam e julgavam haver manipulação na forma como eram conduzidas suas divulgações.

Curiosamente, o Governo Dilma, iniciado em 2011, tinha uma importante missão: levar adiante as discussões avançadas em 2010 na Conferência Nacional de Comunicação (CONFECOM), sobre a regulação econômica da comunicação de massa no Brasil.

Dilma Rousseff tomou posse em 1º de janeiro de 2011, com a missão de dar continuidade aos projetos de um dos governos mais populares da história recente do país – o do Presidente Luís Inácio Lula da Silva. De acordo com Pieranti (2017), havia uma grande expectativa com relação a nova gestão que assumia o Ministério das Comunicações, que pela primeira vez seria encabeçado por um membro da sigla mais importante do Governo do Partido dos Trabalhadores. O nome em questão era Paulo Bernardo, que havia ocupado a pasta de Planejamento no mandato anterior:

Era grande a expectativa com a nova gestão que assumia o ministério em janeiro de 2011. Lula terminara seu mandato com popularidade alta e a nova Presidenta da República, Dilma Rousseff, a primeira mulher a assumir o cargo, derrotara com diferença considerável de votos os seus concorrentes. No início do mandato, contava com ampla base parlamentar, ao menos em tese, o que possibilitaria ao governo discutir temas polêmicos e aprovar medidas difíceis no Congresso Nacional (PIERANTI, 2017, p.33).

Havia três grandes expectativas relacionadas ao setor de comunicação, que deveriam entrar em pauta a partir de então: o novo marco regulatório da mídia – talvez o mais importante deles; o tratamento dos processos de radiodifusão, visando o planejamento e a expansão do setor; e a consolidação do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL), que previa a universalização do sistema no país.

O objetivo deste artigo é esboçar um painel sobre os avanços envolvendo os meios de comunicação e as questões relacionadas à regulamentação da mídia no país durante o Governo Dilma Rousseff, direcionando as atenções para o rádio e a televisão.

2. UM PLANO PARA INCLUSÃO EM UM CENÁRIO DE CRESCIMENTO DA CULTURA DIGITAL

Em seu livro “A Galáxia da Internet”, o sociólogo espanhol Manuel Castells discorre sobre a importância da rede na vida contemporânea:

A internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. Ademais, à medida que novas tecnologias de geração e distribuição de energia tornaram possível a fábrica e a grande corporação como os fundamentos organizacionais da sociedade industrial, a internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede” (CASTELLS, 2003, p. 7).

O Brasil do início do século XXI vivia esse momento de expansão da cultura digital, de uma forma ainda tímida. Enquanto para alguns o acesso à internet já era algo concreto, para uma grande camada da população a conexão à rede mundial de computadores ainda era uma realidade distante.


A questão da necessidade de um plano de expansão da oferta de serviços de banda larga no país advém de altos custos de conexão e escassa cobertura provida por operadoras em regiões distantes das grandes metrópoles (LEMOS; MARQUES, 2012), em um cenário de crescimento da cultura digital no país.

De acordo com informações oficiais, publicadas no site do Senado Federal (2014):

Banda larga é o nome dado a várias modalidades de conexão à internet (satélite, fibra ótica, rádio) que operam com maior velocidade e maior capacidade de carregamento de dados. As conexões de banda larga são as mais adequadas para que os usuários acessem serviços virtuais como videoconferências, streaming de eventos ao vivo ou redes privadas. Estima-se que no Brasil um em cada quatro usuários de internet dispõe de conexão de banda larga fixa (BRASIL, 2014).

O Programa Nacional de Banda Larga (PNBL), foi instituído no Brasil no ano de 2010, ainda no Governo Lula, por meio do Decreto 7.175/2010. O objetivo principal deste programa foi o de “fomentar e difundir o uso e o fornecimento de bens e serviços de tecnologias de informação e comunicação” (BRASIL, 2014), tendo sido considerado pelo Ministério das Comunicações como um projeto fundamental, valorizando a informação como um ativo econômico para o desenvolvimento do país.

Para LEMOS e MARQUES, o projeto se apresentou com pontos positivos, tendo o intuito de diminuir os preços cobrados pelo acesso à internet e oferecer possibilidades de conexão por todo o país, visando reduzir a chamada exclusão digital que se configurava no país



à época. “Se, por um lado, os brasileiros integram um mercado consumidor em franca expansão no setor de telecomunicações, por outro lado, são nítidas as dificuldades para se usufruir dos serviços de comunicação digital no país” (LEMOS; MARQUES, 2012, p.2).

Os mesmos autores seguem elogiando as bases do plano, com poucas iniciativas similares no mundo até então. Dessas iniciativas mundiais, porém, nenhuma se apresenta com o peso governamental tão grande quanto a que ocorre no Brasil:

A intenção do governo é louvável já que o PNBL visa oferecer à população brasileira acesso à internet de alta velocidade a um baixo custo. A proposta parte da ideia de que o acesso à internet configura-se como um valor fundamental para o desenvolvimento social, econômico e cultural do país (LEMOS E MARQUES, 2012, p.10).

Apesar de elevar a Internet à categoria de fator estratégico para o desenvolvimento do país, e de ser decorrente de uma discussão presente na agenda de políticas públicas governamentais desde 1999, quando o Governo Fernando Henrique Cardoso lança o Programa Sociedade da Informação, através do Decreto Lei nº 3924/1999, o PNBL encontrou dificuldades na sua aplicação, principalmente com relação à resistência das empresas de telecomunicações em aderir ao plano.


Mesmo enfrentando dificuldades em sua aplicação e expansão, o Programa proporcionou um impulso inicial de suma importância na inclusão digital dos brasileiros, em um cenário em que a Internet ganhava contornos importantes no que se refere à expansão dos meios de comunicação, sendo fundamental para o envolvimento dos brasileiros nesse contexto de convergência digital.

Neste cenário, a inclusão digital se revela uma aliada das novas políticas públicas relacionadas à radiodifusão, abordadas a seguir.

3. POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A RADIODIFUSÃO EM UM CONTEXTO DE EXPANSÃO DAS MÍDIAS

O cenário atual permite identificar que com o desenvolvimento e a solidificação da internet os tradicionais meios de comunicação se transformaram. Para Henry Jenkins (2009), a aposta inicial, porém, não era essa. Havia uma expectativa de mudanças que previa o fim das mídias tradicionais em detrimento das novas tecnologias que ascendiam.

Nos anos 1990, a retórica da revolução digital continha uma suposição implícita, e às vezes explícita, de que os novos meios de comunicação eliminariam os antigos, que a Internet substituiria a radiodifusão e que tudo isso permitiria aos consumidores acessar mais facilmente o conteúdo que mais lhes interessasse. (JENKINS, 2009, p. 32).



Contrariando essas expectativas, o rádio e a televisão, no atual contexto de arranjos midiáticos, estão definitivamente atravessados por outros formatos e outras mídias, cenário ao qual o autor se refere como uma cultura da convergência, no livro de mesmo título. Por convergências, o autor faz se refere ao “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos (...)” (JENKINS, 2009, p.29). Para além da concepção de uma revolução técnica, Jenkins sublinha que a convergência não ocorre por meio de aparelhos, mas “dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros” (JENKINS, 2009, p.30):

Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana (JENKINS, 2009, p.30).


Essa convergência leva a uma potencialização desses meios de comunicação, que se transformam e se expandem. Rádio e televisão passam a ser consumidos através de uma ampla variedade de plataformas digitais, que convivem com as formas antigas de recepção, como o velho aparelho de rádio à pilha ou a televisão de tubo de imagem. Essas novas plataformas apresentam novas possibilidades a esses meios.

Ao abordarem a questão do rádio, Luiz Artur Ferraretto e Marcelo Kischinhevsky ponderam que os meios de comunicação estão sendo compelidos à adaptação e à evolução. “O rádio tem, assim, procurado se amalgamar à internet e ao celular, mesmo que emissoras mais tradicionais demonstrem dificuldade em reconhecer essa tendência” (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010, p.176).

Para os autores, essas possibilidades de integração do rádio às plataformas digitais provocam desafios, à medida que reconfiguram a lógica do meio, com impulsos que levam para além do rádio hertziano. Essas reconfigurações clamam pela revisão da legislação do setor:

Há que se considerar, ainda, a necessidade de revisão dos parâmetros legais do setor. É preciso pensar em novos marcos regulatórios para responder a demandas antigas e recentes. No plano conceitual, a Constituição Federal de 1988 estabelece três sistemas para a radiodifusão – privado, estatal e público –, mas sem regulamentação até o momento. O que dizer, então, da internet, em que não há regime de outorga nem legislação a estabelecer limites mínimos de veiculação de conteúdo noticioso ou máximos de anúncios? Ao findar a primeira década do século XXI, a diversidade deste rádio plural a avançar do hertziano para outras formas de distribuição do conteúdo torna, cada vez mais, imperativa esta redefinição. (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010, p.176).

Nesse contexto, a adoção de um padrão de rádio digital já vinha sendo discutida desde o Governo Lula, com o objetivo de migração:



A nova plataforma permitiria, em tese, a melhoria da qualidade do áudio percebida pelo ouvinte, além de algumas inovações, como a exibição, no painel dos aparelhos receptores, de informações sobre a previsão de tempo, condições do trânsito e notícias diversas. Do ponto de vista de planejamento do espectro, havia a perspectiva de multiprogramação e de eliminação ou redução da banda de guarda entre as frequências ocupadas, o que possibilitaria a veiculação de um maior número de programações simultaneamente (PIERANTI, 2017, p.104-105).

Já em 2010 começaram a ser realizados testes com algumas emissoras comerciais, a partir de editais lançados pelo Ministério das Comunicações. Posteriormente, já durante o Governo Dilma, novas baterias de testes foram realizadas, sendo onze ao todo (PIERANTI, 2017). Os resultados ficaram aquém do esperado e houve uma desmobilização do setor em relação à digitalização. Assim, o Governo passou a analisar novas possibilidades:

A aposta no rádio digital não dera certo. De 2006 a 2012 o Governo Federal não oficializara qualquer decisão, em parte pelas desconfianças técnicas sobre a nova plataforma. Os testes de 2012 apenas confirmaram a validade das preocupações sobre a cobertura. Ainda que fosse possível atingir um resultado diferente em nova bateria de testes, as emissoras comerciais pleiteavam uma outra alternativa – a migração de todas as interessadas para a faixa de FM. O Ministério avaliou, então, que essa seria uma saída possível (PIERANTI, 2017, p.116).


No ano de 2013, foi publicado o Decreto nº 8.139, que oficializava o início da migração de emissoras interessadas para a faixa de frequência modulada (FM). Neste decreto, o Governo Dilma extinguiu a faixa de ondas médias (OM) e criava mecanismos de adaptação à migração para FM. Em 2014, a Portaria nº 127 definia o rito de migração, solicita por 1386 emissoras, de um total de 1781 existentes no país. Em março de 2016 foi efetivada a primeira migração e, de acordo com dados governamentais, cerca de mil outras emissoras já apresentavam condições técnicas para concluir o processo (PIERANTI, 2017).

Esse processo de migração encabeçado por políticas públicas, aliado às possibilidades apresentadas pela convergência dos meios, permitiu que as rádios brasileiras se integrassem a esse processo de expansão.

A expansão das plataformas de Internet e telefonia móvel têm impulsionado novas lógicas de produção, distribuição e consumo de conteúdos para as mídias tradicionais. Para o rádio, em especial, permitiu oferecer conteúdos sonoros em linguagem hipertextual e interativa, proporcionando experiências diferenciadas ao público (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p.100).

A partir desse processo de migração e convergência digital, um novo cenário se estabelece. Mas o que muda de fato na programação das rádios brasileiras, a partir destas novas possibilidades?

Para Del Bianco e Prata (2018), apesar da dinâmica de inovações tecnológicas, o setor de radiodifusão brasileiro enfrenta dificuldades de adaptação a essas mudanças. Para as autoras,



um dos principais problemas é a questão ligada ao modelo de negócio do rádio, que não acompanhou essas evoluções no mesmo ritmo em que elas aconteceram.

O modelo de negócio atual do rádio ainda é calcado em uma cadeia de valor analógica, onde a produção de conteúdo, a administração da empresa, a comercialização da publicidade e a transmissão da programação se dão como no século passado. As tentativas de mudança acontecem de forma pontual, em um setor ou outro de algumas empresas, mas ainda não há um entendimento de que é fundamental uma reestruturação do que é hoje o negócio rádio (DEL BIANCO; PRATA, 2018, p.114-115).


Neste cenário que evidencia uma dificuldade de adaptação a esse novo modelo, permite-se afirmar que existem espaços em que podem ser observadas transformações a partir do processo de migração das emissoras para FM. O Estado de Santa Catarina pode ser citado como um exemplo. Para Zuculoto et al., em estudo realizado na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), é possível apontar algumas tendências no processo de migração ocorrido naquele Estado:

As adaptações das primeiras migrantes de Santa Catarina demonstram uma expectativa de sobrevivência do meio. Perspectiva explicitamente descrita pelos gestores ouvidos como aumento no faturamento neste primeiro ano de novo dial. É possível identificar este novo momento muito mais impulsionado pela qualidade sonora do que por novidades no espectro, tendo em vista que algumas das emissoras fizeram uma espécie de regresso ao modelo de programação generalista, tão comum ao rádio em suas fases iniciais (ZUCULOTO et al., 2018, p.14).

O modelo que envolve uma programação generalista, conforme citado, vem sendo desenvolvido em Santa Catarina de forma adaptada à atualidade, aproximando-se de um conceito de programação mais eclética, buscando aproximação com o público afastado do AM. De acordo com os autores, ainda não é possível perceber se esse público se manterá no FM e se “o público jovem, tão cobiçado pelas emissoras atualmente, pode ser instigado a ouvir um meio que se reinventa a cada processo de transformação” (ZUCULOTO et al., 2018, p.14). A preocupação central no momento, conforme evidenciado no estudo, é mais ligada à questão estética que de conteúdo.

Há evidências também vindas do Estado de Pernambuco, em que editais públicos vem abrindo espaços para a produção de conteúdo. Um destes editais, lançado pela Secretaria de Cultura do Recife, é divulgado com o objetivo de “democratizar a programação, incluindo materiais radiofônicos produzidos no Brasil” (RÁDIO FREI CANECA FM, 2019). Este edital em específico, tem como objeto a realização de programas de 30 e 60 minutos, a serem veiculados na programação do canal, como produções independentes.

Este edital apresenta algumas categorias de perfis de programação disponíveis para ocupação. Entre elas, categorias que podem ser consideradas mais tradicionais, relacionadas a



gêneros musicais, como por exemplo as categorias Blues, Forró, Frevo, Jazz e Rock. O edital traz também outras categorias como Infantil, LGBTTI, Linguagens Artísticas e Mulher, que evidenciam uma preocupação com questões sociais e políticas. A descrição da proposta da categoria Infantil, por exemplo, apresenta a seguinte definição:

Programa musical e ficcional voltado a apresentar de forma didática músicas e histórias para o público infantil, trazendo temas relevantes ao fortalecimento dos direitos humanos, combatendo o preconceito, o racismo e o machismo (RÁDIO FREI CANECA FM, 2019, p. 5).

O edital apresenta também diversos critérios de avaliação, entre eles o de “Representatividade”, que pontua as propostas apresentadas com relação legitimidade da equipe do projeto com relação a sua proposta. Outro critério, é o de “Originalidade e Inovação”, que leva em consideração as questões de inovação e originalidade tanto na construção dos roteiros dos programas propostos, quanto às questões técnicas previstas.


Essa proposta de ocupação do espaço da sua programação, apresentada pela rádio recifense, é um exemplo ainda incomum de abertura de emissoras para inovações. Apesar de alguns exemplos, não se identificam ao longo dos anos políticas do Governo Federal voltadas para a questão da programação radiofônica, da forma como se evidencia com relação à televisão, veículo abordado a seguir.

4. A LEI DA TV PAGA E AS MUDANÇAS PROVOCADAS NO ESQUEMA DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NO PAÍS

A televisão aberta se inscreve como um meio de grande importância no sistema de comunicação brasileiro. De acordo com Aires e Santos (2017), apesar de transformações ocorridas na relação dos espectadores com o veículo, a televisão aberta mantém esse papel central como fonte de informação e também de entretenimento e educação da sociedade brasileira. Para as autoras,

Há mais de três décadas que as pesquisas do campo da comunicação usam essas referências dos indicadores domiciliares para falar da centralidade da TV aberta na vida domiciliar brasileira. Há mais de três décadas, também, se diz que a TV aberta está morrendo, cedendo lugar a uma nova tecnologia. E, mesmo com a efervescência das redes sociais e dos serviços de comunicação pela Internet, a TV aberta demonstra sua importância no acesso à informação, na elaboração de sentidos e na própria cultura nacional (AIRES E SANTOS, 2017, p.13).

Apesar de se ouvir falar muito sobre o fim da TV aberta, ela contraria todas as expectativas e segue mantendo sua importância no contexto dos meios de comunicação do país.



Neste cenário, a TV por assinatura começa a ganhar espaço e um grande impulso para o segmento foi uma importante questão regulatória.

No ano de 2011, é promulgada a Lei 12.485, conhecida como “Lei da TV Paga”, a qual sinaliza mudanças para o esquema de produção audiovisual no país e afeta diretamente o modelo de trabalho das produtoras, abrindo um novo espaço: a tela dos canais de televisão a cabo.


Esse marco legal, em vigor desde setembro de 2011, regulamenta a entrada das empresas de telefonia no setor de televisão a cabo e regula a veiculação de conteúdos na TV por assinatura. Os mecanismos de fomento presentes no seu texto estabelecem cotas para a produção independente e cotas de canais brasileiros no pacote das operadoras. Ao promover o acesso à informação e dar voz a diferentes agentes, a “Lei da TV Paga” tem como objetivos promover o interesse público e regular o mercado de TV por assinatura (LIMA, 2015, p.V).

A Lei, sancionada pela então Presidenta da República Dilma Rousseff em setembro de 2011, proporciona uma reestruturação no mercado audiovisual, à medida que revoga a legislação anterior, específica para televisão a cabo, e regulamenta em função do tipo de serviço prestado, independentemente da tecnologia utilizada, englobando distribuição via satélite, cabo e micro-ondas. Ao mesmo tempo, abre espaço à prestação deste tipo de serviço por empresas do ramo de telecomunicações, tanto nacionais quanto estrangeiras, e ainda estipula cotas de produtos nacionais a serem exibidos nos canais de acesso condicionado (serviço pago de televisão), o que fortalece a produção de conteúdo por produtoras independentes.

A proposta foi uma resposta do Estado para romper a barreira do oligopólio, no ensejo de estimular a concorrência, aumentar a oferta nacional de serviços de televisão por assinatura e promover a expansão do mercado. Por outro lado, o Estado atua na regulação do mercado audiovisual ao estimular a competição e fortalecer as atividades de produção e programação das empresas brasileiras por meio de uma reserva de mercado e políticas públicas para o setor.

(...) Para atingir esse objetivo, cria-se, entre outras coisas, uma reserva de mercado para a produção e programação dos conteúdos exibidos pelos canais no horário nobre, possibilitando surgir novos conteúdos nos canais já existentes e novos canais para atender as exigências de empacotamento (distribuição do serviço). Assim, os canais passam a ser obrigados a exibirem as obras produzidas por produtoras independentes. Ao se estabelecer cotas mínimas de produção independente na TV por assinatura, fomenta-se a formação de vínculos entre a produção independente e as programadoras de TV por assinatura, o que permite a abertura de novas perspectivas para a autossustentabilidade do setor (LIMA, 2015, p.2).

A produção audiovisual, a partir da mudança na legislação, encontra solo fértil para crescer e se desenvolver. Este envolvimento dos canais de fora, que transmitem sua programação no país, é um dos objetivos da “Lei da TV Paga” pois estes canais passam a investir em produção nacional. Por exemplo, a receita que os canais recebem pela a venda de “assinaturas” é reinvestido no país, por meio da realização de produtos audiovisuais para esses mesmos canais.



Essa mudança na Lei, somada às evoluções tecnológicas que modificam o comportamento dos consumidores pela possibilidade de oferta de novas formas de se consumir audiovisual, como o *streaming*, possibilita aos produtores brasileiros experimentar novas linguagens. Dessa forma, as produtoras nacionais, que antes estavam direcionadas à produção cinematográfica ou à construção de produtos para canais de televisão aberta e sujeitos às interferências de linguagem destes, passam a ter a possibilidade de realização de trabalhos mais autorais, mesclando as linguagens do cinema e da televisão, por exemplo.

Neste contexto, as séries de televisão passam a ser um dos principais produtos destes canais, destacando-se produções como *Magnífica 70*,⁷ *Sessão de Terapia*⁸ e *O Negócio*⁹. Contudo, a produção não se resume às séries já citadas, a cada ano novos títulos surgem, novos canais de acesso condicionado apresentam produtos e inclusive a produção envolve plataformas digitais, como é o caso da Netflix, com *3%*¹⁰, produções associadas entre televisão aberta e por cabo, como é o caso de *A Garota da Moto*¹¹, parceria entre a FOX e o SBT; além da ocupação de espaço na programação de canais públicos, como *Baile de Máscaras*¹², produzida para a TV Brasil. Tanto *Baile de Máscaras* quanto *A Garota da Moto* foram produzidas a partir de leis de incentivo, com recursos do PRODAV (Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro), envolvendo a participação de produtoras independentes. Em ambos os casos, trata-se de produções veiculadas em canais de televisão aberta, o que evidencia o fato de que este tipo de produto audiovisual ganha espaço, transpondo os limites dos canais a cabo. No caso de *A Garota da Moto*, houve uma parceria entre um canal de televisão aberta (SBT), um canal de televisão por cabo (FOX Brasil), uma produtora independente (Mixer) e a participação de recursos públicos oriundos de lei de incentivo (PRODAV).

⁷ Série exibida originalmente pela HBO Brasil, entre 2015 e 2018. Fonte: www.imdb.com. Acesso em 30 Jun. 2021.


⁸ Série exibida originalmente pela GNT, entre 2012 e 2014. Fonte: www.imdb.com. Acesso em 30 Jun. 2021.

⁹ Série exibida originalmente pela HBO Brasil, a partir de 2013. Fonte: www.imdb.com. Acesso em 30 Jun. 2021.

¹⁰ Série exibida originalmente pela Netflix, a partir de 2016. Fonte: www.imdb.com. Acesso em 30 Jun. 2021.

¹¹ Série exibida originalmente pelo SBT e pela FOX Brasil, entre 2016 e 2019. Fonte: www.imdb.com. Acesso em 30 Jun. 2021.

¹² Série exibida originalmente pela TV Brasil, em 2019. Fonte: www.imdb.com. Acesso em 30 Jun. 2021.



A partir do aumento da presença de canais estrangeiros e com a promulgação da Lei 12.485/2011, esse novo formato começa a ganhar força, permitindo uma mudança na produção de séries no Brasil e o surgimento de um mercado voltado para TV a cabo, até então praticamente inexistente.


A lei em questão foi um dos pontos de uma política que se inicia no começo do primeiro governo Lula, em 2003, quando o Ministério da Cultura propõe uma visão do audiovisual como uma cadeia produtiva, envolvendo diversos setores. Neste sentido, vislumbra-se novas possibilidades para a Agência Nacional de Cinema (ANCINE), fundada em 2002, no governo de Fernando Henrique Cardoso; para o Conselho Superior de Cinema, criado em 2001; e para a Secretaria do Audiovisual (SAv), existente desde 1992.

Todo o pensamento da direção estratégica que o Estado toma na condição de suas políticas públicas acaba por ter como meta a redefinição da função do Estado no trato com a cultura. Buscou-se redimensionar o Ministério da Cultura (MinC) visando torná-lo menos centrado na gestão das leis de incentivo, mais articulado como órgão proponente de políticas públicas sistêmicas e compartilhadas, além de adotar medidas que visem à descentralização da produção cultural em níveis setoriais e regionais (TAVARES, 2017, p.228).

Para Tavares (2017), o governo Lula propõe uma ampliação nas políticas audiovisuais, objetivando uma aproximação maior entre o audiovisual nacional e a população brasileira. Nesse contexto, surgem editais afirmativos, visando valorizar a diversidade cultural e social do país, bem como contemplando atividades recentes à época, como os jogos digitais, por exemplo. Entre os programas criados, podem ser citados o “Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro”, que ficou conhecido como DOCTV e o “Revelando Brasil”.

O primeiro tem como objetivo fomentar as produtoras independentes de audiovisual, levando em consideração a necessidade de regionalização da produção e a utilização de espaço nas TVs públicas. Já o segundo, envolvia produções regionais tanto de ficção quanto de documentário, realizadas por moradores de cidades com até 20 mil habitantes, prevendo a formação de novos profissionais e ampliando o acesso aos meios de produção audiovisual.

Além desses programas, uma tentativa importante, que acabou por não se concretizar, foi a proposta de transformação da ANCINE em ANCINAV – Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual, a qual abarcaria não apenas a regulação da atividade cinematográfica, mas também de todo o audiovisual produzido no Brasil, o que incluiria a produção para televisão. Esse projeto recebeu inúmeras críticas da grande mídia, que apontava possibilidades de intervenção do Estado, associando à censura e autoritarismo (o que remete às investidas do



setor de comunicação contra a proposta de regulação econômica da mídia). Dessa forma, o projeto da ANCINAV fracassou, mas a ANCINE acabou ficando com algumas incumbências que estavam previstas no projeto, como o fomento e a fiscalização da produção audiovisual.

Mesmo com a derrota do governo, a ANCINE saiu fortalecida, passando atuar de forma mais contundente no fomento à atividade audiovisual. Essa atuação se dá através da administração do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), um fundo criado com o objetivo de fomentar toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual no Brasil. Ligado ao Fundo Nacional de Cultura (FNC), o FSA foi instituído pela Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006, e regulamentado através do Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007.

O FSA é um marco na política pública de fomento à indústria cinematográfica e audiovisual no país, ao inovar quanto às formas de estímulo estatal e à abrangência de sua atuação. Isto porque o FSA contempla atividades associadas aos diversos segmentos da cadeia produtiva do setor – produção, distribuição/comercialização, exibição, e infraestrutura de serviços – mediante a utilização de diferentes instrumentos financeiros, tais como investimentos, financiamentos, operações de apoio e de equalização de encargos financeiros (BRASIL, 2020).

De acordo com as informações que se mantêm no site da ANCINE, os objetivos do programa, que ainda segue em vigor, ao menos formalmente, são os seguintes:


(...) o incremento da cooperação entre os diversos agentes econômicos, a ampliação e diversificação da infraestrutura de serviços e de salas de exibição, o fortalecimento da pesquisa e da inovação, o crescimento sustentado da participação de mercado do conteúdo nacional, e o desenvolvimento de novos meios de difusão da produção audiovisual brasileira (BRASIL, 2020).

Além da chamada Lei da TV Paga, outros fatores tiveram importância nesse cenário. Sem dúvida o trabalho da ANCINE, através da administração do FSA, provocou mudanças no mercado de produção audiovisual, o que proporcionou uma nova forma do país se ver nas telas.

5. CONCLUSÃO

Com relação aos três pontos principais, mencionados no início deste artigo, que se sobressaíam como expectativas para o Governo Dilma, o processo de regulação econômica da mídia não evoluiu. Houve um forte movimento dos meios tradicionais de comunicação, apresentando críticas que relacionavam o projeto à tentativa de censura, com o objetivo de contaminar a opinião pública.

(...) a proposta, ainda que analisada, não gerou uma consulta pública, nem, muito menos, o envio de um projeto-de-lei ao Congresso Nacional. O ministério adotaria, ao longo do governo Dilma, a estratégia de tratar os temas possíveis por portarias e decretos e, eventualmente e de forma pontual, por lei. Ainda assim, o envio ao Congresso Nacional do marco regulatório como um projeto-de-lei era a grande expectativa da sociedade civil e mesmo de parte do setor da radiodifusão. O não envio



gerou, em muitos, a percepção de que a gestão inaugurada em 2011 ficou aquém do esperado: de fato, um projeto-de-lei consistente e amplo poderia ter ajudado a resolver questões estruturais do setor ou, pelo menos, ter colaborado para promover o debate público sobre o tema (PIERANTI, 2017, p.30-31).

O PNBL proporcionou acesso à internet a uma camada da população que ainda não estava conectada. Esse acesso potencializou o uso da internet no país, o aproximando das camadas mais desfavorecidas da sociedade.

Ainda de acordo com Pieranti (2017), apesar de não haver encampado esse projeto, o Ministério das Comunicações do Governo Dilma Roussef formulou e implementou políticas públicas importantes no setor de radiodifusão. Com relação à radiodifusão, pode se afirmar que ambos os meios (rádio e televisão) se beneficiaram das legislações, que permitiram avanços em questões técnicas.

Há uma percepção, porém, de que a televisão, em função de toda a sustentação em volta da questão do audiovisual se beneficiou muito mais das políticas públicas oferecidas pelo governo, muitas delas atreladas ao Ministério da Cultura, o que fortaleceu a atividade de pequenas produtoras, abrindo espaço para uma diversidade maior na programação. A Lei da TV Paga teve um importante papel nesse contexto, pois ampliou a possibilidade de janelas de exibição. Essa lei, associada às políticas públicas direcionadas ao audiovisual, talvez tenha sido um dos maiores legados do governo Dilma para a comunicação do país.

Curiosamente, mesmo tão combatido pela mídia tradicional – e talvez por isso – o Governo Dilma Roussef foi responsável por importantes mudanças no setor de comunicação do país.


REFERÊNCIAS

AIRES, Janaine e SANTOS, Suzy. *Sempre foi pela família: mídias e políticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2017.

BRASIL. Ministério da Cidadania. Agência Nacional do Cinema. Fundo Setorial do Audiovisual. Disponível em <https://fsa.ancine.gov.br/?q=o-que-e-fsa/introducao>. Acesso em 19 set. 2020.

BRASIL. Senado Federal. O que é o Plano Nacional de Banda Larga. Brasília, 2014. Disponível em <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2014/08/14/o-que-e-o-programa-nacional-de-banda-larga>. Acesso em 30 Jun. 2021.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.



DEL BIANCO, Nelia R.; PRATA, Nair. Rádio, mobilidade e ubiquidade: análise do projeto de inclusão mobile digital da Abert. INTERCOM. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo, v.41, n.1, p.99-117, Jan./Abr. 2018.

FERRARETTO, Luiz Artur, KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência – Uma abordagem pela economia política da comunicação. *Revista Famecos*, vol. 17, n. 3, Set./Dez. 2010.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André; MARQUES, Francisco P. J. A. O Plano Nacional de Banda Larga Brasileiro: um estudo de seus limites e efeitos sociais e políticos. *E-compós*, Brasília, v.15, n.1, Jan./Abr. 2012.

LIMA, Heverton Souza. *A Lei da TV Paga: impactos no mercado audiovisual*. 2015. 149 f. Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo (SP), 2015.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Dimensões democráticas nas jornadas de junho: Reflexões sobre a compreensão de democracia entre manifestantes de 2013. *Rev. bras. Ci. Soc.* Vol.33, n.98, 2018.

O GLOBO. Não faltam provas para o impeachment de Dilma. Disponível em <https://oglobo.globo.com/opinia/nao-faltam-provas-para-impeachment-de-dilma-19989091>. Acesso em 15 set. 2020.

PIERANTI, Octavio Penna. *Políticas Públicas de Radiodifusão no Governo Dilma*. Brasília: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2017.

RÁDIO FREI CANECA FM. Edital de apoio à ocupação da grade de programação da Frei Caneca FM 2019-2020. Disponível em <http://www.freicanecafm.org/sites/default/files/inline-files/Retificado%20-%20Edital%20de%20Ocupacao%20Frei%20Caneca%20-%202019-2020.pdf>. Acesso em 30 Jun. 2021.

TAVARES, Thiago S. As políticas culturais nos anos 00 e sua influência no audiovisual brasileiro: uma mudança de paradigmas? *O Mosaico*, Curitiba, n.14, p. 225-242, Jul./Dez. 2017.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer et al. Transformações contemporâneas do rádio em Santa Catarina - Perspectivas de um novo dial frente às mudanças na migração do AM para o FM. 41º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 2018, Joinville. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018>. Acesso em 30 Jun. 2021.



CAPÍTULO 5

CONSTITUIÇÃO DO JULGAMENTO MORAL REPRESENTADO NO CINEMA: O FILME *O MONSTRO* E SUAS POSSIBILIDADES EDUCATIVAS

Rosângela de Amorim Teixeira de Oliveira, Mestrado em Educação, PPGE/Furb
Rafael José Bona, Doutor em Comunicação e Linguagens, docente do PPGE/Furb

RESUMO

O objetivo deste artigo é refletir sobre questões contemporâneas como moral, julgamento moral, cinema e educação. Utilizamos trechos do filme *O monstro* (1994, Roberto Benigni), como material de pesquisa, com o propósito de que o leitor possa refletir acerca de qual é sua primeira percepção sobre um determinado fato narrado sob diferentes ângulos. O tipo de pesquisa deste trabalho é documental, de abordagem qualitativa, e utiliza a técnica de análise filmica. A ideia aqui é exemplificar de como os nossos julgamentos morais podem, a partir de situações fragmentadas do seu contexto, serem frágeis e superficiais. Destacamos a fase atual dessa falta de cautela pelos sujeitos ao se expressarem nas redes sociais digitais.


PALAVRAS-CHAVE: Julgamento moral, Cinema, Educação, Audiovisual.

INTRODUÇÃO

Geralmente, quando um estudo busca aproximar os temas cinema e educação, é na perspectiva de trazer um assunto de um filme para algum conteúdo específico do currículo escolar. No entanto, neste trabalho adentramos na área do cinema entre sua linha cultural de entretenimento e de cunho escolar, como recurso em sala de aula, para que ele também seja visto como um processo civilizatório, ou seja, educativo para além de conteúdos de sala de aula. Ressalta-se que não se trata de depreciar ou potencializar, uma possibilidade ou outra atividade pedagógica.

Muitas produções filmicas trazem no roteiro os mais variados temas de ficção, mexem com o nosso imaginário, com as nossas emoções. Em entrevista, Ismael Xavier, cita: “um cinema que educa é aquele que (nos) faz pensar – e que (nos) faz pensar não somente sobre o cinema em si mesmo, mas, igualmente, sobre as mais variadas experiências e questões que ele coloca em foco” (2008, p. 14).

É nesse sentido que este trabalho se alicerça na seguinte problemática: de que forma o cinema, por meio dos filmes, proporciona uma formação educativa a respeito de nossos julgamentos morais? Para elucidar esse questionamento, o artigo utiliza trechos do filme *O*



monstro (1994, Roberto Benigni) como exemplificação. Assim, o objetivo é refletir sobre questões contemporâneas como moral, julgamento moral, cinema e educação a partir do referido filme. Espera-se que o leitor possa refletir acerca de qual é sua primeira percepção sobre um determinado fato narrado. Para isso, utilizamos de duas cenas de um mesmo filme a mostrar, em primeiro momento, a descrição do que uma pessoa interpreta a partir de filmagens feitas sobre outra pessoa já com algum julgamento pré-determinado, e o segundo momento, o que de fato aconteceu na percepção das ações do sujeito em seu contexto.

Como base teórica de estudos traremos textos que fundamentam o campo dos conceitos de aproximação de cinema e educação, visto que por meio das mensagens de filmes também podemos discutir sobre o julgamento moral dos sujeitos a partir da interpretação de certas cenas.


O trabalho está estruturado da seguinte forma: uma revisão de literatura, para podermos situar o leitor sobre os aspectos fundantes dos temas que serão debatidos; de forma breve, os procedimentos metodológicos da pesquisa; a seguir, a descrição do filme *O monstro*, para que o leitor entenda o aspecto geral da narrativa; prosseguindo com as análises das cenas selecionadas, que chamaremos de cenas A e B divididas em três partes; e, por fim, as considerações finais de modo a realizar um fechamento das ideias colocadas no presente texto.

REVISÃO DE LITERATURA

Existem estudos que mostram quais são as reações em nosso cérebro conforme o gênero do filme, bem como, sinais emocionais produzidos pelo nosso corpo ao assistir determinados conteúdos filmicos. Para além de reações físicas, nos direcionamos a destacar algumas questões de ordem mais psíquicas. Uma delas é sobre nosso pensamento.

De acordo com o psicólogo Lev Semionovitch Vygotsky, as habilidades cognitivas e as formas de estruturar o pensamento do indivíduo não são determinadas por fatores congênitos, mas sim pelo resultado das atividades praticadas de acordo com os hábitos sociais da cultura em que o indivíduo se desenvolve. Portanto, a história da sociedade na qual a criança se desenvolve e a história pessoal dessa criança são fatores cruciais que vão determinar sua forma de pensar (VYGOSTKY, 2008, p. 3).

É nesse sentido que se parte do pressuposto que muito do que pensamos está associado às condições sociais em que estamos inseridos. Além disso, também se complementa as questões de estímulos, como quais os repertórios culturais proporcionados para desenvolver/ampliar o nosso conhecimento sobre as coisas.



Outro teórico pertinente a esse tema pensamento é o biológico/psicólogo suíço, Jean Piaget (1896-1980), autor do livro *O juízo moral na criança* (1932/1994). Em seus estudos, Piaget (1994, p. 14) verificou que a moral é constituída de hábitos e tradições impostos pelas gerações passadas, e que a razão, se desenvolvida, pode contrabalançar esses lastros históricos, submetê-los à crítica, transformá-los, quem sabe aperfeiçoá-los. “Com esse estudo, Piaget formula a hipótese de que o desenvolvimento do juízo moral segue as mesmas etapas que as do jogo. Para verificar esta hipótese o autor estuda a maneira pela qual a criança concebe seus deveres e valores morais em geral” (LUKJANENKO, 1995, p. 15).


Ainda no que se trata de julgamento moral temos as contribuições das pesquisas do psicólogo norte-americano, Lawrence Kohlberg (1927–1987), que se interessou pelos estudos do desenvolvimento moral e acabou por redefinir estágios de julgamento moral propostos por Piaget.

Em sua teoria, Kohlberg descreve o desenvolvimento do juízo moral, e pode-se dizer que o mesmo opera no dia-a-dia das pessoas, à medida que se confrontam com os problemas sociais existentes. As questões como aborto ou eutanásia, por exemplo, levam os sujeitos a emitirem juízos morais de diversos tipos, que são as justificativas e, portanto, as razões que uma pessoa dá ao modo de agir próprio ou em relação a outras pessoas. Algumas pessoas emitem juízos presos a regras de condutas tradicionais e externas, outras, por sua vez, seguem sua consciência ou princípios internos. Há ainda pessoas que julgam visando ao interesse pessoal, ou também por recompensa ou medo da punição. (LUKJANENKO, 1995, p. 24).

Kohlberg centraliza sua atenção no julgamento e não na ação ou conduta moral, isso quer dizer que o que o sujeito diga, não implica necessariamente em ação, mas pode se obter uma amostra de seu pensamento real. Nesse sentido, nas pesquisas ele relaciona o desenvolvimento moral aos estágios lógicos da inteligência, pois para fazer julgamentos morais de nível mais elevado, “o sujeito precisa ser capaz de fazer proposições lógicas, classificar, considerar possibilidades e hipóteses, como também deduzir implicações – o que é próprio do estágio das operações formais do desenvolvimento cognitivo” (LUKJANENKO, 1995, p. 29)

No que refere ao conceito de moral, podemos mencionar o conceito exposto por Ives de La Taille, que define “como conjunto de deveres corresponder àquela filosoficamente dominante atualmente, e também àquela que costumamos adotar no dia a dia” (TAILLE, 2007, p. 19). De forma resumida, podemos dizer que moral diz respeito a deveres.

A questão moral é um tema relevante, objeto de estudo, particularmente, aos pesquisadores da área da Filosofia e Sociologia. Cabe citar um renomado autor que trouxe a moral para além de sua definição: Émile Durkheim (1858-1917), sociólogo, publicou sobre *A educação moral*. Na obra ele diz que quem prescreve a moral é a sociedade e que os preceitos




morais nos prescrevem atos determinados, destacando que todos esses atos são morais (DURKHEIM, 2012). É nesse ponto que queremos chegar: as regras da sociedade e o julgamento moral do sujeito, pois a cada defesa de alguma ideia, de alguma posição, existe um juízo de valor que tem por trás uma história de vida, uma cultura, um conhecimento que lhe é próprio.

Entendidos sobre a constituição de nosso pensamento, sobre a moral e julgamento moral, passaremos a inserir o cinema na interlocução para a formação educativa e suas interpretações possíveis. Segundo Rosália Duarte (2009, p. 16), estudiosa do tema cinema e educação, “ver filmes, é uma prática social tão importante, do ponto de vista da formação cultural e educacional das pessoas, quanto a leitura de obras literárias, filosóficas, sociológicas e tantas mais”. A autora diz também que: “em sociedades audiovisuais como a nossa, o domínio dessa linguagem é requisito fundamental para se transitar bem pelos mais diferentes campos sociais” (id., p. 14).

E para compreensão dos filmes faz-se necessário as funções cognitivas de atenção, percepção, memória, entre outras. Todas elas são importantes para a interpretação e entendimento dos filmes. “Os significados dados por cada um estão relacionados às suas histórias de vida e à cultura em que estão inseridos” (PIOVISAN; BARBOSA; COSTA, 2010, p. 4). Mesmo filmes comerciais como os da franquia *Star Wars* podem se tornar objetos profícuos para discussões em sala de aula nos mais diversos níveis no que diz respeito aos julgamentos morais (HOCHSPRUNG; BONA, 2016).

Segundo Duarte (2009, p. 33), “o cinema tem a seu dispor infinitas possibilidades de produzir significados”. Além disso, Bona (2021, p. 33), também coloca que o “cinema é um dos diversos meios com poder de comunicar, de informar e de discutir determinados temas pertinentes e atingir povos em todos os cantos do planeta”.

Com o avanço tecnológico, muitas pessoas tem um acesso mais viável a variados títulos e gêneros do cinema. “Com o passar do tempo, o cinema passou a ser visto de forma mais abrangente, saindo da fantasmagoria, da ficção e passando a retratar as questões sociais, econômicas, políticas e culturais” (PIOVISAN; BARBOSA; COSTA). São muitos os filmes que retratam problemas sociais, nos mais diferentes contextos, e que servem como subsídio educativo e, esses vão desde o nacional *Central do Brasil* (1998, Walter Salles) ao premiado com o Oscar, *12 anos de escravidão* (2013, Steve McQueen), entre muitos outros. (BONA, 2021, p. 53).



O mais interessante dos aspectos técnicos do cinema é como esses podem oferecer a “visão” dos acontecimentos a partir da posição que imaginamos que ela ocupa naquele contexto, seja pelo ângulo da câmera, os movimentos, a iluminação, a música etc. Por exemplo, “tomadas de perspectiva obrigam o espectador a ver do ponto de vista do personagem” (DUARTE, 2009, p. 37).

No que se refere aos efeitos do cinema em contraposição as nossas convicções, trazemos o que menciona Xavier a respeito do assunto:

A ideia é acentuar os momentos em que o cinema desestabiliza essas oposições, questiona nossas convicções, enfim, faz repensar tais noções. Quando se trata do par palavra-imagem, a idéia [*sic*] é buscar o cotejo na zona instável que sempre nos obriga a refazer o movimento entre uma e outra, por definição incompleto e insuficiente, gerando uma ansiedade de reajuste sem fim (XAVIER, 2008, p. 16).

A questão colocada por Xavier é de que a imagem no cinema não deve ser reduzida de forma simplória a não provocar outras reflexões além do seu significado e significante. É preciso interromper o jogo previsível da leitura fluente, “as imagens se impondo como um movimento entre outros com sua própria forma e textura a sugerir sensações, pensamentos, imersões ou estranhamentos, dentro de uma modulação própria a cada obra” (XAVIER, 2008, p. 20).

Assim sendo, cabe a escola formar cidadãos críticos e reflexivos, cabe também ao educador, independentemente do nível de ensino e da área que leciona, aproveitar-se da função pedagógica do cinema e suas múltiplas possibilidades de utilização nos contextos escolares. A construção da formação crítica do sujeito se dá quando ele não analisa superficialmente os fatos. Nesse sentido, que trazemos a proposta neste trabalho que o leitor reflita sobre a mesma situação vista a partir de duas narrativas, uma ação humana pessoal e outra impessoal, e a partir dessas, o espectador que fará a sua interpretação, ou seja, o seu julgamento moral.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O tipo de pesquisa deste trabalho é documental e sua abordagem é qualitativa. Segundo Flick (2009, p. 25), nessa abordagem “as reflexões dos pesquisadores sobre suas próprias atitudes e observações em campo, suas impressões, irritações, sentimentos etc., tornam-se dados em si mesmos, constituindo parte da interpretação”. Também se caracteriza esta pesquisa como documental por se ter como fonte trechos de um mesmo filme. De acordo com Severino (2007, p. 122), os conteúdos ainda são matéria-prima na qual o pesquisado ainda vai desenvolver sua investigação e análise.



O filme selecionado para a amostra é *O monstro* (1994), e analisado no seu idioma original em italiano e legendado em português brasileiro do qual são selecionadas duas cenas. As cenas selecionadas situadas na primeira (a qual chamaremos de cena A) do momento em que o analista em psiquiatria criminal faz sua apresentação sobre a conduta do suspeito às agentes, que no caso é Lóris (Roberto Benigni), e a segunda (que chamaremos de cena B) é a cena conforme ocorreu em seu contexto. Então, trata-se de um comparativo entre o que se fala de um ocorrido e o que de fato ocorreu. Selecionamos as cenas e as descrevemos em forma de texto, para melhor compreensão do leitor para, na sequência, iniciar a análise com viés educativo.

O motivo da escolha deste filme se dá por este trazer ao espectador duas versões, um julgamento feito do outro, de forma fragmentada, e o outro, pelo lado do protagonista, de forma mais contextualizada, sendo possível analisar de que forma nossos julgamentos podem ser feitos a partir de uma ou de outra perspectiva.

Utilizamos a análise fílmica como técnica. Para Penafria (2009, p. 1), “analisar um filme é sinônimo de decompor esse mesmo filme”. Ainda, segundo a autora, “o objectivo (*sic*) da análise é, então, o de explicar/esclarecer o funcionamento de um determinado filme e propor-lhe uma interpretação” (PENAFRIA, 2009, p. 1).

Para além de uma técnica há de se destacar um outro olhar, um “olhar para as representações fílmicas como produzidas e produtoras de práticas sociais e, assim, também de inclusões e exclusões sociais” (ROSE, 2001 *apud* FABRIS, 2008, p. 124)

O FILME: *O MONSTRO*

O filme *O monstro (Il monstro)* dirigido por Roberto Benigni, também protagonizado pelo mesmo, teve sua produção na Itália e França no ano 1994, e estreou em outubro mundialmente, no mesmo ano. O idioma original é italiano e seu gênero perpassa entre comédia, suspense/mistério e policial. A idade indicativa para o público espectador direciona-se para maiores de 16 anos e tem duração de 112 minutos. Também faz parte do filme a atriz Nicolleta Braschi que, após essa produção, também ficou conhecida por atuar junto a Benigni em *A vida é bela* (1997, Roberto Benigni).

O início do filme já mostra que há a solta na cidade um perigoso maníaco sexual, um *serial killer* que deixa suas vítimas em pedaços, causando pânico na população e deixando a polícia desesperada a procura do criminoso. Lóris (Roberto Benigni) é considerado suspeito

após ter se metido em uma confusão com uma senhora, apavorada pela abordagem feita por Lóris, após ele a confundir com uma ninfomaniaca durante uma festa. A senhora o descreve na investigação policial e pelas características de como se deu a abordagem a polícia o confunde com o criminoso *serial killer*. Lóris é um sujeito atrapalhado, artista e também caloteiro. Esse último é o que mais o caracteriza, pois vive fugindo do proprietário de seu apartamento para não pagar o aluguel, também furta comida no supermercado e não paga as suas dívidas. Procura ter relações com mulheres, mas, desajeitado, acaba sempre em situações comprometedoras que o deixam figurar como suspeito dos assassinatos. Em sua rotina também se insere suas aulas de língua chinesa.

Na tentativa de pegar o suspeito em flagra a polícia coloca uma agente, a policial Jéssica Rosseti (Nicolleta Braschi) próxima a ele para seduzi-lo. A agente Jéssica vai morar junto de Lóris e passa nesse convívio a provoca-lo de maneira exagerada para que o mesmo perca o controle e possa atacá-la sexualmente. Quem acompanha e orienta a agente é o analista em psiquiatria criminal, senhor Taccone (Michael Blanck) na busca incessante de adquirir provas para efetuar a prisão do, então, suspeito, por achar que entende a mente do criminoso.

ANÁLISE DAS CENAS

O trecho do filme que nos referimos como cena 1 trata-se de quando o analista em psiquiatria criminal convoca todas as agentes mulheres para apresentar e mostrar as filmagens, gravando o suspeito Lóris num dia normal. Em cada sequência de sua fala o analista complementa com a caracterização das atitudes do suposto criminoso. A cena 2, trata-se do desfecho do filme, ou seja, qual foi o contexto que ocorreram na forma real.

QUADRO 1: RESUMO DA CENA A – PARTE 1, DO FILME *O MONSTRO*

O analista em psiquiatria criminal mostra a filmagem de quando Lóris passeia e tem ao seu lado um gatinho que o acompanha na calçada. Lóris carrega um pacote na mão, sem a possibilidade de identificar o que é. Ele e o gatinho viram a esquina. No retorno, aparece Lóris segurando o gatinho pelo rabo já morto. Coloca-o numa lixeira. Ao ver tal cena a reação das agentes policiais é de perplexidade com tal crueldade.



Fonte: recorte dos autores a partir do filme *O monstro*.

QUADRO 2: RESUMO DA CENA B – PARTE 1, DO FILME *O MONSTRO*

Crianças do apartamento do andar de baixo costumam jogar gatos mortos no apartamento de Lóris. Ele fica furioso segurando o gato pelo rabo e vai à porta do apartamento no qual moram as crianças. Grita, chama a atenção da mãe das crianças, diz que já é a décima vez que jogam gatos mortos em seu apartamento e retorna para seu apartamento. Em seguida, ele sai de casa com o gato morto ‘empacotado’, aparecendo somente um pouco do rabo. Na calçada da rua, caminhando com o pacote embaixo do braço para levar o bicho morto à lixeira, aparece para acompanhá-lo um gato amarelo, muito parecido com o gato que havia morrido. Os dois viram a esquina juntos. Com receio de que as crianças façam maldade com este outro gatinho, ele acaba por espantar o gato amarelo, dizendo que se ele ficar por perto também pode ‘acabar como esse aqui’, referindo-se ao empacotado. Lóris retorna, segurando o gato morto pelo rabo e o coloca no lixo.



Fonte: recorte dos autores a partir do filme *O monstro*.

Quem gosta de animais não vai ter como não expressar um sentimento de raiva ao interpretar as imagens da cena A e ver a tamanha maldade feita por Lóris àquele gatinho indefeso. Contudo, o contexto mostrado na cena B é de que quem anda maltratando os gatinhos na vizinhança não é ele, e sim, algumas crianças levadas que moram em seu prédio. O que chama atenção é o ângulo da câmera que estava filmando Lóris naquele momento para a cena A, pois se estivesse do lado da rua em que ele espanta o gatinho já teria sido descartada a possibilidade de ele ter feito aquela maldade com o bichinho. De acordo com Duarte (2009, p. 37), “o ângulo de filmagem é um componente importante desse sistema de significação”. Não teria como acreditar em Lóris se não fossem pelas cenas que o filme traz a seu favor.

QUADRO 3: RESUMO DA CENA A – PARTE 2, DO FILME *O MONSTRO*

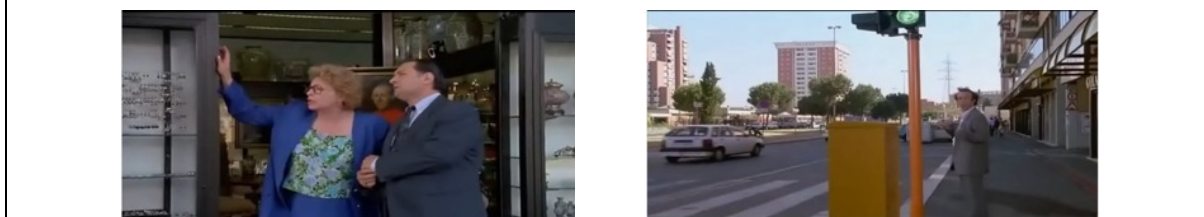
A segunda tomada da cena mostrada pelo analista é Lóris andando pela rua, bem tranquilo, quando de repente para na sinaleira por esta estar fechada para passagem de pedestres. Ele olha o relógio para ver as horas, olha para o lado e sai correndo atravessando-se entre os carros que passavam. Ele corre até um edifício onde se pendura em uma estrutura do primeiro andar que dá para a sacada de um apartamento. Fica somente com a cabeça como se estivesse espiando o que iria acontecer na sacada. Logo, aparece uma mulher vestindo blusa e saia com um ramo de flores numa mão e regador na outra. Ela se curva para cuidar das plantas e fica de costas para a frente da sacada. Exatamente na posição que Lóris está dá para perfeitamente ver as partes (íntimas) de baixo da saia da mulher. O analista chama a atenção dos presentes para o perfeccionismo da sincronização entre o horário que ele sobe na sacada para vigiar a mulher. Uma das policiais femininas presentes se mostra assustada com o possível ‘*serial killer*’.



Fonte: recorte dos autores a partir do filme *O monstro*.

QUADRO 4: RESUMO DA CENA B – PARTE 2, DO FILME *O MONSTRO*

Lóris caminha em frente a uma joalheria e para em uma sinaleira que está com o sinal vermelho para pedestres. Uma senhora que estava em frente da loja fumando o observa passar, chama um senhor que trabalha com ela e pergunta se aquele (Lóris) não é o homem que comprou um relógio e não pagou. Os dois ficam o observando, pois estão em dúvida se realmente é ele. Enquanto isso, Lóris está tranquilamente aguardando o sinal abrir. O senhor diz que não pode ser ele porque recebeu um telegrama com a informação de que Lóris havia morrido. Mas por via da dúvida chama o nome dele (Lóris). Atendendo ao chamado, Lóris se vira para eles e é reconhecido. O senhor corre atrás de Lóris, e ambos, acabam atravessando correndo a faixa com o sinal aberto para os carros. Para despistar o senhor que está atrás dele, ele se pendura em uma sacada. O senhor chega a ficar próximo de onde ele está o procurando e segue para outro caminho. Em instantes, aparece uma moça para arrumar suas plantas na sacada. Ela está de saia e acaba se curvando de costas para ele. Depois ela volta para dentro do apartamento. Ele desce da quina da sacada e retorna para sua casa.



Fonte: recorte dos autores a partir do filme *O monstro*.

É de impressionar a sincronização que Lóris fez para ver as partes de baixo da saia da mulher. Nesse sentido, demonstra que ele está há um tempo acompanhando a rotina dela para saber exatamente a hora em que ela sai na sacada para cuidar de suas plantas. Entretanto, o desfecho da cena B traz a situação por outro contexto, que é Lóris correndo de um credor por não ter pagado uma compra, ou seja, deu calote se passando por morto. “A posição a partir da qual se filma também produz significados” (DUARTE, 2009, p. 36). Nesse sentido, os ângulos das cenas são as principais fontes de interpretação, já que cada uma tem uma “visão” diferente sobre a mesma situação. A questão do julgamento nessas cenas é que pela perspectiva do que narra o analista criminal. Certamente Lóris é um assassino atento aos detalhes. Entretanto, o conteúdo que o analista vê, de forma fragmentada, induz a realmente acreditar que Lóris é o criminoso.

QUADRO 5: RESUMO DA CENA A – PARTE 3, DO FILME *O MONSTRO*

Neste mesmo dia da filmagem, aparece uma moça bem atraente saindo de um restaurante/cafeiteira. Ela veste uma blusa azul até a cintura e usa calças brancas. Em seguida, ele aparece também saindo do local atrás da moça. No percurso, cai a sua sacola com hortaliças no chão e a mesma se curva para juntá-las. Ele aparece atrás e observa a moça. Pela sua expressão facial parece estar tendo um tipo de desejo sexual com aquela imagem. Demonstra por alguns segundos uma satisfação sexual ao observar as partes da mulher. De repente faz uma cara de assustado e agarra suas calças entre suas pernas, segura sua parte íntima e começa a bater nela de forma violenta. Enquanto isso, o policial/investigador narra a cena como se ele quisesse lutar com seu membro para conter sua ereção sexual. A policial Jéssica ainda não acompanha a apresentação dos vídeos, continua num ‘mundo paralelo’. A partir da cena em que ele se debate com o seu membro, que dura alguns segundos, a maioria das policiais femininas presentes no auditório saem da sala demonstrando certa rejeição pelo sujeito suspeito, no caso, o Lóris. O policial/investigador dá ênfase a cena em que ele continua ‘lutando’ com seu membro, denota cada expressão facial, de forma aterrorizante. A ‘luta’ termina com Lóris indo a uma mesa próxima que tem uma jarra de água e joga esta em sua parte íntima. O policial/investigador acentua que para acalmar seu membro e evitar que a moça fosse sua próxima vítima ele joga água. Enquanto o policial/investigador narra pelo seu ponto de vista a atitude do possível ‘serial killer’, a cena que mostra atrás dele é Lóris jogando água para dentro de suas calças como se estivesse tendo uma sensação de orgasmo. E a policial Jéssica ainda sentada, mas sem prestar atenção ao que era dito, nem nas cenas das filmagens, nem atenta às saídas das outras policiais da sala. O policial/investigador ainda narra aquela cena como se Lóris estivesse ‘punindo seu pênis’, e nesse momento ele se dá conta que o auditório está praticamente vazio. Ele pede para o auxiliar interromper a apresentação e acender as luzes. Percebe que somente a policial Jéssica está presente, ainda muito distraída. Ao chamá-la, ‘senhorita’, ela atende se levanta e faz corporalmente sentido.



Fonte: recorte dos autores a partir do filme *O monstro*.

QUADRO 6: RESUMO DA CENA B – PARTE 3, DO FILME *O MONSTRO*

Lóris entra tranquilamente em uma cafeteria, se aproxima do balcão e acaba tomando os restos de cafés que os outros clientes deixaram. Disfarçadamente consegue pegar alguns salgadinhos da bandeja do garçom, pega a gorjeta que já estava no balcão e o oferece ao atendente e agradece. Nesse momento, uma moça atraente se levanta de uma das mesas e sai do estabelecimento. Lóris a observa e se desloca para a saída. Contudo, esbarra com um homem que se dirigia ao balcão. Ele estava fumando e a bituca do cigarro, ainda acesa, cai para dentro das calças de Lóris. Ele não percebe porque está com pressa de acompanhar a saída da moça. Na frente da cafeteria as compras caem da sacola. A moça se curva com o bumbum para cima para juntar suas hortaliças. Lóris fica parado, um tanto distante, atrás dela observando o bumbum da moça e admirando-a. No instante seguinte, ele já sente arder algo entre suas pernas. Ele não sabe que a bituca está acesa dentro de suas calças. Ele segura a parte do fecho da calça com força, fica desesperado, espermeando-se e batendo nele. Quando avista uma garrafa com água corre para pegá-la e joga no meio de suas calças. Aliviado, torce a parte do fecho para retirar o acúmulo de água e arruma as vestimentas.



Fonte: recorte dos autores a partir do filme *O monstro*.

Difícil não analisar que a expressão facial de Lóris ao acompanhar a moça recolher suas hortaliças é, no mínimo, desrespeitosa. Ao ver as filmagens da cena A deduzimos tratar-se de um homem tarado, não necessariamente um assassino de mulheres. Todavia, o que está em foco é a captura de um ‘*serial killer*’ e ele é um dos suspeitos, ou seja, um sujeito muito perigoso que anda matando mulheres na cidade. Ao realizar uma suposição que se ele, enquanto suspeito, estivesse em uma delegacia prestando depoimento e fosse a sua versão narrada (cena B), com certeza, seria difícil tomar a sua versão como verdadeira dos fatos.

Trouxemos duas cenas (A e B) e as comparamos em suas respectivas partes (1 a 3), a cena trazida pelo analista, a partir de filmagens que acompanharam a conduta de Lóris em alguns dias e o contexto das situações do dia a dia de Lóris. O que podemos deduzir das análises é que o quanto um julgamento superficial sem aprofundamento e com maior materialidade pode ser extremamente prejudicial à vida daquele que está sob suspeita. No caso do filme, Lóris, um sujeito que busca relações afetivas com mulheres, mas de forma atrapalhada, e por vezes, com abordagem inadequada, poderia ser marcado como um grande ‘*serial killer*’, e depois de publicizado o seu nome ligado a autoria de vários crimes sua vida nunca mais seria a mesma, pois as pessoas já ficariam com medo de manter relações próximas com alguém assim.

Por isso, é importante que se tenha cautela ao realizar pré-julgamentos sobre outras pessoas sem estar disposto a entender o contexto daquele que encontra-se numa situação que moralmente não convém com seus princípios e valores. No caso em específico, trouxemos um assunto bem polêmico por se tratar de um ‘*serial killer*’ e um filme indicativo para maiores de 16 anos; mas poderia ser pontuado outros exemplos e termos diferentes ângulos para a situação. Há de se entender que o ditado “a justiça tarda mas não falha” se refere a todos os trâmites jurídicos de dar ao investigado o direito a ampla defesa com a intenção de também ouvir aquele que, de uma forma ou outra, já foi culpabilizado pelo ato.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho buscou-se trazer ao leitor uma reflexão acerca de qual é sua primeira percepção sobre um determinado fato narrado utilizando-se de duas cenas de um mesmo filme, vista por ângulos diferentes. Podemos dizer que o cinema, de forma geral, por meio dos filmes proporciona uma formação educativa quando esses podem fazer com que o espectador reflita sobre seus julgamentos morais.

Especificamente em relação ao filme *O monstro*, é possível proporcionar distintos contextos e reflexões sobre juízos morais e educacionais, no âmbito da formação cidadã. Ao trazermos duas narrativas, e uma delas já ter um julgamento moral determinado (para a polícia Lóris era o criminoso e não um suspeito), aproveitamos para trabalhar a importância de se perceber os diferentes pontos de vista, o cuidado com pré-conceitos já definidos, expressar opiniões de forma superficial sem bases e fundamentos, realizar julgamentos sobre outros tendo como base a sua vida pessoal, e tantas outras situações que devem ser refletidas para evitar-se uma impressão rasa de qualquer situação ou pessoa. Isso tudo potencializado pelas técnicas utilizadas na produção de um filme, que justamente tem a intenção de fazer o seu espectador refletir sobre todo o contexto e não tornar previsível a imagem pela imagem.

A ideia deste texto foi apenas exemplificar de como os nossos julgamentos morais podem, a partir de situações fragmentadas do seu contexto, serem frágeis e superficiais. Atualmente, percebemos essa falta de cautela ao se expressar nas redes sociais digitais e, particularmente, ao ver o número de compartilhamento das chamadas *'fake news'*, sem ao menos, ter o cuidado de verificação da veracidade. Ainda mais, porque na maioria das vezes, são narrativas falaciosas e caluniosas a respeito de órgãos ou pessoas.

O cinema é encantador e surpreendente, assim, aproveitar-se dos seus repertórios para realizarmos uma atividade pedagógica é altamente apropriado porque traz evidências com materialidade nas diversas áreas do conhecimento. Ele tem todos os aspectos possíveis para que possamos trabalhar as dimensões da formação educativa nos sujeitos, particularmente, como foi aqui o caso, de julgamento moral.

REFERÊNCIAS

BONA, Rafael José. **Comunicação e Educação: intertextos, reflexões e propostas**. Curitiba: Appris, 2021.

DUARTE, Rosália. **Cinema e educação**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

DURKHEIM, Émile. **A educação moral**. Trad. Raquel Weiss. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

FABRIS, E.H. **Cinema e educação: um caminho metodológico**. Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 33, n. 1, p. 117-134, jan./jun. 2008.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução Joice Elias Costa. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

HOCHSPRUNG, J.; BONA, R. J. Cinema e educação na trilogia clássica dos filmes *Star Wars*. In: ENCONTRO DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO, 8., 2016, Curitiba. **Anais** [...]. Curitiba: Enpecom/UFPR, p. 388-398, 2016. Disponível em: <https://publication/349124104>. Acesso em: 14 jun. 2021.

LUKJANENKO, Maria de Fatima Silveira Polesi. **Um estudo sobre a relação entre o julgamento moral do professor e o ambiente escolar por ele proporcionado**. 1995. 167f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, SP.

O monstro. Direção: Roberto Benigni. Itália/França: Focus Filme, 1994, 112 min.

PENAFRIA, M. Análise de filmes - conceitos e metodologia(s). In: CONGRESSO SOPCOM, 6., 2009, Lisboa. **Anais** [...]. Lisboa: SOPCOM, p. 1-10, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>. Acesso em: 06 ago. 2021.

PIAGET, Jean. **O juízo moral da criança**. [tradução Elzon Lenardon]. 4ª ed. São Paulo: Summus, [1932],1994.

PIOVISAN, Angélica; BARBOSA, Livia; COSTA, Sara Bezerra. Cinema e Educação. I Simpósio Regional de Educação / Comunicação. 2010. Disponível em: http://geces.com.br/simposio/anais/wp-content/uploads/2014/04/CINEMA_E_EDUCACAO.pdf

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

TAILLE, Ives de La. **Moral e ética: dimensões intelectuais e afetivas**. Dados eletrônicos. Porto Alegre: Artmed, 2007.

VYGOTSKY, Lev Semenovich. **Pensamento e Linguagem**. 2008. Edição eletrônica, disponível em: <http://www.institutoelo.org.br/site/files/publications/5157a7235ffccfd9ca905e359020c413.pdf> (Acesso em: 28 mai. 2021).

XAVIER, Ismael. Um Cinema que “Educa” é um Cinema que (nos) Faz Pensar. [Entrevista concedida a Revista Educação & Realidade]. **Revista Educação & Realidade**, p.13-20, jan/jun. 2008.



CAPÍTULO 6

DOI: 10.47402/ed.ep.c202183339486

PRÁTICAS DE CONSUMO MUSICAL EM PLATAFORMAS DE STREAMING: UMA ANÁLISE DAS DINÂMICAS DO SPOTIFY

Leonardo Trindade Araújo, Doutorando em Cultura e Sociedade, UFBA
Cristiano Nascimento Oliveira, Doutor em Cultura e Sociedade, UFBA

RESUMO


O artigo discute a emergência e a consolidação do consumo musical em plataformas de streaming, a partir das novas experiências que esse formato de circulação de música proporciona aos artistas e ao público. Parte-se do pressuposto de que tais plataformas articulam práticas de consumo individuais e coletivas, pois ao mesmo tempo em que permitem a criação de listas musicais personalizadas, possibilitam também a construção de relações com outros ouvintes, por meio de sistemas de recomendação musical e de redes sociais. Em um primeiro momento, discutiremos o processo de construção dos gêneros musicais e as estratégias de recomendação. Posteriormente, será abordado o crescimento dos serviços de streaming, responsáveis por distribuir a música sem a necessidade do download de arquivos. Por fim, analisa-se as ferramentas do Spotify, maior serviço de streaming musical do mundo. Com isso, espera-se contribuir na compreensão das novas sensibilidades e práticas sociais engendradas por essa modalidade de consumo da música.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo Musical. Streaming. Sistemas de Recomendação. Aplicativos.

INTRODUÇÃO

Grande parte da música consumida na contemporaneidade é distribuída em formato digital. Desde os anos 80, com o surgimento do compact disc (CD), até a popularização do formato MP3, a partir da primeira década do século XXI, as expressões musicais têm ampliado significativamente sua presença na vida cotidiana. Mais que uma simples mudança tecnológica, os diferentes modos de escutar música implicam na reconfiguração de uma série de práticas culturais e sociais.

Estamos vivenciando novas práticas de consumo da música popular massiva, com novos mediadores, novas plataformas de escuta e formatos de distribuição. É necessário entender como essas dinâmicas se apropriam e constroem novas formas de consumo, marcadas por um desenvolvimento no formato da escuta, contribuindo para uma maior difusão cultural. Nesse sentido, é essencial compreender a carga comunicativa que esses produtos representam no contemporâneo e de que forma podem contribuir de maneira fundamental no estabelecimento de padrões, hábitos e costumes.



Assim, compreende-se que o consumo musical pode ser realizado de diversos modos: shows ao vivo, vinil, CDs, TV, rádio e pelas plataformas digitais, como é o caso do formato streaming (execução online) que está ganhando espaço em todo o mundo. Ouvir música em streaming retrata uma nova forma de consumo das expressões musicais e que, conseqüentemente, fortalece a discussão aqui proposta, já que reforça sua dimensão diante da cultura contemporânea.

Esse consumo musical se configura por traços de interação, modos de compartilhamento entre os ouvintes, difusão em tempo real, on-line ou offline. Isso por conta da ascensão tecnológica que proporcionou um desenvolvimento maior nos espaços digitais. Pode-se pensar que essa ascensão está ligada aos novos processos personalizados que os canais auditivos vêm proporcionando. A pesquisadora Gisela Castro (2005, p. 30) afirma que:

A prática cada vez mais disseminada de escutar música em qualquer lugar e a qualquer momento, mesmo durante a realização de outras tarefas como trabalhar, estudar, cozinhar ou dirigir – para citar apenas algumas – faz com que ouvir música seja um comportamento emblemático do contemporâneo.

As discussões ora apresentadas são pontos que pretendemos debater nesse trabalho, a partir da formação de gêneros musicais como orientação para o consumo, assim como entender formas de distribuição da música em canais de streaming. Nesse sentido, o presente artigo procura refletir como redes ou comunidades de música – utilizaremos aqui o Spotify como exemplo - são ferramentas de compartilhamento e de interação no consumo musical.

A escolha pelo Spotify, como objeto de análise, decorre do fato de se tratar do maior serviço de música por streaming do planeta, com 40 milhões de usuários em 57 países, entre eles o Brasil. Além disso, está disponível tanto para computadores quanto em apps para Android, iOS e Windows, permitindo sua utilização por um maior número de pessoas.

Para que possamos depreender a proposta acima, o trabalho será dividido em três partes: num primeiro momento, discutiremos as dinâmicas da música popular massiva, a partir dos gêneros musicais e as articulações que estabelecem entre si. O próximo ponto abordará o consumo da música na modalidade streaming. Por último, será feita uma análise do aplicativo Spotify e suas dinâmicas de recomendação musical. Como forma de ilustrar esses fluxos da música na contemporaneidade, recorreremos ao longo da nossa discussão a textos jornalísticos que reforcem a forte presença das expressões musicais.

OS GÊNEROS MUSICAIS COMO ORIENTAÇÕES PARA O CONSUMO


Gêneros musicais são categorias que organizam sonoridades que compartilham elementos em comum, definindo e classificando músicas em suas qualidades e especificidades. Entre os diversos aspectos utilizados na identificação de um gênero podemos citar a instrumentação, o conteúdo, a função, a estrutura e a contextualização das músicas. Trata-se, sobretudo, de uma forma pela qual os compositores de determinada época e países diferentes combinam, simultaneamente, os diversos elementos musicais, consolidando um estilo peculiar, que passa a integrar um repertório cultural compartilhado. Todo esse processo de distinção musical proporciona um melhor entendimento das sonoridades, sem contar que somente assim é perceptível o valor cultural que está impregnado em cada música. Por isso, Frith mistifica essa noção de compreender o gênero musical não só como uma terminologia, mas sim como algo de maior importância e valor:

Para as pessoas que estudam gênero, as questões são retrospectivas: como essas decisões foram tomadas, o que esses discos tinham que permitiu serem rotulados do mesmo modo, o que eles têm em comum? As repostas são muito mais formais: blues ou punk ou rock progressivo são descritos em termos da linguagem musical que eles empregam, discos são excluídos de suas definições porque não se adaptam tecnicamente – possuem a estrutura, batida ou orquestração erradas. (FRITH, 1998, p. 89).

Ao distinguirmos as regras que são trazidas à tona através de um horizonte de expectativas dos gêneros musicais, cultivamos a possibilidade das perspectivas serem confirmadas ou refutadas na elaboração de um produto associado a determinado gênero musical. Ainda pensando nessa formatação e contextualização, faz-se necessário apontar um dos fatos que mais chamou atenção para a compreensão e dinâmica dessa relação do surgimento de estudo dos gêneros musicais. Janotti Jr. (2003) propõe uma estrutura para que se possa entender o local do gênero musical na música popular massiva contemporânea:

As relações entre gêneros midiáticos e o consumo dos produtos culturais, que circulam nos meios de comunicação, estão tão entranhadas em nosso cotidiano que raramente notamos como elas delimitam uma parcela importante dos processos de produção de sentido inscritos na comunicação e cultura contemporâneas. O próprio modo como arrumamos nossas estantes e distribuímos nossas coleções de discos e livros, mostra muito sobre valores que interiorizamos e sobre aquilo que consideramos positivo no mercado cultural contemporâneo. Não por acaso, há um certo frezezi quando vamos receber algum convidado em nossas casas e, minutos antes da chegada dessa pessoa, corremos apressados para decidir que livros, que discos, enfim, quais objetos devem estar visíveis e quais devem ser escondidos. Isso para não falar, do grande momento em que nosso ilustre visitante irá ter acesso aos preciosos bens que compõem nossas bibliotecas e discotecas. (JANOTTI, 2003, p 31).

Toda essa dinâmica do consumo de produtos culturais pressupõe a criação e recriação




de argumentos e processos que orientem as pessoas em seus processos de escolha. Isso porque existe uma relação intrínseca entre a música e sua estrutura, que vai desde os estilos, os arranjos musicais, as interpretações, as performances, as culturas e os locais, entre as demais observações acerca da música.

Se pensarmos na MPB, no rock, no sertanejo, no pop, no tecnobrega e inúmeros outros gêneros musicais, percebemos como eles são, de forma recorrente, inseridos como aparatos conceituais para determinados artistas, que são classificados ou identificados dentro de estilos específicos. Cabe afirmar que estes mapas de gênero mudam de acordo com seus usos e aplicabilidades, lembrando que eles negociam com o espaço em que estão inseridos. Por exemplo, dentro do rock, a criação de subgêneros (o indie, o eletro rock, o punk, entre outros) formam novas fronteiras para a percepção de que uma lógica da rotulação apresenta não só critérios essencialmente musicais, mas imagéticos e de mercado. Para Janotti Jr, o ponto de partida das regras de rotulação musical condiz com a coerência em que as mídias musicais dividem seus mercados.

Logo:

O principal problema do modelo de abordagem dos gêneros musicais aqui esboçado está ligado ao fato de que as “regras genéricas” parecem fixar determinadas fronteiras, quando na maioria das vezes, os gêneros, e a difusão de diversos subgêneros no *heavy metal* e na cena eletrônica parecem comprovar essa hipótese, estão em constante mutação. Os gêneros não são demarcados somente pela forma ou “estilo” de um texto musical em sentido estrito e, sim, pela percepção de suas “formas” e “estilos” pela audiência através das performances pressupostas pelos gêneros (...) para se mapear um gênero musical deve-se estar atento para o seguinte percurso: convenções sonoras (o que se ouve), convenções de performance (o que se vê), convenções de mercado (como uma música é embalada) e convenções sociais (quais valores e ideologias são incorporadas em determinadas expressões musicais). (JANOTTI JR, 2003, p. 37)

Não há dúvida em relação à proeminência que a noção de gênero musical possui. Se levarmos em consideração alguns ambientes e espaços que determinadas festas são publicizadas, como, por exemplo, os banners de festas de música eletrônica e sua comunicação visual de elementos que configuram um momento futurista com cores fluorescentes, da mesma maneira que a visualização de elementos country nos cartazes sobre eventos da música sertaneja vão reforçando uma imagem associativa que em sua maioria vai criar “resquícios” álbuns, cartazes e toda parafernália de divulgação do artista, incluindo as etapas posteriores que seguem até o consumo desse produto. Enfim, esta visualização dá um indicativo da construção dos cenários onde acontecem os eventos relacionados aos gêneros musicais, de forma que é possível identificar ligações. Ainda nessa linha, os sintetizadores, as mesas de discotecagem, tudo isso estão ligados a uma questão imagética da música eletrônica, da mesma forma, que as



“parafernálias” eletrônicas, luzes e batidas sampleadas, raios laser e telões de alta definição são reflexos do Tecnobrega. Toda essa questão imagética permite um direcionamento e condiciona determinadas leituras que permitem reconhecer os gêneros musicais e os artistas a eles associados.

É necessário estar atento para o fato de que a ideia dos gêneros na música popular massiva está ligada a processos de mediação presentes no consumo musical que se mostram muito mais complexo do que a exploração comercial destes gêneros pelos meios de comunicação e de entretenimento. É notório que delimitar uma ordem para o gênero musical é estabelecer alguns parâmetros: questionar-se com que se parece determinado som e quem irá comprar aquele tipo de música. Recorrendo à Janotti Jr (2003, p. 37), “todo gênero pressupõe um consumidor em potencial. (...) Compreender estética da música popular massiva é entender também a linguagem, nas quais julgamentos de valor são articulados e expressos em que situações sociais eles são apropriados”.


Sintetizando o debate, os gêneros musicais envolvem, de acordo com Janotti Jr (2003), regras semióticas (estratégias de produção de sentido nos produtos musicais), regras econômicas (direcionamento e apropriações culturais) e regras técnicas e formais (essas envolvem a produção e a recepção musical em sentido exato).

DO DOWNLOAD AO STREAMING

Ao abordar a cultura digital, automaticamente, pensamos no uso das novastecnologias para produzir e disseminar bens culturais. Nesse sentido, na música observamos como o estar online reconfigura toda uma forma de negociação, que vai desde alternativas de lidar com a propriedade intelectual, passando pela criação de novos hábitos de consumo do público e, finalmente, a transformação dos ouvintes em agentes participativos, possibilitando assim uma maior interação.

Logo, as novas tecnologias de comunicação estão cada vez mais imbricadas na forma de pensarmos a política, a economia e a cultura, principalmente, em relação às expressões musicais. Em meados de 2011, o financiamento coletivo - crowdfunding¹³ se firmou como uma

¹³ O objetivo central do é arrecadar capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral na internet a intenção é viabilizar projetos culturais



opção plausível para ajudar diversos projetos musicais, especialmente, de artistas independentes. Consagrando num modelo de negócio que se utiliza da internet como fonte principal para realizar sua arrecadação, que por consequência gera novos canais de distribuição, como os demais aplicativos para web, tablets e celulares. Dessa forma, nasceram as mais diversas oportunidades para comercializar a música que, mesmo não oferecendo um retorno financeiro imediato aos artistas, proporcionam visibilidade e permite determinar como as obras devem ser usadas, inclusive em âmbitos comerciais.


É nessa perspectiva que os serviços de streaming (transmissão dos dados), lojas virtuais, sistemas de recomendação, tornam-se ferramentas que propiciam distintas opções de consumo de música, pensando nos diferentes estilos de consumidores. Vale ressaltar que essas dinâmicas não inviabilizam a cultura do disco. Basta realizar uma busca na internet que encontramos lojas e sebos online vendendo LPs, CDs e DVDs, fazendo com que todos possam de alguma maneira desenvolver experiências com a música. No entanto, os sistemas de recomendação são fortes influenciadores na cultura contemporânea. Simone Sá (2009, p. 1), em artigo publicado na Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação / E-compós, reflete sobre a realidade:

Sistemas de recomendação são, pois, exatamente aquilo que a expressão sugere. Definidos de maneira simples, tratam-se de softwares, também chamados de agentes inteligentes, que tentam antecipar os interesses do consumidor no ambiente digital e prever seus gostos, a fim de recomendar novos produtos.

Diferentemente do que ocorria com o download, em que o arquivo era armazenado em seu computador, o streaming tem uma logística contrária, ao invés de armazenar o conteúdo no disco rígido do usuário, o streaming transmite os dados. Fazendo com que a informação possa ser transportada em diversas arquiteturas, como por exemplo, o YouTube¹⁴. O jornalista do jornal Zero Hora, Gustavo Brigatti (ONLINE, 2013), reforça que o streaming:

É um formato de distribuição de conteúdo multimídia que dispensa o download de arquivos. Em vez de baixar uma música e guardá-la no aparelho, o usuário ouve a música em tempo real como se fosse uma transmissão de rádio - porém, por meio de uma conexão com internet. No caso das empresas que oferecem serviços de streaming, como o Deezer e Spotify, o catálogo musical é amplo e disponível para audição de acordo com o tipo de assinatura do usuário.

¹⁴ Rede que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital, além de ser um canal que hospeda uma grande variedade de filmes, videoclipes e materiais caseiros.



Por conta desse formato de distribuição de música, o aumento dos serviços de streaming fez com que o comércio de música digital em formato MP3 sofresse uma baixa de 2,3%, paulatinamente, a venda de CDs decresceu numa média de 14,2%. De acordo com a Nielsen SoundScan, sistema de informação criado por Mike Fine e Mike Shalett, que faz todos os levantamentos de vendas de música e vídeo em todo os Estados Unidos, o iPod registrou queda de 32% nas vendas no último trimestre, sendo um dos maiores representantes da revolução digital, principalmente, no que se refere a prática de escuta.

Tal crescimento só vem posicionar o streaming numa condição favorável, já que é notório o número de pessoas que vêm se utilizando dessas plataformas como práticas frequentes de consumo de música. Dessa forma, o jornalista do O Globo, Carlos Albuquerque (ONLINE, 2014), argumenta sobre o aumento de sites de música em streaming e sobre seu consumo:

O consumo de música mudou totalmente com a revolução digital. Vivemos a era do fluxo — diz o francês Mathieu Le Roux, diretor-geral da Deezer para a América Latina. Antigamente, o artista vendia o direito de copiar seu trabalho para uma empresa, no caso, as gravadoras, que prensavam seus discos e os vendiam. Com o avanço digital, todo mundo teve capacidade de copiar também. A pirataria veio junto, e aquele modelo deixou de funcionar. Assim, tivemos todos que nos reinventar. E o streaming representa uma forma de ultrapassar a pirataria com uma oferta melhor. Com ele, o público ganha porque pode ouvir e compartilhar música de forma legal. E o artista também ganha porque recebe um valor por um tempo indeterminado.

É fato de que as pessoas sempre consumiram música, independente de qual equipamento ou meio. Mas o que ocorre na cultura contemporânea é o desafio de criar um novo hábito, entretanto, convenhamos que cada pessoa tem o seu tempo e o processo de adaptação também. Porém, o diferencial do streaming é que ele oferece diversas possibilidades. Uma delas é o contato com o público, já que o sistema também atua como uma rede social. Assim, os usuários podem compartilhar seleções de músicas com seus amigos, fazer busca por gêneros e taggings. A pesquisadora, Sá (2009, p. 2), reitera que:

É inegável que toda a cadeia de produção, circulação e consumo da música foi afetada pelas tecnologias surgidas a partir da cibercultura. Para os produtores e músicos, o avanço e barateamento das tecnologias de produção tornou possível a gravação de um disco caseiro, feito inteiramente num home studio, com mais recursos e, ao mesmo tempo gastos dez vezes menores do que os álbuns de Pink Floyd, Beatles ou Rolling Stones da década de 70. Aliados ao desenvolvimento da rede internet, do MP3, de programas de troca de música e de players, armazenamento e distribuição não são mais problema, permitindo potencialmente, a aproximação de produtores e consumidores.

Vale levar em consideração que existem ferramentas como Artist Program, que permite que o artista receba um valor determinado quando qualquer usuário se associa em algumas das plataformas de streaming por conta de sua obra. Um bom exemplo disso é a Rdio - que é uma jukebox social com milhões de músicas para descobrir, tocar e compartilhar e que contribui



para o fortalecimento de artistas.


Nessa perspectiva, percebe-se que as possibilidades de interação e de consumo musical ampliaram-se exponencialmente nos últimos anos, que por sua vez criaram um novo mercado forte e carregado de ferramentas. Não é mais surpresa encontrar discografias disponibilizadas na internet, basta pesquisar em alguma plataforma de música, inserir nome do artista ou banda. Sem contar que gradativamente novos artistas são apresentados por meio de redes sociais de vídeos compartilhados ou recomendações. A pesquisadora, Castro (2007, p.59), argumenta que todo esse processo de evolução em relação ao consumo da música e as mais diversas formas de escuta, têm resultados positivos, pois grande parte de seu público são “jovens internautas interessados em música, fossem eles músicos ou fãs, rapidamente fizeram do ciberespaço um reservatório de música diversificada e, acima de tudo, gratuita”.

O hábito de ouvir música em streaming - execução online - está ganhando espaço em todo o mundo. Podemos aqui enumerar pontos que aperfeiçoam essas novas formas de consumo da música, isto é, a qualidade do som, a recomendação de artistas de estilos ou gêneros semelhantes, os gostos musicais, e a interação que ocorre entre os usuários. Um dos maiores serviços de streaming do mundo, o Spotify está disponível no Brasil e vem reconfigurando toda uma prática de consumo da música, principalmente, por possuir um sistema de recomendação, fazendo com que os usuários conheçam artistas ou bandas que possuem estilos e gêneros semelhantes.

ESTRATÉGIAS DE RECOMENDAÇÃO MUSICAL E DINÂMICAS DE SOCIABILIDADE NO SPOTIFY

O Spotify chegou definitivamente em território brasileiro no mês de maio de 2014. Antes mesmo de ser totalmente autorizado no país, a empresa já vinha liberando acesso para alguns brasileiros que já podiam usufruir do mecanismo. Com seus serviços disponibilizados para qualquer interessado, o essencial é entender como funciona a plataforma e quais as principais ferramentas para obter uma melhor experiência de consumo.

O Spotify é um programa que utiliza o sistema streaming a fim de reunir milhões de músicas, que estão disponíveis para o usuário escutar quando desejar, via internet, sem a necessidade de fazer download, com todo seu processo de funcionamento na legalidade. Entre os questionamentos mais frequentes estão como ocorre a distribuição da música nesse novo aplicativo e quais as parcerias que podem ser estabelecidas entre artistas e gravadores. Pois



bem, o Spotify fecha acordos com gravadoras e distribuidoras, para que possa iniciar a distribuição, em seguida remunera de acordo com o acesso que os usuários fazem das faixas dos álbuns de seus artistas, um trabalho que tem retorno para as gravadoras e artistas, diferentemente dos antigos downloads.


Os consumidores do programa têm duas possibilidades de utilizá-los, o primeiro deles é ouvir tudo de graça, mas com a condição de ser interrompido por anúncios durante o seu uso. Caso não tenha interesse de ser retido, o consumidor pode assinar o serviço, esta opção torna-se paga, pois além de evitar as propagandas, os usuários podem baixar suas músicas preferidas e ouvi-las mesmo que estejam no modo offline. Em entrevista a Folha de São Paulo, o diretor do Spotify, Gary Liu, afirmou que o programa só demorou de chegar ao Brasil pela necessidade que a empresa tem de só lançá-lo assim que tivesse um bom catálogo de músicas populares:

O serviço só foi lançado depois que um número suficiente de canções consideradas populares estavam disponíveis no aplicativo. Apesar disso, admite que ainda há determinados tipos de música brasileira que não fazem parte do acervo do serviço (SILVEIRA, ONLINE, 2014).

Mesmo sabendo que o Spotify ainda não possui um número satisfatório de canções brasileiras, o aplicativo já vem sendo alcançando sucesso local, especialmente por meio de uma de suas principais ferramentas, o serviço de recomendação. É só fazermos uma busca, em relação ao gênero musical tecnobrega, por exemplo, que uma lista de artistas relacionados ao estilo é recomendada. Esse processo de recomendação não é só por conta do gênero, vai além, ele se preocupa em apresentar outros semelhantes. Por exemplo, o tecnobrega é um gênero musical nascido na periferia, logo o sistema entende que se o consumidor tem preferência por tal sonoridade, poderá gostar também de funk, brega, entre outros gêneros reconhecidos como “música eletrônica popular brasileira” (SÁ, 2007. p. 3). Programas como esse podem ser um novo modelo de rádio online, onde o próprio usuário faz sua playlist de acordo com seu gosto musical. Assim, a pesquisadora também alerta que:

Interatividade e customização são, como sempre, no mundo digital, as categorias centrais do discurso dos desenvolvedores desses serviços, que prometem assim algo “a mais” em relação às mídias tradicionais para as diferentes partes envolvidas no processo. Por um lado, os novos artistas, músicos e produtores terão seu trabalho apresentado “às pessoas certas”. Por outro, os consumidores encontrarão também a música – em especial a nova música – que gostariam de ouvir (SÁ, 2009, p. 2)

É interessante perceber que existem funções nos aplicativos que funcionam para as mais distintas especificidades. No Spotify, podemos encontrar várias possibilidades de pesquisa, tendo funcionalidades que nos ajudarão a encontrar uma música favorita, assim como nos recomendar novos artistas que podem fazer parte de nosso repertório musical. Essas negociações entre música e classificação, estilos e gêneros fazem parte da dinâmica



mercadológica que a indústria da música fornece. Essa situação é discutida pela pesquisadora Adriana Amaral (2010, p. 147) que afirma que nos meios digitais a classificação de gêneros musicais e a recomendação ainda é mais forte:


A categorização, classificação e colecionismo indicados através da preocupação com a variedade de tags coletadas a partir dos estilos musicais, contribuindo para análises, dos usos e formas de colecionismo de música on-line (...). Tais práticas são amplificadas pela infraestrutura e pelo ambiente das plataformas.

Em síntese, a dimensão e diversidade do catálogo de artistas presentes numa listade programas de streaming fazem com que seu serviço seja muito útil quando sepretende descobrir música nova e construir relações com outros ouvintes, já que a plataforma permite tal interação, sendo também um tipo de rede social. Para um melhor aproveitamento do serviço é preciso conhecer as ferramentas que auxiliam a filtrar o imenso catálogo musical que cada programa disponibiliza.

Ao todo são oito ferramentas que o Spotify concede aos seus ouvintes para que encontre os artistas preferidos, as músicas mais tocadas, as recomendações de gêneros semelhantes e de novos artistas. Todas elas apresentam vantagens e desvantagens. Um dos métodos de busca é o separador de **Artistas Relacionados**, que tem como objetivo unir toda a rede de artistas, pela qual podemos descobrir música e encontrar todos os artistas que tiverem alguma relação musical. No entanto, essa ferramenta pode não funcionar totalmente, uma vez que as relações feitas pelo programa podem não coincidir com o que procuramos.

O próximo item de busca é o **Descobrir**, responsável por apresentar ao usuário várias opções de escuta tendo por base o seu histórico de utilização. Artistas, álbuns e músicas relacionadas com as que ouvimos anteriormente, críticas a álbuns, novos lançamentos, músicas dos seguidores, tudo isso faz parte dessa ferramenta que possibilita conhecer um maior número de músicas. Esses novos aplicativos moldam tanto nossa escuta que seu sistema é programado para nos lembrar sobre artistas que já não escutamos há algum tempo. Outra forma de achar músicas é o **App Finder**, que possui uma série de aplicações que servem para fazer busca em diferentes categorias como: Tunigo, Playlists.net e o Lazify. Porém, tais aplicativos só são encontrados para quem for usar o Spotify no computador, já que não estão disponíveis para os smartphones e tablets.

A ferramenta **Pesquisar playlists** é encontrada dentro do programa que apresenta aos usuários listas prontas com estilos musicais parecidos e coletâneas. Além disso, cada pessoa que utiliza o programa pode fazer a sua playlist e os demais seguidores podem ter acesso a elas. Como não tem recomendação sobre a playlist, normalmente o usuário é pego de surpresa em



relação às músicas que estão na lista. Outro elemento, o **Rádio**, permite escutar tanto música de um gênero musical quanto de combinar os demais estilos. O aplicativo pode ser ajustado de acordo com as preferências do utilizador, mas acaba ficando somente nas já conhecidas, não oferecendo recomendações como os demais.

A opção **Seguidores**, por sua vez, exibe as músicas que outros usuários estão escutando, serve para descobrir novidades musicais e aumentar seu repertório. Nesse formato podem ser seguidos amigos, músicos, bandas, jornalistas, entre outros. Em **Pesquisar por editora** é possível encontrar artistas associados a uma determinada gravadora, a exemplo da Universal, da Sony Music e da Som Livre. O problema dessa ferramenta é que o usuário fica preso somente em conhecer o que a editora produz. Por último, as **Top Lists** indicam quais os álbuns e quais as músicas mais ouvidas no Spotify por país. Todavia, o que é sucesso em um país pode tornar-se também no outro, principalmente, em relação à cultura pop.


CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após esse breve debate, o que chama nossa atenção é a lógica de classificação desses sistemas, a forma como eles contribuem para o consumo de música e como estabelecem critérios para eleger as semelhanças musicais e vínculos entre os ouvintes.

É notório que recomendação sempre esteve presente no cotidiano das pessoas, indicação de um disco, artista, de um filme feito através de um amigo, de um jornal, ou seja, sempre existiu alguma forma de recomendação. No entanto, é em relação aos softwares que percebemos que esta dinâmica vem modificando todo um consumo de produtos culturais, neste caso a música. Sá (2009, p 7), diz que essa recomendação é feita:

Através de recursos que solicitam ao usuário classificar se gosta ou não da música que está ouvindo, seja através do rastreamento do perfil do usuário a partir de comportamentos prévios⁴ ou da análise das tags utilizadas, o sistema coleta, armazena e cruza informações que serão usadas para futuras indicações. Estas, por sua vez, tornam-se cada vez mais precisas e confiáveis, uma vez que se baseiam nos próprios gostos do consumidor.

Contudo, esses sistemas de recomendação têm certas limitações. Alguns métodos podem não funcionar como deveria, a colaboração na internet, por exemplo, depende muito se os usuários compartilham e se participam das redes colaborativas. No caso do Spotify é necessário que quem utilize o aplicativo crie sua playlist para que outros possam também compartilhar. Se os programas não se atualizarem frequentemente, as recomendações começam a serem repetidas, inviabilizando o sistema.



Para dar conta desses problemas, os processos de filtragens são fortemente utilizados, pois são baseados na análise de conteúdo, isto é, analisando a própria música. Pesquisa por tags, por instrumentos usados na canção e por mapeamento acerca da origem das músicas são pontos que funcionam para elaboração da filtragem. Percebe-se que os sistemas de recomendação são resultado da filtragem colaborativa fornecidas pelos usuários do aparelho com intuito de desenvolver uma arquitetura de gosto a partir da inserção dos dados sobre o seu perfil, deixando o sistema propício para reconhecer os gostos de cada usuário e assim fazer suas recomendações e iniciar um consumo cada vez mais acelerado e contínuo.

Nessa visão, podemos compreender que os sistemas de recomendação só funcionarão de fato se houver a participação dos usuários. É preciso que existam estratégias que façam os usuários participarem desse processo, fazendo suas playlists, postando tags e rotulando músicas. No entanto, é preciso saber que essa interatividade ela é uma atividade que contribui para um melhor desenvolvimento na recomendação de música, pois os usuários começam a participar ativamente nessas redes e fortalecendo a fruição e consumo da música digital.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A. **Práticas de fansourcing**: Estratégias de mobilização e curadoria musical nas plataformas musicais. In: SÁ, Simone (org). Rumos da Cultura da Música. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2010.

ALBUQUERQUE, C. **O novo fluxo da música**. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/o-novo-fluxo-da-musica-11404667>>. Acesso em: 20/07/2014


BRIGATTI, G. **Cresce o consumo do streaming, serviço de músicas por assinatura na internet**. 2013. Disponível em:

<<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2013/08/cresce-o-consumo-do-streaming-servico-de-musicas-por-assinatura-na-internet-4223776.html>>. Acesso em: 18/07/2014

CASTRO, Gisela G. S. . **Música na era das tribos de ciberouvintes**. Logos (Rio de Janeiro), Rio de Janeiro, v. 22, p. 45-58, 2005

FRITH, S. **Performing rites**: on the value of popular music. Cambridge/Massachusett: Havard University Press, 1998.

JANOTTI, J. J. **À Procura da batida perfeita**: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. Revista Eco-Pós. Rio de Janeiro, volume 06, n.02, 2003b, p. 31-46.



SÁ, S. M. A. P.. **Se você gosta de madonna também vai gostar de britney!** Ou não?! Gêneros, gosto e disputas simbólicas nos sistemas de recomendação musical. E-Compós (Brasília), v. 12, p. 1-18, 2009.

_____. **Funk carioca:** música eletrônica popular brasileira?!. E-Compós (Brasília), v. 10, p. 3, 2007

SILVEIRA, S. **Pirataria no brasil deve cair com o crescimento do spotify, diz a empresa.** 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/07/1488339-pirataria-no-brasil-deve-cair-com-o-crescimento-do-spotify-diz-empresa.shtml>>. Acesso em: 08/07/2014

CAPÍTULO 7

DOI: 10.47402/ed.ep.c20218346509

BROCHES, DOCUMENTOS SECRETOS E MEMÓRIAS AFETIVAS: OS INGREDIENTES DO “FOLHETIM ELETRÔNICO” *A DONA DO PEDAÇO*¹⁵

Rondinele Aparecido Ribeiro, Doutorando em Letras, UNESP/ASSIS
Luciana Brito, Doutora em Letras, UNESP/ASSIS, Professora do curso de Letras, UENP

RESUMO

O artigo analisa a telenovela *A Dona do Pedaço*, exibida em 2019 pela Rede Globo, e elege alguns expedientes tipicamente folhetinescos responsáveis pelo envolvimento sentimental do telespectador, como a estratégia de recorrer a objetos afetivos, documentos secretos e memórias afetivas para resolver um conflito instaurado na narrativa. Desse modo, o estudo confirma a tese de que o gênero, ainda que passe por algumas reconfigurações típicas do cenário perpassado por fluxos e trânsitos culturais, reafirma seus laços com a sua matriz cultural folhetinesca.


PALAVRAS-CHAVE: Telenovela. *A Dona do Pedaço*. Melodrama. Folhetim.

INTRODUÇÃO

O hábito de contar histórias constitui-se como uma necessidade inerente da humanidade e existe desde o momento em que o homem despertou sua capacidade para o ato de comunicar. O crítico literário Antonio Candido (2003) salienta que a narrativa se constitui como uma manifestação discursiva complexa capaz de edificar e humanizar o homem, sobretudo por possibilitar a experimentação de uma realidade, muitas vezes, alheia às experiências cotidianas. Com base nas ricas contribuições do estudioso, é preciso ressaltar que a necessidade da narração integra a experiência humana desde o momento em que assumiu a capacidade de representar o cotidiano.

Na contemporaneidade, o acesso à ficção conta com diversos suportes, dentre eles, a televisão. Veículo implantado oficialmente no Brasil em 1950 por Assis Chateaubriand, notabilizou-se por se constituir como um agente de promoção identitária, sobretudo por

¹⁵ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001




disseminar a identificação do telespectador consigo mesmo por meio de imagens calcadas num projeto de criação e de alimentação de uma comunidade imaginada. Essas informações, ainda que de forma breve, revelam que a televisão foi responsável pela ampliação significativa do dia-a-dia das pessoas, tornando possível a disseminação de informações, interligando povos, culturas e países. Enfim, foi responsável por uma profunda mudança nas relações sociais bem como na forma como o indivíduo se vê e se reconhece.

Inicialmente reconhecida como um artefato cultural inacessível por grande parte da população brasileira, como ressalta Esther Hamburger (2011), a televisão demorou para se constituir como um objeto popular no Brasil. “Embora introduzida relativamente cedo, a televisão demorou a se estabelecer como meio nacional. Em 1960, dez anos depois de inaugurada, ela podia ser vista em 4,6% do território nacional. Em 1991, a televisão já alcança 99% do território e 74% dos domicílios” (HAMBURGER, 2011, p. 64).

Ao analisar a programação televisiva, Arlindo Machado (2000) fornece um estudo bastante didático e funcional sobre os gêneros televisuais. O autor dividiu a programação televisiva em sete gêneros: as formas fundadas no diálogo, as narrativas seriadas, o telejornal, as transmissões ao vivo, a poesia televisual, o videoclipe e outras formas musicais. O pesquisador ainda destaca a preponderância de três formas principais de narrativas seriadas: “é o caso dos teledramas, telenovelas e de alguns tipos de séries ou minisséries” (MACHADO, 2000, p. 84). Dentre os vários gêneros televisuais apontados pelo estudioso como recorrentes na grade da televisão, a importância assumida pela telenovela merece algumas considerações.

Parte do fascínio exercido por essa narrativa na sociedade está atrelada ao vínculo que o gênero mantém com a tradição oral. Nesse sentido, a telenovela pode ser vista como uma narrativa ancorada na presença de uma oralidade secundária, que se molda nos dispositivos midiáticos responsáveis pela alimentação do imaginário social. O “folhetim eletrônico”, como designa parcela significativa da crítica, tem mais de meio século de existência. Em termos comerciais, essa narrativa consolidou-se no país como o gênero de ficção seriada mais importante da televisão brasileira, sobretudo pelo fato de responder pela larga margem de lucro obtida por meio da exportação de roteiros e do próprio produto. Assim, ao observar essa peculiaridade do gênero, é preciso situá-lo no contexto marcado pela preponderância de uma cultura imagética e da consolidação da indústria cultural.

Em termos gerais, essa narrativa apresenta uma fórmula herdada da longa tradição de contar histórias, além da assimilação de técnicas de narrativas massivas oriundas do folhetim,




do melodrama, da *soap opera* e da radionovela. A partir dessas considerações iniciais, o artigo analisa a telenovela *A Dona do Pedaço*, exibida em 2019 pela Rede Globo de Comunicação no horário das 21 horas, e elege algumas situações tipicamente folhetinescas empregadas para promover o encantamento do público e, conseqüentemente, obter o aumento expressivo da audiência. Assim, o estudo tece considerações acerca dos expedientes estruturais folhetinescos, como a adoção do gancho, as peripécias, os amores impossíveis, as situações inverossímeis capazes de evidenciar a forte presença de esquematismos evasivos, que foram incorporados pela teledramaturgia brasileira. Tais características, temperadas com situações predominantemente melodramáticas associadas ao emprego de elementos responsáveis por envolver sentimentalmente o receptor, garantem a identificação do público com o enredo, além da continuação do hábito de consumo seriado de histórias parceladas.

O “FOLHETIM ELETRÔNICO” *A DONA DO PEDAÇO*

Para compreender melhor o surgimento, a configuração e a consolidação da telenovela no Brasil, muito bem alicerçada em *A Dona do Pedaço*, é importante tecer algumas considerações acerca do folhetim, uma das matrizes desse gênero. Ao situar o contexto de surgimento da narrativa folhetinesca, Marcelo Bulhões (2009) salienta que esse gênero da cultura de massa integra o surgimento de uma cultura de entretenimento notoriamente vinculada a enredos maniqueístas perpassados por uma estrutura repleta de ações, peripécias e reviravoltas, mas sempre interrompidas nos maiores momentos de tensão, efetivando, desse modo, a estratégia do gancho narrativo como um elemento basilar dessas histórias.

Valendo-se da fórmula “continua no dia seguinte”, tais narrativas se consagraram por conseguirem envolver sentimentalmente o público leitor nos enredos. Ao estudar as configurações dessa narrativa publicada nos rodapés dos jornais, a crítica Marlyse Meyer (2005) apresenta os contornos iniciais dessa narrativa: “De início, ou seja, começo do século XIX, le feuilleton designa um lugar preciso do jornal: o rez-de-chaussée – rés-do-chão, rodapé – geralmente o da primeira página. Tinha uma finalidade precisa: era um espaço vazio destinado ao entretenimento”.

Como destaca Meyer (2005), o papel ocupado pelo folhetim no jornal se reconfigurou:




Brotou assim, de puras necessidades jornalísticas, uma nova forma de ficção, um gênero novo de romance: o indigitado, nefando, perigoso, muito amado, indispensável folhetim folhetinesco de Eugène Sue, Alexandre Dumas pai, Soulié, Paul Féval, Ponsul du Terrail, Montépin etc. etc (MEYER, 2005, p. 59).

O sucesso dessa modalidade literária foi tão grande que, no ano de 1840, o folhetim já estava estabelecido como importante gênero de ficção seriada, ainda que a crítica lhe atribuísse a denominação de subliteratura. Prova desse sucesso remonta ao fato de grandes escritores franceses passarem a ser disputados pelos jornais. Vale acrescentar que esse fenômeno cultural alastrou-se por toda a Europa. Em solo brasileiro, o primeiro romance de autoria nacional só foi publicado em 1843 por Teixeira e Souza, todavia o primeiro romance-folhetim publicado em solo brasileiro foi O Capitão Paulo, do escritor Alexandre Dumas, que fora publicado no Jornal do Comércio em 1838. José Roberto Sadek (2008) credita ao folhetim a particularidade de estar associado à criação de um público leitor. Cabe salientar que essa narrativa trançada passa a fazer parte do cotidiano brasileiro no momento em que o país está se formando enquanto nação.

Ângela Aparecida Batista Conversani e Altamir Botoso (2010) apresentam uma particularidade sobre a publicação de histórias parceladas no jornal. Como, no país, a ausência de atividade tipográfica foi responsável pelos escritores brasileiros recorrerem ao jornal como forma de divulgação de suas histórias, desenvolveu-se uma forma de narrativa diferente daquela iniciada na Europa. “Autores como José de Alencar, Joaquim Manuel de Macedo, Manuel Antonio de Almeida, Machado de Assis escreveram romances e os publicaram sob a forma de folhetim em jornais da época” (CONVERSANI; BOTOSO, 2010, p. 47).

De modo mais pontual, os folhetins passaram a empregar vários recursos para garantir o sucesso de vendas, dentre eles, o suspense e a redundância. O primeiro tinha como marca principal o emprego do gancho como estratégia responsável por envolver sentimentalmente o leitor no enredo, despertando-lhe o interesse em continuar lendo a continuação da história publicada de forma parcelada; o segundo, por sua vez, consistia no emprego de aspectos redundantes, responsáveis pela recapitulação da trama pelo receptor.

Nos primórdios da exibição da programação televisiva brasileira, a telenovela era concebida pela crítica como um produto menor. Os textos eram de origem estrangeira, a exibição não era diária, o formato era ao vivo, contava com recursos cênicos bastante precários, além de ser marcada pela preponderância da essência melodramática em que situações evasivas e inverossímeis eram encenadas por meio de diálogos bastante formais.




No cenário perpassado pela exacerbação da imagem, a estrutura folhetinesca migrou para outros gêneros da ficção seriada. Com a implantação da televisão no Brasil em 1950, essa estrutura metamorfoseou-se e migrou do suporte impresso para o audiovisual. A estudiosa Marlyse Meyer (2005, p. 417) assinala a vinculação da telenovela ao folhetim. Nas palavras da autora: “O folhetim haveria de se metamorfosear noutros gêneros, em função de novos veículos, com espantoso alargamento de público. Entre eles, o gênero que parece tipicamente latinoamericano, a grande narrativa de nossos dias, a telenovela”.

Se nos primórdios a telenovela se caracterizava pelo caráter exclusivamente melodramático, como muito bem destaca a pesquisadora Maria Aparecida Baccega (2013), a partir do final dos anos 1960, com a exibição de *Beto Rockfeller*, pela TV Tupi, o gênero adquiriu contornos mais realistas. Nesse processo de reconfiguração, os fortes traços melodramáticos constitutivos do gênero foram conjugados às tramas representativas do país. Considerada um marco na história do gênero no país pelo fato de ter mostrado uma ficção com tintas calcadas no universo contemporâneo das grandes cidades, *Beto Rockfeller* é apontada pelos estudiosos como um marco da história da teledramaturgia nacional por impor fortes mudanças na estrutura do gênero.

No campo técnico, por exemplo, essa telenovela contou com um bom número de gravações externas. Outra renovação implementada relaciona-se à mudança de linguagem, que abandonou os traços notoriamente melodramáticos para incorporar uma linguagem mais coloquial. A partir dessas inovações, o gênero adquiriu uma nova roupagem. Desse modo, temáticas relacionadas à política e à revolução de costumes passaram a ser incluídas nas narrativas teleficcionais numa clara alusão ao sentido de propagar a imagem de um país que se modernizava e que abandonava sua vocação meramente agrária. Ademais, vinculada ao processo de transmutação da linguagem, a telenovela passou por várias etapas até sua configuração atual, marcada pela preservação da estrutura folhetinesca e por mecanismos de renovações temáticas acentuadas pela incorporação de nuances contemporâneas sob a forte imposição de um modelo industrial responsável pelo sucesso comercial do gênero.

Escrita por Walcyr Carrasco, com direção artística de Amora Mautner, a telenovela *A Dona do Pedaço* foi exibida em 2019 pela Rede Globo de Comunicação no horário das 21 horas. Em termos gerais, essa narrativa audiovisual comprovou que o receptor, mesmo inserido num cenário de grandes mutações culturais, ainda consome a produção televisual, embora não precise esperar mais para ter acesso aos capítulos diários. Dessa forma, a potencialidade mostrada pelo gênero contraria os prognósticos pessimistas de parcela da crítica, que anuncia a




morte das narrativas televisuais. Divergindo dessa previsão, o gênero mostra sua vitalidade nesse cenário acentuado por fluxos de conteúdo, sem, contudo, abandonar sua essência calcada na tradição milenar temperada com os traços folhetinescos, responsáveis por ditar a base estrutural do gênero televisivo.

Divulgada como uma narrativa criada para destacar o empoderamento feminino, *A Dona do Pedaco* abordou a trajetória da personagem Maria da Paz, interpretada pela atriz Juliana Paes. Personagem humilde, a jovem moradora da cidade fictícia de Rio Vermelho, localizada no Espírito Santo, integra uma família de matadores profissionais e acaba se apaixonando pelo jovem Amadeu, interpretado por Marcos Palmeira, membro da família rival. Pela apresentação inicial, já se percebe claramente a típica base folhetinesca centrada numa relação amorosa impossível, de modo que a preservação dessa característica pode ser explicada pelo processo de sincronização de linguagem desencadeado pelo avanço técnico responsável pela migração, extinção e reconfiguração de gêneros.

É importante acrescentar que a literatura sempre funcionou como fonte para as narrativas audiovisuais. No caso do “folhetim eletrônico” exibido pela Rede Globo, essa particularidade se evidencia pela adoção de um casal impossibilitado de se relacionar devido aos impedimentos de ordem familiar, que, evidentemente, recicla a temática amorosa presente em obras clássicas como *Romeu e Julieta* e *Amor de Perdição*, além, é claro, de dialogar com todas as narrativas que a antecederam e com todas as outras produções que ainda serão criadas. Desse modo, é bastante perceptível a presença da estrutura folhetinesca e melodramática na telenovela, sobretudo pela essência do gênero se fundamentar no primado de sentimento em que amores impossíveis ditam a tônica do enredo, mesmo no modelo contemporâneo marcado por traços ditos realistas.

Em *A Dona do Pedaco*, a personagem protagonista, Maria da Paz, mantém o hábito de acompanhar a rotina da avó nos afazeres domésticos e aprende a fazer bolos com a matriarca, tarefa que será responsável pelo sucesso profissional da personagem no decorrer da trama. Maria da Paz e Amadeu se conhecem durante um passeio a cavalo e se apaixonam. Impedidos de viver o relacionamento devido à rivalidade entre as famílias, os jovens propõem um pacto para celebrarem o casamento. Como é típico da estrutura folhetinesca, a felicidade é momentânea, já que o noivo sofre um atentado no altar, aspecto que desencadeia a série de conflitos que a personagem deve enfrentar até conquistar seu final feliz.




É perceptível, por meio desses traços iniciais, a vinculação da telenovela à herança folhetinesca. A estudiosa Maria Aparecida Baccega (2013), ao aludir a essa peculiaridade da telenovela, salienta:

A ficção televisiva seriada continua a ser um dos programas de maior audiência em nossa televisão, estabelece os parâmetros da história de amor impossível, aliada à eterna luta entre o bem e o mal. Logo nos primeiros capítulos. Depois, ela se desenvolverá a partir do contexto social, respeitando-se tempo e espaço históricos da sociedade. A narrativa dos grandes temas do cotidiano permeia toda a televisão, sobretudo a telenovela. Nas telenovelas eles são alçados à condição de elementos do universo ficcional. São verossímeis de acordo com aquela cultura. Sem eles não haveria como manter-se no ar uma telenovela, por exemplo, por seis ou oito meses, como é o caso brasileiro (BACCEGA, 2013, p. 42).

Depois de apresentadas as bases folhetinescas, é preciso destacar que essa estrutura associada aos conflitos entre as personagens é decisiva para o sucesso de audiência, haja vista que o entrelaçamento das peripécias ligado aos expedientes melodramáticos é responsável para o envolvimento emocional do público. Em *A Dona do Pedaço*, os elementos causadores das tensões foram amplamente empregados, muitas vezes, sem a preocupação com os excessos e situações inverossímeis. Sobressaem na telenovela analisada três situações notoriamente folhetinescas: a presença de objetos empregados com a finalidade de reavivar a memória das personagens e provocar a resolução do conflito, o resgate da memória afetiva e o surgimento de documentos secretos que desencadearam reviravoltas na trama.

Dentre a série de tragédias envolvendo a família de Maria da Paz, é preciso situar o assassinato de sua irmã. Uma das sobrinhas da protagonista consegue fugir, é encontrada por um casal rico e logo é adotada. Na transição temporal, a personagem Virgínia, interpretada por Paolla Oliveira, torna-se uma influencer digital. Enquanto isso, a outra irmã é levada para um convento. Separada da família, Fabiana, interpretada por Nathalia Dill, é apresentada como uma freira angelical e dedicada, mas, quando vê, pela televisão, que Vivi Guedes estava usando um broche, percebe que elas são irmãs, porque se trata do adorno idêntico dado pela bisavó.

A partir desse momento, resolve abandonar os votos e procura se aproximar da família da irmã para obter vantagem. Seus traços angelicais e humanos são alterados e a personagem revela atitudes movidas pelo sentimento de inveja e de ascensão social, expedientes bastante comuns na teledramaturgia herdados da matriz folhetinesca permeada pela essência melodramática. Após demonstrar perversidade e provocar situações responsáveis para que a irmã entrasse em conflito com o noivo, Fabiana é demitida. Enquanto se prepara para sair da casa, pensa em uma forma de reverter a situação. Decide usar o amuleto de infância e, com a desculpa de que iria se despedir, reaparece na frente da irmã.



Vivi: Onde é que você achou o meu amuleto?

Fabiana: Eu fui deixada num convento, as freiras me criaram. Esse amuleto é tudo que me resta de minha família. Foi minha bisavó que me deu... para mim e para minha irmã, quando eu era criança...

Vivi: Igual o meu. Fabiana... você é minha irmã! (GSHOW, 2019).

Fabiana se porta como uma legítima vilã do estilo melodramático. Incorporado pela narrativa televisiva, o melodrama mostra-se com uma plasticidade associada às estratégias da indústria cultural, que revitaliza enredos, imprimindo-lhes capas de modernidade. Sobre essa estética, os estudiosos Cristina Brandão e Guilherme Fernandes (2015) salientam: “A espetacularização da vida, típica do melodrama teatral, expandiu-se para o cinema e para a televisão. Os enredos das telenovelas são trabalhados com esmero para sensibilizar o telespectador a cada desfecho, a cada nova situação surpreendente” (BRANDÃO; FERNANDES, 2015, p. 47).


Em *A Dona do Pedaço*, as ações ligadas à vilania foram desencadeadas por Fabiana (Nathalia Dill) e Josiane (Agatha Moreira), personagem que arquiteta a derrocada da mãe, deixando-a na miséria. Por meio de chantagens e trapagens, envolvendo Agno, interpretado por Malvino Salvador, Fabiana consegue se tornar rica. Em um estudo acerca das configurações da personagem feminina na telenovela, as estudiosas Rosita Hummell e Celina Alvetti (2007) salientam que o papel da personagem vilã, na contemporaneidade, extrapola a função meramente secular ligada à oposição ao protagonista.

Na telenovela, dadas as peculiaridades de uma narrativa responsável por uma integração sentimental do telespectador a uma comunidade imaginada, a vilania possibilita a discussão de temáticas associadas ao domínio do ético e da moralidade na sociedade com uma tendência a reafirmar valores já arraigados. Para as autoras, as telenovelas passaram a empregar “vilãs com traços bem demarcados, movidas por egoísmo, vaidade, desejo de vingança, questões que o senso comum tende a associar ao feminino” (HUMMELL; ALVETTI, 2007, p. 257).

Brandão e Fernandes (2015) fornecem elementos sólidos sobre a apresentação dos traços da vilania feminina na telenovela:

1) São mulheres e não homens que protagonizam a vilania em confronto com o ator/atriz principal; 2) Ações típicas: mentir, trapacear, manipular, trair; 3) Objetivo: dinheiro e poder; 4) São belas e sedutoras; e 5) Agem com requintes de banditismo: manipulam armas, planejam sequestros, roubos e assassinatos (BRANDÃO; FERNANDES, 2015, p. 55).

A recorrência da memória afetiva é outro artifício notoriamente associado aos traços folhetinescos a que a telenovela recorreu como elemento responsável para solucionar o dilema da sobrinha desaparecida da protagonista. Maria da Paz participou de um *reality show* na



tentativa de ser a ganhadora do programa e, assim, conseguir resolver sua situação financeira, uma vez que havia perdido a fábrica para sua filha, que, posteriormente, foi obrigada a vender para Fabiana, que utilizou de suas astúcias para se apoderar da fábrica de bolos. Na última prova do programa, a tarefa era apresentar um bolo de aniversário.

A protagonista resolve preparar o bolo de aniversário que aprendeu com a avó, Dulce, interpretada por Fernanda Montenegro. fizeram na festa de aniversário de Vivi e Fabiana quando eram crianças. Quando provou o bolo, a jurada se lembrou de cenas da infância:

Vivi: - Eu lembro. Minha mãe, minha irmã.... Eu não posso continuar. Estou muito emocionada. Eu não posso continuar. Me ajudem, eu estou sem ar. Eu tenho que sair daqui. Me ajudem (GSHOW, 2019).

Após passar mal, a jurada procura Maria da Paz:

Vivi: - Ontem, quando você fez o bolo de aniversário, eu botei na boca, eu senti um gosto de infância.


Maria da Paz: - Gosto de infância?

Vivi: - Veio a recordação de um aniversário, há tanto, tanto tempo atrás. Dizem que o sabor de um doce que a gente comeu quando criança traz de volta aquele sentimento de afeto, de amor, que a gente sentia quando criança. E seu bolo de aniversário me fez ser menina de novo.

Maria da Paz: - Eu estou emocionada, mas não entendo. Aquela foi uma receita que minha avó me ensinou. Eu fazia nos aniversários da minha família (GSHOW, 2019).

O trecho fortemente perpassado pelo tom melodramático, além de revelar a plasticidade da estrutura típica da trama seriada incorporada pelas narrativas audiovisuais, apresenta a projeção de sentimentos, responsável por difundir uma visão esquemática em que a integração sentimental do público, sob certa capa da modernidade, é estimulada por valores maniqueístas com a finalidade de obter índices de audiências mais expressivos.

Avançando nas tessituras acerca dos expedientes folhetinescos a que a telenovela recorreu, é importante situar o retardamento das ações responsável para a recuperação da pasta com os documentos necessários para a protagonista recuperar sua fábrica. Devido à perda de memória de Antero, interpretado por Ary Fontoura, que havia redigido um documento que anulava a venda da fábrica, a pasta acaba parando na academia frequentada por boa parte das personagens. Depois de um longo período e muitas reviravoltas na trama, descobre-se que a pasta está com a mãe adotiva de Vivi Guedes. A influencer digital conta a novidade para Maria da Paz e explica que o documento estava com a mãe durante todo o tempo. A personal trainer da academia quis vender um suplemento para a mãe de Vivi e colocou o material impresso na pasta. A mãe de Vivi Guedes não leu o material e, por isso, nem desconfiava de que o tão procurado documento estava na pasta.



Depois de atestada a veracidade do documento, Maria da Paz e Amadeu vão até a fábrica para comunicar o fato à vilã:

Fabiana: - Que é isso? Vai entrando, como se fosse sua casa? Marcou hora? Não marcou, se tivesse marcado eu saberia. Faça o favor. Se quer falar comigo, saia daqui e marque hora, Maria da Paz.

Maria da Paz: - Não vou marcar hora na minha própria fábrica.

Fabiana: - Sua fábrica, ainda continua com essa ilusão?

Maria da Paz: - A Bolos da Paz é minha, Fabiana. E eu achei o documento que me devolve a posse da fábrica (GSHOW, 2019).


Sobressaem, na cena descrita, mais uma vez, aspectos tipicamente perpassados pela presença de aspectos folhetinescos acentuados pelo tom melodramático da cena, que se reveste de significados maniqueístas, sobretudo por sinalizar a reviravolta na trama, reverberando a vitória do bem em detrimento do mal. Como se pode perceber, em *A Dona do Pedaço*, as situações melodramáticas aliadas à estrutura folhetinesca foram os ingredientes responsáveis para atingir o público, alimentando suas projeções e reafirmando valores considerados éticos envoltos numa verdadeira pedagogia sentimental em que broches, documentos secretos e memórias afetivas foram expedientes empregados para contar a história.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tratamento conferido ao gênero pela Rede Globo de Comunicação constitui-se um exemplo fértil do forte vínculo que a telenovela mantém com o mercado. A emissora encontrou no gênero uma forma expressiva de obter lucro com a inserção de *merchandising* e a comercialização das narrativas exportadas para inúmeros países. Desse modo, a narrativa televisual se vincula à existência da forte mediação do mercado como um elemento que perpassa as relações existentes no modo como o gênero é pensado, veiculado e comercializado.

É importante destacar que o modelo de consumo da narrativa audiovisual televisiva, representado neste trabalho pelo gênero telenovela, reconfigurou-se devido aos novos formatos de veiculação notabilizados pelas plataformas de *streaming*, em que a oferta de ficção não é mais fatiada. Desse modo, o telespectador tem acesso a suas histórias em qualquer lugar, a qualquer momento, além de poder ter o controle de quantos capítulos quer assistir.

Essa peculiaridade, pode-se dizer, torna o gênero tão singular no Brasil. Com efeito, a narrativa televisual tornou-se uma poderosa narrativa de entretenimento e reflexão sobre os dilemas enfrentados pela sociedade, sobretudo por contar com elementos que instauram o sentido de pertencimento e de participação do sujeito. A partir de sua origem folhetinesca e mecanismos de transformação ao longo dos tempos, o gênero ganhou fôlego na cultura



brasileira e continua provando seu poder de alimentação do imaginário brasileiro por meio de sucessos como *A Dona do Pedaço*, alvo de investigação do presente artigo.

Se não há mais a necessidade de se reunir em torno dos serões de leitura para ter um momento de devaneio, os tempos notoriamente perpassados pela globalização e seus meandros típicos do cenário caracterizado pela convergência midiática apontam perspectivas inovadoras sobre a veiculação de histórias. Vista dessa forma, a telenovela apresenta-se sob certa capa da modernidade mesclada a nuances melodramáticas e expediente tipicamente folhetinescos para continuar envolvendo o público nos romances da teleficção. Ainda que passe por algumas reconfigurações típicas da cena contemporânea, o folhetim eletrônico reafirma sua vitalidade, dando provas de que as presunções pessimistas que anunciam sua morte estão equivocadas. Ademais, enquanto a chama da necessidade de acesso à ficção se mantiver viva no ideário da sociedade, o gênero continuará envolvendo o telespectador.

REFERÊNCIAS

BACCEGA, Maria Aparecida. Resignificação e atualização das categorias de análise da “ficção impressa” como um dos caminhos de estudo da narrativa teleficcional. In: BACCEGA, Maria Aparecida; OROFINO, Maria Isabel. (Org.). Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos. São Paulo: PPGCOM – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Intermeios, 2013, p. 27-48.

BRANDÃO, Cristina; FERNANDES, Guilherme Moreira. A vilania feminina nas telenovelas. In: Comunicação e Narrativas Audiovisuais. Série Comunicação Audiovisual. v. II. Florianópolis: Insular, 2015, p. 19-46.

CANDIDO, Antonio. Vários escritos. 3. ed. São Paulo: Duas cidades, 2003.

CONVERSANI, Ângela Aparecida Batista; BOTOSO, Altamir. A presença do folhetim na minissérie Incidente em Antares. Bauru: Canal 6, 2010.


G SHOW. A dona do Pedaço. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/a-dona-do-pedaco/>. Acesso em 20 set. 2020.

HAMBURGER, Esther. Telenovelas e Interpretações do Brasil. Lua Nova, São Paulo, 82, p. 61-86, 2011.

HUMMELL, Rosita; ALVETTI, Celina. Apontamentos sobre a imagem da vilania: uma leitura do horário nobre. Revista Estudos de Comunicação. Curitiba, v. 8, n. 17, p. 255-261, set./dez. 2007.

MACHADO, Arlindo. A Televisão levada a sério. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

MEYER, Marlyse. Folhetim: uma história. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.



SADEK, José Roberto. Telenovela: Um olhar do cinema, São Paulo: Summus, 2008.



CAPÍTULO 8

O CINEMA DE BILLY WILDER E ALGUMAS APROXIMAÇÕES AO ARQUÉTIPO DO HERÓI: OLHARES ATRAVÉS DA PELÍCULA IRMA LA DOUCE

Adriano Medeiros da Rocha, Doutor em Artes/Cinema pela EBA, Universidade Federal de Minas Gerais e Universitat Autònoma de Barcelona. Professor do DEJOR, Universidade Federal de Ouro Preto

RESUMO

Esta pesquisa apresenta o diretor de cinema Billy Wilder, através de características significativas de sua trajetória, e promove reflexões sobre o processo de construção fílmica empregado pelo cineasta na película *Irma La Douce* (1962). Inicialmente, buscaremos descortinar uma delimitação do conceito de herói empregado neste estudo, e, na sequência, desenvolveremos uma análise fílmica da construção narrativa encontrada na referida obra. Assim, analisando como o *arquétipo do herói* está presente em *Irma La Douce*, buscaremos também refletir a respeito de aspectos relacionados às articulações do roteiro, às possibilidades advindas do perfil construtor das personagens principais, à arquitetura dos cenários principais, aos elementos simbólicos da fotografia proposta, bem como à montagem estabelecida e ao direcionamento do olhar do espectador.

PALAVRAS-CHAVE: narrativa cinematográfica; Billy Wilder; *Irma La Douce*; herói; cinema clássico.

O HERÓI

A origem dos heróis nas narrativas mistura-se com a origem dos mitos. Dario de Barros Carvalho Junior (2002) lembra que, na Grécia Antiga, os mitos eram representados por narrativas que contavam histórias repletas de criaturas maravilhosas.

Como um herói encarna e simboliza valores e aspirações de um povo, é relativamente natural que se torne modelo mítico, ou seja, que a narração de suas aventuras ou desventuras sirva como forma de entender o mundo, adaptar-se a um grupo ou entrar em contato com experiências da vida. (JUNIOR, 2002, p. 08)

As histórias de heróis variam de cultura para cultura. O herói evolui na medida em que a cultura evolui. Normalmente, mesmo quando superamos o culto infantil/juvenil do herói, permanecemos com um interesse perene por esses personagens. As fontes desse interesse são muitas e profundas. Conforme Sidney Hook (1962), o fato básico de interesse pelos heróis é a indispensabilidade da liderança em toda a vida e organização social. “*Quem quer que nos salve é um herói. Os homens estão sempre procurando alguém que os salve*”. (HOOK, 1962, p.18)

Analisando o herói sobre um viés histórico, Hook propõe uma distinção entre o herói

como homem-momento e o herói como homem-época.

O homem-momento é qualquer homem cujas ações tenham influenciado desenvolvimentos numa direção completamente diferente daquela que teria sido seguida se essas ações não tivessem sido perpetradas. É o caso do pequeno holandês que tapou com o dedo o buraco dos diques e salvou a cidade. O homem-época é um homem-momento cujas ações são conseqüências de extraordinária capacidade de inteligência, vontade e caráter, em vez de acidentes de posição. (HOOK, 1962, p. 130)

A definição do que é um herói acabou se mostrando confusa através dos tempos. O termo tornou-se parte da opinião comum, ganhando diversos contornos. Dario de Barros Carvalho Junior acredita que

Mais do que um ser humano extraordinário, por seus feitos, um herói representa um padrão de valor, tem a capacidade de satisfazer à necessidade (ou necessidades) de um povo, encarnando os valores que simboliza. É ou se torna, de maneira emblemática, uma soma de aspirações de um indivíduo, de uma sociedade, de uma época. (JUNIOR, 2002, p. 06)


Para Joseph Campbell (1990), um herói ou uma heroína é alguém que descobriu ou realizou alguma coisa além do nível normal de realização ou de experiência. Normalmente, sua façanha convencional, ou seja, o início do seu trabalho se daria com a perda ou falta de alguma coisa entre suas experiências normais. Assim, esse ser parte numa série de aventuras que ultrapassa seu usual e perfaz um círculo entre partida, descoberta de algum elixir da vida e retorno. Ele deixa o mundo onde está e se encaminha em direção de algo mais profundo, mais distante, mais alto: tenta atingir aquilo que faltava em sua consciência. “*O herói se sacrifica por algo e aí está a moralidade da coisa.*” (CAMPBELL, 1990, p.135)

Campbell estabelece duas espécies de heróis. A primeira delas trata daqueles que escolhem realizar certa empreitada, se preparam responsabilmente e intencionalmente para a proeza. A segunda diz respeito àqueles que são lançados à aventura. Não era sua intenção, mas, de repente, eles se veem jogados naquela situação. O autor afirma que, independentemente das inúmeras diferenças entre os heróis, sua jornada sofre poucas alterações do ponto de vista físico/estrutural.

No modo de pensar de Flávio R. Kothe (1987), todo personagem que apenas corporifique qualidades positivas ou negativas é um personagem trivial, pois foge a natureza contraditória das pessoas e não questiona os próprios valores. E o herói realmente não pode ser assim.

O estudo do herói é um modo estratégico de se estudar a dominante das narrativas, literárias e não-literárias, artísticas e triviais, possibilitando superar a contradição entre análise formal e análise sociológica, entre abordagem imanente e abordagem extrínseca da obra”. (KOTHE, 1987, p. 89)

Dentro do percurso padrão da aventura do herói, Campbell (2007) formata uma análise



absolutamente significativa para esta pesquisa. Trata-se da fórmula representada nos rituais de passagem: separação-iniciação-retorno, que pode ser considerada a unidade nuclear do monomito.

Aqui, temos o destaque para o herói dinâmico, ou seja, aquele que não está ligado a um destes mundos, demonstrando a possibilidade de transpor essas fronteiras. Yuri Lotman dialoga com esta proposta, informando que “*A estrutura do mundo apresenta-se ao herói como um sistema de proibições, uma hierarquia de fronteiras que não se pode transpor. Isto pode tanto ser a linha que separa a casa da floresta, no conto de fadas, como os vivos dos mortos, no mito*”. (LOTMAN, 1978: 118)


Lotman argumenta que é exatamente esta transgressão da proibição que constitui o elemento significante da conduta do personagem, ou seja, o acontecimento que desenvolve o filme. Podemos entender essa divisão do espaço do tema em duas fronteiras como a forma mais elementar de segmentação. A própria transgressão não se realiza em um ato único, mas como resultado de uma microcadeia de acontecimentos.

BILLY WILDER: UM CINEASTA DE PÚBLICO E CRÍTICA

O cineasta Billy Wilder nasceu em 22 de junho de 1906, em Sucha Beskidzka, atual Polônia. Ele chegou a trabalhar como roteirista, produtor e diretor cinematográfico, lançando mais de 60 filmes, em seus 50 anos de experiência profissional, com grande sucesso de público e crítica.

Antes de se dedicar ao mundo da sétima arte, desejava se tornar advogado. Todavia, após ir morar em Viena, passou a exercer a profissão de jornalista em um tablóide de Berlim. Na mesma cidade, ele começou a desenvolver atividade como roteirista e seu estilo narrativo, através do grande estúdio alemão Universum-Film-Aktiengesellschaft (UFA). De acordo com Ana Lúcia Andrade (2004), naqueles primeiros anos de experiência, ele não recebia os créditos pelo seu trabalho. Somente em 1929, seu nome apareceu, pela primeira vez, como roteirista, assinando o filme *Menschen Am Sonntag*, dirigido por Robert Siodmak e Edgar G. Ulmer.

Tentando fugir do governo de Hitler, Wilder mudou-se para a França em 1933. Lá, apesar de ele ter trabalhado como ghost writer, também conseguiu a oportunidade de realizar seu primeiro filme como diretor: *Mauvaise graine*. A obra foi co-dirigida por Alexander Esway. Com a iminência da Segunda Guerra Mundial, ele e outros artistas e técnicos da UFA resolveram sair da Europa e buscar um local de trabalho mais seguro nos Estados Unidos.



Mesmo sem dominar a língua inglesa, Billy Wilder consegue, em 1934, com a ajuda do amigo Peter Lorre, se estabelecer na cidade de Hollywood. Depois de roteirizar vários filmes para a *fábrica dos sonhos americana*, nos anos 30, ele busca novos desafios na carreira cinematográfica. Em 1941, dentro dos estúdios da Paramount Pictures, tem sua primeira oportunidade de trabalhar como diretor - de forma individual, realizando o filme *A incrível Suzana* (*The major and the minor* – EUA). A obra foi um grande sucesso de público naquele período e serviu para projetar Wilder como cineasta.

Não comecei com idéias extravagantes, projetos revolucionários, como provar que Griffith estava errado ou que eu iria fazer melhor que Eisenstein e Pudovkin. Não. Unicamente queria escrever um roteirozinho e dirigi-lo. Pois, quando terminava um roteiro ficava muito curioso para saber o que iria acontecer.¹⁶

Muitos foram os cineastas e artistas que contribuíram para o desenvolvimento de Billy Wilder enquanto diretor e para o aprimoramento de sua narrativa cinematográfica. Todavia, entre eles, destacaram-se dois: o alemão de origem judaica Ernst Lubisch e o norte-americano Howard Hawks. O primeiro era considerado por Wilder como o melhor roteirista que ele havia conhecido. Já o segundo, era uma espécie de bom “engenheiro” ou “relojoeiro” da arte cinematográfica.

Depois de se consolidar como roteirista e diretor, o novo desafio de Wilder foi tornar-se produtor. Através desta ação, desejava ter um controle ainda maior da sua obra, visando garantir que todos os processos seguiriam a risca aquilo que foi escrito, pensado e planejado ainda no roteiro e na pré-produção. Para ele, tornar-se produtor não representava simplesmente ter poder, mas sim, a garantia de levar para o cinema, da maneira mais fiel possível, as histórias que ele havia imaginado anteriormente. Seu primeiro filme como produtor foi *A montanha dos sete abutres* (*Ace in the hole / The big carnival*, 1951).

Como grande parte dos diretores, o estilo de Billy Wilder foi sendo aprimorado ao longo de sua carreira, trafegando e entrecruzando diversos gêneros do cinema e combinando estratégias narrativas que pudessem satisfazer, ao mesmo tempo, a crítica e o público. “*A obra de Billy Wilder traz as principais contradições entre objeto artístico e mercadoria de consumo. (...) Inteligente, sofisticado, elegante, cínico, irônico e mordaz são alguns dos adjetivos comumente relacionados ao cinema feito por Wilder*”. (ANDRADE, 2004, p. 31).

¹⁶ Cf. CIMENT. Hollywood – Entrevistas, p. 60 apud ANDRADE, 2004, p. 37.

IRMA LA DOUCE: UMA POULE E UM MEC-FLIC HERÓI

Conforme observamos anteriormente, Billy Wilder foi um cineasta que sempre priorizou um forte controle sobre as diversas etapas de suas realizações fílmicas. Este procedimento era recorrente deste o momento de confecção dos roteiros até a montagem final de suas obras.


Desejando explicitar um pouco deste desejo de Billy Wilder, optamos pela escolha de *Irma La Douce* para esta análise. No filme, de 1962, o cineasta conseguiu a oportunidade de roteirizar, produzir e dirigir. Dessa maneira, acreditamos que, aqui, ele pode canalizar suas forças no sentido deixar o filme bem próximo daquilo que havia visualizado/aspirado anteriormente.

Enquanto produtor, Wilder prezava pela concentração de suas cenas em poucos cenários. Esta prática, costumeira em sua filmografia, também pode ser vista em *Irma La Douce*. No filme, ele trabalha com uma base formada por quatro cenários principais: a rua Casanova, o Hotel Casanova, o Bistrô/bar Ches Moustache e o Mercado Lês Halles. Ambos locais situados na França e, mais especificamente, na periferia de Paris. Esta última cidade também se mostra palco em diversos roteiros e filmes de Wilder. Talvez, pela grande efervescência cultural vivida e presenciada na Paris daquele período, que influenciava todo o mundo.

A arquitetura desses cenários é pensada para uma íntima aproximação entre eles.

O Mercado Lês Halles é onde boa parte dos clientes das *poules* trabalham. A rua Casanova é o espaço de trânsito de mercadorias transportadas por estes trabalhadores até o mercado e, ao mesmo tempo, local de exposição das *poules*. Na mesma rua, encontramos o Hotel Casanova – local de atendimento individualizado de *Irma La Douce* e, do outro lado da rua, o bistrô/bar Ches Moustache. Este último cenário será fundamental para diversas trocas e cenas de ação propostas pela narrativa.

A trama começa na rua Casanova, onde a protagonista Irma, interpretada pela atriz Shirley MacLaine, é apresentada buscando a sua sobrevivência. A fotografia de perspectiva clássica trabalha afunilando o espaço exibido, ou seja, saindo de um enquadramento mais aberto, como um plano geral, que mostra boa parte da rua, para aproximar-se, fechando o enquadramento e destacando Irma. Diferente das demais *poules*, ela está sozinha, do lado direito da porta de entrada do Hotel Casanova, seu “escritório” de trabalho.




Logo que a câmera a identifica, observamos um mecanismo de ação em pantomina, ou seja, nossa protagonista expressa parte de seus sentimentos e idéias, sem recorrer à palavra. Um cavalheiro se aproxima de Irma e, pouco depois, os dois sobem para o quarto do Hotel Casanova. A narrativa sugere que ele seja um de seus clientes. A montagem inicia uma apresentação de Irma de maneira fragmentada ao público. Na sequência, observamos algumas cenas de Irma com outros clientes no interior do quarto sendo intercaladas pelos letreiros de elenco e da equipe técnica do filme. A cada novo cliente, a protagonista conta uma nova história sobre seu passado e, aos poucos, o espectador vai conhecendo um pouco da esperteza de Irma La Douce para ganhar uma gorjeta nos serviços prestados. O espectador vai se acostumando com sua profissão. Apoiando a idéia sugerida pela intercalação entre cenas e letreiros, a trilha musical cumpre um papel de pontuar as mentiras de Irma e sinalizar para o lado cômico da trama. Os letreiros iniciais também seguem esta linha, tanto pelo tipo estilizado das fontes, quanto pela cor verde exagerada. Aqui, Billy Wilder começa a brincar com o espectador, evidenciando um pequeno fragmento de seu refinado senso de humor.

Rompendo a piada inicial com um fade preto, o diretor passa a nos apresentar Paris, às 5h da manhã, a partir da voz de um narrador em off e das imagens de alguns pontos turísticos da capital francesa – todos eles quase desertos. Todavia, num tom de conversa amigável, rapidamente, esse narrador vai reconduz o espectador para os cenários-base do filme. Ele aponta para uma contradição positiva desses cenários-base, através do convite: “*Se querem ação, esqueçam os bairros chiques. É melhor virem para o nosso bairro*”.¹⁷

O narrador em off ainda é utilizado por Wilder para duas funções. A primeira delas trata-se de apresentar ao espectador os principais cenários da obra, em especial, o atacado de alimentos Lês Halles (onde nossa protagonista teria nascido), e o curioso Bistrô/bar Ches Moustache. A segunda função diz respeito à apresentação dos três tipos mais representativos de personagens que figuram por aquelas bandas: as poules (prostitutas como Irma La Douce), os macs (protetores e exploradores da poules, como Hippolyte – o Cavalo) e os flics (policiais como sargento corrupto). A coexistência entre essa tríade de tipos era pacífica, desde que os acordos econômicos fossem cumpridos, ou seja, as poules entregam o que ganham para os macs, estes as protegem e repassam uma parte do que ganham para os flics corruptos, que, por sua vez, fazem vista grossa aos fatos. Para o narrador em off, esse sistema amigável e delicado,

¹⁷ Retirado da fala do narrador em off no filme *Irma La Douce*



no qual ele também está incluído, pode ser considerado uma espécie de “família feliz”. Aqui, há a sugestão de que o mesmo seja o senhor Moustache, dono do bistrô.


O Bar Ches Moustache é um local estratégico para o filme. A direção de arte chama a atenção por manter o espaço sempre bem iluminado e colorido, sem falar na grande quantidade de fumaça cotidianamente presente – simulando o uso dos cigarros e charutos. No bar, as poules tomam seu café da manhã, e as principais disputas e brigas acontecem. Apesar de Billy Wilder não apreciar o gênero de western americano, poderíamos propor uma analogia entre Ches Moustache e aqueles saloons do velho oeste – locais de perigo e muita ação.

Quando pensamos em ação no cinema, logo vem à mente um tipo característico de personagem: o herói. No processo de construção de *Irma La Douce*, encontramos um herói romântico e atrapalhado: Nestor Patou (interpretado por Jack Lemmon). Logo que ele aparece no filme, já conseguimos perceber que o “equilíbrio da família feliz” vai oscilar. A trilha musical da entrada de Nestor sugere mudança e inovação. Ele aparece como o honesto, cordial e ingênuo soldado Patou. Apesar de também ser um flic, ele desconhece e não compactua com qualquer mecanismo fora da lei e da ordem. Desconfiado com o comportamento de tantas *damas* na rua Casanova, ele busca, pela primeira vez, o refúgio no Bar Ches Moustache.

Além do bom atendimento, o senhor Moustache irá oferecer algo a mais para Patou: o conhecimento sobre campos até então inexplorados pelo jovem policial. Desde o posicionamento inicial e em um crescente dentro da narrativa, Moustache vai se tornando uma espécie de arquétipo mentor para Nestor Patou, tentando orientá-lo e provê-lo de instrumentos para suportar ou ultrapassar os obstáculos de sua jornada como herói.

Durante esta fase inicial, o soldado Patou se mostra um personagem reto, ou seja, inflexível em suas convicções. Ele é o policial-exemplo: ganha medalha por salvar crianças do afogamento, faz questão de pagar a maçã que colhe da banca do mercado; não bebe em serviço e nem fora dele; não aceita qualquer ilegalidade e sabe mais das regras e leis do que o próprio atendente da delegacia de polícia.

Como já presenciamos em outros filmes de Billy Wilder, o cineasta gosta de relativizar conceitos e preconceitos morais, debatendo a respeito dos *bons costumes* e promovendo contundentes e ácidas críticas à sociedade norte-americana. Neste sentido, ele procura focar temas não convencionais que critiquem a hipocrisia social e evidenciem as fraquezas humanas. Aqui, em *Irma La Douce*, a situação não é diferente. Ele se utiliza do cruzamento entre a retidão do soldado Patou e a experiência de vida (fictícia ou não) do seu futuro mentor, o senhor




Moustache, para discutir a ilegalidade do amor perante as leis burguesas. Conforme a *filosofia* de Moustache, o soldado Patou deveria ser considerado um *pequeno-burguês*, em virtude de ele ainda não conseguir entender as relações de amor ali presentes. “*O amor é ilegal, o ódio não. Você pode odiar quem quiser, onde quiser. Mas, se você quer ternura, carinho, um ombro para chorar, um sorriso, precisa se esconder em becos escuros, como um criminoso*”.¹⁸

Apesar do esforço de Moustache em lhe apresentar o código do *daquele mundo*, logo no primeiro dia de serviço, o soldado Patou prende todas as poules de uma só vez e coloca o delegado em situação constrangedora. Ôpa... Sabemos que expor um superior assim não é nada bom... Patou acaba sendo expulso da polícia.

Mas antes de continuarmos, propomos um rápido flashback para explicitarmos uma das cenas mais engraçadas do filme. Trata-se da prisão das poules. Depois de entender que o delegado estava querendo suborná-lo e de colocar todas as moças no camburão da polícia, o soldado Patou também entra na parte de trás do veículo. A ingenuidade de nosso herói é escancarada na cena. A falta de habilidade no trato com as poules fica explícita rapidamente. Primeiro, ele tenta desviar o olhar das moças ainda sem roupas, logo depois, cede ao pedido de ajuda de duas poules ao mesmo tempo, fechando o zíper de uma e segurando um pequeno espelho de outra. Aliás, nesta obra, Billy Wilder se utiliza de vários espelhos em momentos-chave para a narrativa. Aqui, o espelho acaba caindo e obrigando ao gentil soldado a tentar resgatá-lo no piso do camburão. A partir daí, com nosso herói cercado por pernas femininas, a confusão está formada. Percebendo sua ingenuidade, as poules se insinuam para ele, contam piadinhas e chegam a tratá-lo como criança, propondo música uma música característica e até bigodinho de lápis no rosto do policial. Nem o motorista do veículo resiste a brincadeira e quase causa uma batida.

Após esta dinâmica inicial e a perda do cargo, Billy Wilder mostra Nestor Patou desamparado, caminhando, sem o seu uniforme, em uma noite de chuva pela rua Casanova. Por mais inesperado que pareça, é exatamente lá que Wilder vai colocar, novamente, este personagem. Evidencia-se um enorme contraste entre a postura da chegada de Patou, como policial naquele lugar, no início do dia, e sua postura neste momento da narrativa. A chuva contínua e as zombarias das poules de plantão contribuem ainda mais para reforçar o momento ruim para o personagem.

¹⁸ Retirado da fala de Moustache no filme *Irma La Douce*




Ao entrar no bar, Nestor Patou começa uma significativa mudança no seu perfil de herói reto. Agora, a bebida solicitada já não é mais Água de Vichy, e sim, conhaque. No mesmo espaço, ele reencontra Irma e, por ela, arruma uma grande encrenca com Hippolyte, mais conhecido como Cavalo (atual protetor/explorador de Irma). Apesar de Irma sequer se lembrar dele, ou mesmo nem olhar para ele durante o diálogo, Nestor demonstra preocupação com ela, e pede para que a mesma pare de fumar. Meio sem entender o que deseja Nestor, Irma logo confessa: “*Já me pediram coisas muito doidas, mas nunca para parar de fumar*”. Do ponto de vista clássico, temos herói, *mocinha*, vilão e mentor diretamente envolvidos nesta ação.

Após uma briga histórica e um tanto coreografada entre Nestor e Cavalo, na qual não percebemos qualquer esboço de participação das várias outras pessoas presentes no estabelecimento, nosso herói acaba vencendo de forma *cinematográfica*. Poderíamos fazer uma analogia desta cena à passagem bíblica que se refere a Davi e Golias. O único detalhe seria a substituição da pedra pela bola de sinuca que, no filme, não é jogada contra a cabeça do gigante, mas, colocada dentro da boca do mesmo. Irma, que até então praticamente nem olhava para Nestor, agora, é mostrada, em close, ou seja, bem mais próxima, esboçando um sorriso que é direto para nosso destemido herói. Depois de assumir a nova postura, e de ganhar o respeito dos demais mecs e poules, “*o Tigre*” esbanja auto-confiança ao sugerir que Irma o acompanhe para algum local mais agitado: “*Este lugar está ficando muito chato*”¹⁹

O apartamento simples de Irma vai conduzir Nestor Patou para um novo desafio. Dessa vez, o obstáculo para vencer é algo mais íntimo: a própria timidez. Primeiro, ele resolve fazer uma cortina de jornais para os grandes vidros da varanda. Logo depois, tenta prolongar ao máximo o tempo gasto em suas ações, a fim de atrasar sua ida para cama, onde está Irma. Como se não bastasse, pede para a mesma colocar o tapa-olhos e ainda leva a cadelinha Coquette – fiel companheira da poule – para fora do quarto. Tentando se defender da situação de tanto acabrunhamento, Nestor vai resgatar uma das falas de seu mentor a respeito das contradições entre o amor e o ódio. Na cena, Billy Wilder se utiliza de um adereço revelador: um espelho em formato circular e de tamanho médio que mostra ao espectador o reflexo de Irma se despindo em frente a Nestor.

Após a noite, Wilder brinca com o espectador, deixando o casal acordar apenas às quatro da tarde. Para completar a piada, agora, quem utiliza o tapa-olho é Nestor. A harmonia do novo

¹⁹ Retirado da fala de Nestor Patou no filme *Irma La Douce*




casal é rompida pelos gritos de Cavalo. Todavia, sentindo-se extremamente segura na presença do seu “Tigre”, ela desafia Cavalo e atira seus pertences pela varanda. A fotografia trabalha as relações de plongée/mergulho, para a minimização de Cavalo e o contra-plongée para a exaltação de Irma e Nestor.

Um momento simbólico, que demonstra de forma sensível o carinho de Nestor por Irma, se apresenta quando ele acha um binóculos no armário da poule e aponta o mesmo, do lado contrário, para Irma, que está tomando banho. Com a imagem distanciada da moça, e boa parte da tela em preto, simulando o halo de visão do aparelho, Nestor argumenta que ninguém nunca a teria visto assim. Aqui, Wilder coloca seu personagem expressando uma mensagem aparentemente simples e direta para nos comunicar um sentido bem mais profundo. Trata-se da forma romântica e interior que aquele personagem visualiza Irma. Depois de ouvir a defesa da *profissão* de poule pela moça, Nestor acaba aceitando a oferta dela para se tornar seu novo mec.

Boas roupas, dinheiro no bolso, mordomias de um mec de sucesso. Tudo parecia ir bem até que o ato de compartilhar os talentos de Irma começa a perturbar a cabeça de Nestor. Louco de ciúme, o Tigre vai buscar os conselhos de seu mentor e acaba encontrando uma boa ideia para tirar sua amada das ruas no homem das infinitas histórias.

O espectador passa a observar (ou tentar) a construção de um novo personagem: o Lorde inglês X. Agora, Billy Wilder utiliza um espelho não como um objeto revelador, mas como um objeto de ocultação do rosto do futuro personagem a ser encenado por Nestor Patou. Ao seu lado, o fiel mentor repete a grandiosa história inventada sobre a vida do nobre. O plano era construir um cliente fictício e rico para Irma, que lhe pagasse muito bem apenas pela companhia e, assim, ela poderia se dedicar mais a Nestor. Para sustentar a farsa, o Lorde X teria problemas em seu órgão sexual, devido a conflitos armados que ele teria participado, não podendo assim transar com ela. O novo personagem de Nestor entra em cena com toda pompa da nobreza real britânica, através da ajuda de um apetrecho de seu mentor: o elevador de serviço do Bar Ches Moustache. A trilha sonora também é utilizada para engrandecer a figura do Lorde X.

No primeiro encontro com Irma, o discípulo de Moustache já demonstra ter aprendido bastante com o mestre. Ele inventa uma construção imagética tão especial que abarca guerras, castelos e até unicórnios na vida de Lorde X. Empolgado com o todo o universo criado, ele tenta frear a si próprio com a repetição da frase característica do mentor: “*Mas isso é outra história*” – um trocadilho de Wilder. No final do encontro, no escritório de Irma, ela não consegue achar seu sapatinho e, em uma remissão clara do cineasta ao conto de *Ciderela*, o




Lorde X deixa o mesmo objeto na portaria do Hotel Casanova, pedindo ao atendente para entregá-lo à moça. Estava formado o novo triângulo amoroso da comédia: Nestor, Irma e Lorde X.

Quando os demais macs e poules ficam sabendo da nova galinha dos ovos de ouro de Irma, instantaneamente, Tigre é promovido a presidente da Associação Protetora dos Mecs, devendo pagar a festa de comemoração e novos tributos. Assim, para manter economicamente a farsa e continuar impedindo Irma de se encontrar com mais homens, Nestor é obrigado a enfrentar outra jornada de trabalho, escondido de Irma, no atacado de alimentos Les Halles.

A dupla jornada castiga nosso herói. Como Lorde X, ele começa a se atrapalhar na constituição do personagem, chegando a colocar, no lado errado do rosto, o tapa-olho, num dos encontros com Irma. Todavia, como Tigre, a situação é bem mais complicada. A poule começa a desconfiar da fidelidade de Nestor. Primeiro porque ele já não consegue ânimo para dar-lhe a atenção costumeira, depois, ele acaba esquecendo uma marca de batom no rosto. Wilder brinca com Tigre, uma vez que a marca foi feita pela própria Irma, todavia, não em Nestor, mas no Lorde X. Irma acredita que o atrevimento tenha sido obra da poule Lolita. Tudo acaba em outra briga, agora de mulheres, no Ches Moustache. A fotografia da parte final da cena se apresenta com uma característica diferente: a câmera fica em Tigre, acompanhando seu olhar para o que estaria acontecendo e o espectador não consegue ver tal ação. Há uma construção imagética desta ação através dos sons e das expressões de Nestor.

O jeito difícil de Nestor para evitar a vida fácil de Irma vai se complicando a vida do casal a cada dia. Aos poucos, a poule se aproxima e se familiariza com Lorde X, buscando, inclusive, ajudá-lo em seus problemas de “meio homem”. Para isso, ela contribui com a criação de uma cena bem engraçada, transformando o quarto de hotel em uma espécie de consultório de psicologia e adotando uma postura que deixaria qualquer Freud com inveja. O Lorde X é convidado a viajar até o sensual mundo das odaliscas e da dança dos sete véus. Qual nobre inglês resistiria a tanto charme? Com tamanha proximidade, Irma decide que vai embora com o Lorde para seu *castelo*.

Portador de um ciúme desesperador, Nestor decide *acabar* com o personagem nobre. O duplo sentido desta frase foi, equivocadamente, interpretado na narrativa por Cavalo, imaginando que Nestor o teria roubado e jogado o velho nobre no rio, a partir apenas das falas, com entonação nervosa de Nestor para com sua própria criação, ao despedir de seu figurino e apetrechos, perto da Ponte Royal.




Para Cavalo e para o delegado, um prato cheio. Nestor será preso no bar Ches Moustache. Na defesa de nosso herói, seu mentor assume o papel de advogado, ressaltando mais esta experiência profissional na sua infindável carreira. O criminalista defende que seu *cliente* confesse o “crime” e expõe uma ampla defesa de Nestor em virtude de o mesmo ter uma única e incontestável motivação: o amor! Analisando pelas leis das ruas e do coração, Irma dá o veredito, abraçando e beijando Nestor e se declarando, pela primeira vez, apaixonada por ele. Todavia, para a polícia, esse julgamento é declarado inválido. Nestor ganha 15 anos de prisão.

Como um fiel mentor, Moustache visita Nestor na prisão e, curiosamente, leva de presente para ele uma grande quantidade de meias verdes, como as que eram utilizadas por Irma. Moustache ainda apresenta um eficiente plano de fuga para o pupilo. Depois de fazer uma corda com as meias amarradas, de forma ainda mais curiosa e um tanto exagerada pelo roteiro de Wilder, Nestor ganha forças – sabe-se lá de onde – para dobrar e alargar as grossas barras de ferro que trancavam a entrada de ar de sua cela. Apropriando-se do estilo de ação das comédias de filmes mudos dos anos 20, o cineasta, cria uma cena na qual o próprio policial de plantão dá uma ajudinha para Nestor escapar. A autoridade chega a entregar sua arma ao prisioneiro, a fim de colaborar na revisão do problema *apresentado* no carro de Moustache.

Outra cena engraçada escrita por Billy Wilder trata-se da busca dos policiais no apartamento de Irma. Eles olham por tantos os cantos, mas não percebem que Nestor agora é, novamente, um deles. Wilder ainda enfatiza a brincadeira com um dos soldados, colocando este último e Nestor (vestido de policial), olhando, ao mesmo tempo, embaixo da cama. Em um recorte espacial muito curto, o policial figurante olha para o outro afirmando: “*Não está aqui embaixo*”. Nestor responde com as mesmas palavras. A câmera, também posicionada no chão, contribui para que a brincadeira com a polícia seja ainda mais cômica.

Depois que os policiais saem do apartamento, Nestor declara novamente seu amor por Irma, defendendo a possibilidade de um milagre acontecer e retornando, contraditoriamente, ao pensamento de “pequeno-burgues” questionado por Moustache (e também pelo próprio Billy Wilder) no início da trama. Acreditamos que a defesa de uma cerimônia formal, com tudo o que sonha (ou sonhava naquela época) boa parte das mulheres, não é o problema. Ao nosso olhar, a contradição trata-se da postura novamente muito reta/rígida de Nestor, na separação entre bom e ruim, apresentada pelo personagem na fala: “*Quando conheci você, era uma mulher da vida, agora, vai ser uma esposa e mãe. Isso não é um milagre*”? Poderíamos questionar sobre um resquício de Código Hays em 1962?



Antes do casamento, Nestor precisa resolver sua situação com a justiça. Assim, ele decide ressuscitar, milagrosamente, o Lorde X. Depois da quebra do código de ética do sub-mundo, por parte de Cavallo, e de uma denúncia de Nestor à polícia, uma surpresa: com a mesma pompa de quando aparecia, gradativamente, na calçada, com a ajuda do elevador de Ches Moustache, o nobre começa a dar pistas de sua volta. Inicialmente, Billy Wilder mostra a ponta do característico guarda chuva e, aos poucos, vai erguendo, do fundo do rio, o membro da nobreza inglesa. Espantados, os policiais não conseguem entender muito bem o que está acontecendo e também não cobram profundas explicações do Lorde X.


Como na maioria das comédias clássicas, ainda falta o tradicional final feliz. Neste caso, o casamento de Nestor e Irma. Novamente, o senhor Moustache é figura fundamental para o acontecimento. Ele teria preparado toda a cerimônia, convidado todos os amigos do casal e ainda entra com a noiva na igreja. Observando o atraso do pupilo, ele inclusive diz que, na pior das hipóteses, poderia se casar com ela. Dedicado mentor, não?

Imediatamente após o sim da ex-poule, a mesma entra em trabalho de parto. Adivinhe quem vai cuidar disso, ali mesmo... Para a alegria do público, o também antigo “*obstetra-chefe de colônias africanas*”²⁰, senhor Moustache. Para finalizar com chave de ouro, não poderia faltar mais um especial *toque Wilder*. Enquanto o casal troca carícias com a filha, ao fundo do quadro, Moustache, se aproxima da câmera e, em primeiro plano, observa a igreja quase vazia. Quase? Existe apenas uma pessoa que ainda está sentada em um dos primeiros bancos. A mesma se levanta, e caminha calmamente, na direção de Moustache. Para sua inquietação, trata-se de Lorde X, que lhe dá um rápido adeus e sai do enquadramento. Olhando diretamente para o espectador, o mentor brinca, dizendo: “*Mas isso é outra história*”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Boa parte dos filmes de Billy Wilder busca impacto, leveza e redenção. Acreditamos que, em *Irma La Douce*, ele tenha conseguido tais aspectos importantes e muitos outros. Pensar o herói nesta obra não é, e nem pode ser, isolar Nestor Patou. Acreditamos que, aqui, o trabalho de equipe foi fundamental para obtenção do resultado positivo. Entre os personagens, três deles se destacam para a constituição deste herói: o próprio Patou (que enfrentará uma dezena de obstáculos na luta pelo amor de Irma); a poule Irma (que levará Nestor até o encontro com o

²⁰ Retirado da fala de Moustache no filme *Irma La Douce*



desconhecido, o perigo e, ao mesmo tempo, a recompensa: seu amor) e o senhor Moustache (incansável mentor deste herói em todos os momentos do filme). É a partir deste trio que a obra ganha força e riqueza narrativa.

Estudar uma partícula do cinema de Billy Wilder foi uma experiência extremamente importante não apenas para a construção de um possível diálogo com nosso objeto de estudo no curso de doutorado, mas, principalmente, para adentrarmos em uma cinematografia rica e com aspectos diferenciais daqueles filmes também considerados clássicos e também direcionados para um grande público, mas limitados pelo raso aprofundamento. Através de *Irma La Douce*, evidenciamos uma forma de fazer cinema que pode sim, buscar o sucesso de mercado, mas, ao mesmo tempo, apresentar o requinte e as sutilezas de amarração que contribuem para sua inegável aprovação também pela crítica.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Ana Lúcia. **Entretenimento inteligente: o cinema de Billy Wilder**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

ANDREW, James Dudley. **As principais teorias do cinema**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **A análise do filme**. Lisboa, Portugal: Texto e Grafia, 2004.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.

_____. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CAPUZZO, Heitor. **Cinema: a aventura do sonho**. São Paulo: Editora Nacional, 1986.

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

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Modernização dos sentidos**. São Paulo: Editora 34, 1998.


HOOK, Sidney. **O herói na história**. Rio de Janeiro: Zahar, 1962.

JUNIOR, Dario de Barros Carvalho. **A morte do herói**. Dissertação de mestrado apresentada no curso de Educação pela Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 2002.

KOOTHE, Flávio R. **O herói**. São Paulo: Ática, 1987.

LOTMAN, Yuri. **Estética e semiótica do cinema**. Lisboa, Portugal: Editorial Estampa, 1978.

Sites consultados



<<http://www.infoescola.com/biografias/billy-wilder/>> - acesso em 20 abril 2021.

Filmografia

IRMA La Douce (vídeo). Direção, roteiro e produção de Billy Wilder. Estados Unidos, 1962.
1 DVD (120 min.), sonoro, colorido.



CAPÍTULO 9

DOI: 10.47402/ed.ep.c20218357509

“É O QUE VENDE O SONHO”: A REPRESENTAÇÃO *ONLINE* DO CANADÁ PELAS IMIGRANTES BRASILEIRAS²¹

Rodrigo Fessel Segal, Doutor em Sociologia, UNICAMP

RESUMO


Este texto tem por objetivo analisar como é construída a representação *online* do Canadá pelas imigrantes brasileiras residentes no país. Aciono uma combinação de metodologias, tais como a análise textual e visual de *blogs*, canais de *YouTube* e contas do *Instagram*, etnografia multissituada no Brasil e no Canadá, etnografia virtual e entrevistas semiestruturadas, para evidenciar que a representação *online* do Canadá é sempre positiva e romantizada. No decorrer deste texto, portanto, discorro o que significa, para essas imigrantes, uma produção *online* ser romantizada e quais são as suas características.

PALAVRAS-CHAVE: *Instagram, blog, YouTube*, imigração internacional, romantização.

INTRODUÇÃO

Em uma postagem de 2016, uma imigrante brasileira escreveu em seu *blog* que muitos(as) brasileiros(as) entravam em contato com ela para dizer que estavam cansados(as) de morar no Brasil. Os principais pontos abordados eram a falta de segurança, a corrupção e o alto custo para uma baixa qualidade de vida. Com *links* para reportagens exaltando os pontos positivos de morar no Canadá e mostrando o país como um lugar onde os(as) brasileiros(as) enriquecem e vivem maravilhosamente bem, a publicação versou sobre as dificuldades que os(as) imigrantes se deparam quando chegam ao país, a saber: a língua, a concorrência por uma


²¹ Este texto faz parte da minha pesquisa de doutorado que teve o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo nº 2016/03629-5 e do Projeto Temático FAPESP *Observatório das Migrações em São Paulo: Migrações Internas e Internacionais Contemporâneas no Estado de São Paulo*, processo nº 2014/04850-1, ao qual meu projeto de pesquisa esteve vinculado. Também obtive apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001 – e do *Emerging Leaders in the Americas Program* (ELAP) – *reference number* 166764. Realizar pesquisas em contextos internacionais é um trabalho extremamente dispendioso, que só foi possível com o apoio desses apoios e financiamentos.



vaga de emprego com alguém que já está habituado ao Canadá, a impessoalidade do sistema de saúde, o clima rigoroso, as diferenças de costumes e o processo de migração que é demorado, caro e incerto. Mal havia chegado ao final do *post* e li o aviso da blogueira de que o Canadá não é perfeito, mas é muito bom. Por fim, ela incentivou o leitor a visitar o Canadá antes de migrar, a fazer turismo na cidade em que pretende morar, e frisou que sua intenção com a postagem não era desanimar o(a) futuro(a) imigrante, mas mostrar as dificuldades do processo de imigração.

Esse é um *post* comum em *blogs* dessa natureza. Sempre que leio esse tipo de publicação, no entanto, questiono-me se ele realmente desanimaria alguém a migrar para o Canadá. Ao comparar a corrupção e a insegurança no Brasil – que meus(minhas) interlocutores(as) mobilizaram nos discursos – com esses pontos negativos, tenho a sensação de que o *post* estaria mais incentivando os(as) brasileiros(as) a migrar do que os(as) desanimando. A linguagem utilizada pela comunidade brasileira na *internet* ao produzir o conteúdo sobre migração para o Canadá contempla publicações pouco agressivas ou desconfortáveis. Tal linguagem favorece discussões mais amenas, pouco densas, emocionalmente não pesadas ou agressivas. Até os pontos negativos elencados trazem uma visão otimista do processo migratório e, não de forma inesperada, a blogueira, ao final, afirma que é muito bom morar no Canadá.

O objetivo deste texto é analisar a linguagem utilizada *online* pelas imigrantes brasileiras produtoras de conteúdo sobre o Canadá, não somente na seleção das palavras e no modo como os argumentos são articulados, mas também as imagens, as cores de fundo, os tipos de letras, as poses e as luzes nas fotografias, enfim, toda a corporalidade *online* que corrobora essa visão sempre positivada do processo de migração. Utilizo, em minha investigação, uma combinação de metodologias, tais como a análise textual e visual de *blogs*, canais de *YouTube* e contas do *Instagram* (TRAMMELL, KESHELASHVILI, 2005; HOOKWAY, 2008; RAMAN, KASTURI, 2014), etnografia multissituada (MARCUS, 1995; HIRAI, 2012) no Brasil, entre 2015 e 2018, e no Canadá, no final de 2016 e começo de 2017, a etnografia virtual



(HINE, 2000)²² e entrevistas semiestruturadas (KOSMINSKY, 1986; POUPART, 2008; LIMA, 2016).

A escolha dessas três mídias sociais²³ se justifica, pois foram as mais utilizadas pelos(as) meus(minhas) interlocutores(as) no processo migratório, tanto para conseguir informações quanto para produzir o conteúdo *online*. As imagens apresentadas aqui foram modificadas ou produzidas por mim para preservar meu(minha) interlocutor(a) e servem para ilustrar essa linguagem romantizada na rede. Por meio delas, podemos observar as cores das fotografias e de fundo, disposição das imagens, tamanho da letra e do texto, iluminação, corporalidades e ângulos que estão presentes nesse discurso *online*.

A PRODUÇÃO *ONLINE* DE UM CANADÁ ROMANTIZADO

Uma página comum de um *blog* sobre migração brasileira para o Canadá pode ser visualmente exemplificada na Figura 1. Nela, podemos perceber que o fundo claro, o título e alguns subtítulos coloridos, a imagem da blogueira em branco e preto e o uso de fotografias de paisagens do país compõem um tipo de *blog* que tem um viés mais comercial, artístico ou profissional. Destaco a composição da fotografia em que se observa uma montanha com cores vivas ou mais saturadas, alto contraste e em um plano aberto.²⁴ Esse tipo de imagem, em consonância com a estética do *blog*, evidencia os aspectos positivos, belos e agradáveis da experiência migratória.

²² Apesar da crítica, inclusive pela própria Hine (AMARAL, 2010), utilizo esse termo porque ainda estamos tateando várias metodologias em um campo que está se consolidando (PELÚCIO, 2015), a partir de várias práticas etnográficas *online* e multissituadas (HINE, 2009).

²³ Faço uma discussão mais detalhada sobre o conceito de mídias sociais no artigo “Os usos das mídias sociais pelas imigrantes brasileiras no Canadá” (SEGA, 2021, no prelo).

²⁴ Plano aberto é o plano fotográfico que mostra uma visão panorâmica daquilo que se propõe fotografar e tem a intenção de evidenciar o todo do ambiente ou de uma paisagem.

Figura 1 – Exemplo de uma página de *blog*



Fonte: elaborado por mim.

De fato, quem consome esse produto audiovisual e textual são os(as) brasileiros(as) que estão pensando em migrar, em processo de migração ou recém-chegados(as) ao Canadá, ou seja, que ainda não estão ambientados(as) no país. Assim me explicou Mariana, uma de minhas interlocutoras blogueiras:


Eu: Mas você tem uma noção de quem é o seu público? Ou para quem, pelo menos, você direciona sua fala?

Mariana: Tenho. [...] Eu sei que é mais mulher do que homem. Que o [Google] *analytics* te conta tudo, né? [...] por causa das inscrições, do perfil da pessoa. [...] Depende do tipo de vídeo que eu tô fazendo, eu vejo que o canal começa a cair. Cair inscrição, cair visualização. Aí, você já vê que você tá indo para o caminho errado.

Eu: Como assim?

Mariana: Sério! Ó, vamos supor, um vídeo que não dá muito *view* [é] se eu falo do meu cabelo ou alguma coisa. Por quê? Porque eu sei que o meu público vem para o meu canal por causa de Canadá. Então, eu mesclo com algumas coisas também que eu gosto de falar, mas você tem que focar em Canadá. Só que, por outro lado, muita gente pergunta: “Ah, Mariana, por que que você não pôs [o nome do canal no YouTube de] ‘Mari no Canadá’? Alguma coisa com Canadá”. Porque eu sei que [...] o tipo de inscrito que eu tenho, ele é volátil, porque, depois que a pessoa chega aqui e começa a vida dela, ela para de me consumir, consumir meu vídeo. Então, é um público com data de validade.

Mariana é do interior de São Paulo. Nossa primeira entrevista foi no começo de 2017, quando ela estava no Canadá há doze meses. Aos 31 e casada há seis anos, mantinha um canal



no *YouTube* e um perfil no *Instagram* realmente ativos. Entretanto, ela publicava mais vezes por dia no *Snapchat*, uma versão parecida com o *Stories* do *Instagram*, mas mais antiga e que configurava um aplicativo próprio.²⁵ Ela me deu uma visão bastante assertiva do público que acessa esse tipo de conteúdo: mulheres brasileiras que estão migrando ou recém-chegadas ao Canadá. A justificativa para a linguagem romantizada, portanto, é clara: ninguém quer saber de negatividade e postagens desanimadoras. É o momento da mudança, de arriscar vender todos os móveis e mudar de país para uma vida melhor. É um momento de ansiedade e entusiasmo. O que se consome é exatamente este discurso: informações úteis sobre o Canadá com uma linguagem que mostre que “no final, tudo vale a pena”.

O processo em si já é bastante incerto, caro e gera inseguranças emocionais. Quem consome esse conteúdo quer alimentar o sonho de viver em um país melhor do que o Brasil. De fato, a maioria dos(as) brasileiros(as) que migra nunca esteve previamente no Canadá e poucos(as) têm familiares que moram no país. A imagem do Canadá, portanto, é construído, por esse público, primeiramente, a partir daquilo que está posto *online*, seja pelo governo canadense, seja pelas imigrantes brasileiras no país. E, no caso dessas últimas, elas fazem as publicações para atender ao interesse do público por conteúdos positivos sobre o país de destino e, conseqüentemente, preservar/aumentar seu número de seguidores(as) e de visualizações. Mariana descreveu-me um tipo de postagem feita por ela e que é muito consumida pelos(as) brasileiros(as):

Eu: Mas eu posso dizer que [...] você coloca fotos mais românticas do Canadá?

Mariana: Sim.

Eu: Não românticas, mas mais romantizadas.

Mariana: Sim... mais artísticas, sabe? Umas fotos... Tipo: hoje, eu coloquei de um pôr do sol maravilhoso, assistir o nascer do sol... É, tem umas fotos mais artísticas. [...] É, são mais... Ah, tem muito gato. Mais fotos de Toronto [...] Aí, às vezes, eu boto foto engraçada, de viagem... Mais foto artística. Tipo assim: eu fiz uma foto, pus um filtro, aí, põe uma mensagem, uma legenda; tipo os produtos que eu tô usando agora no inverno, aí, eu faço mais alguma coisa mais... eu fiz com fundo invisível, peguei um papel, aí, você faz... Sabe? Com...

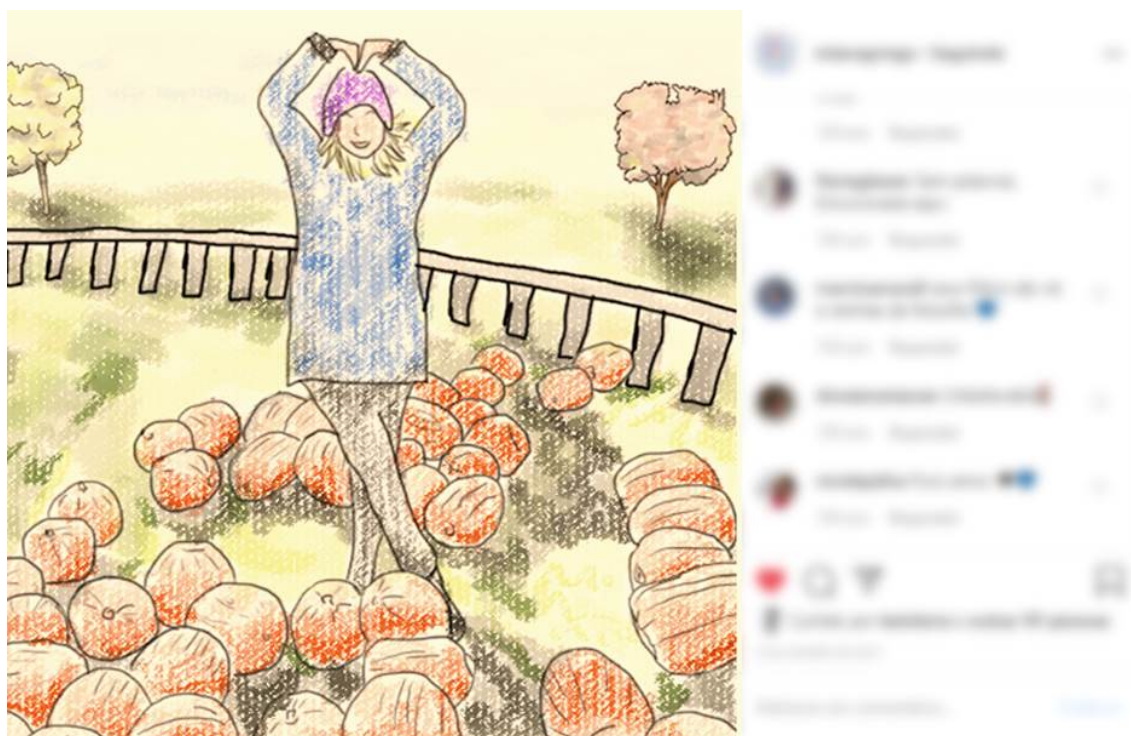
Eu: Ah, tá... É branco, né?

Mariana: Sim.

²⁵ Essas plataformas são explicadas com maior aprofundamento no Capítulo 3 da minha tese de doutorado (SEGA, 2020).

Há, conforme descreveu Mariana, uma seleção do que é colocado na *internet*, e essa seleção é baseada em uma visão positiva da vivência no país. A Figura 2 mostra, por exemplo, a ilustração de uma postagem no perfil do *Instagram* de uma imigrante com uma foto sua em meio a uma plantação de abóboras, símbolo do *Halloween*. Nessa época do ano, a paisagem muda drasticamente e é muito comum os(as) imigrantes postarem foto dos preparativos e das comemorações dessa festividade. Filtros amarelados e tons marrons e alaranjados compõem a cena.

Figura 2 – Ilustração de uma postagem no *Instagram* de uma blogueira em meio à plantação de abóboras no outono canadense



Fonte: elaborada por mim.

Algumas publicações assumem um viés cômico, de rir quando algo dá errado, mas, ainda assim, tais publicações só são feitas depois que a situação chegou ao fim. Além disso, trata-se, sempre, de um engraçado ingênuo, que faz piada de uma queda sofrida na neve, da dificuldade que é arrumar os filhos para sair no inverno ou do gasto extra no mercado devido à confusão na identificação dos preços. Ou seja, uma visão alegre e leve.

A esse respeito, outra imigrante, Paula, 39 anos, proveniente da cidade de São Paulo, produtora de conteúdo de um famoso *blog* sobre a experiência de morar no Canadá, contou-me que, apesar de também participar ativamente dessa comunidade brasileira *online*, sentia-se desconfortável pelo modo como algumas postagens eram escritas. Segundo a blogueira, ela quase nunca entrava com o seu perfil pessoal em outros *blogs* para criticar ou discordar, mas,

certa vez, incomodou-se fortemente com uma publicação que ficou muito famosa na comunidade:

Paula: [...] não sei qual vai ser teu foco, tipo, dessa meio síndrome brasileira de vira lata, de falar que tudo no Brasil é uma bosta e tudo que é daqui é maravilhoso. [...] [mas] Elas tinham ido pro Brasil e [diziam] que se incomodavam porque o discurso brasileiro era super preconceituoso... e que, aqui, as pessoas eram super abertas, eram super incríveis e que só comiam morango silvestres todo dia e, do tipo: se eu vou na escola do meu filho, a mulher... Eu já me voluntariei aqui e tem criança que leva McDonalds frio para comer no lanche da escola, sabe? Tipo, essa coisa do idealizar me incomoda muito.

Eu: Sim, sim. Você acha que os *blogs* que fazem mais sucesso são esses mais idealizados?

Paula: Super! Que vende o sonho, né?

Paula deixou claro que a linguagem utilizada nas mídias sociais é idealizada. Sua fala sugere que as pessoas que migram para o Canadá estão preocupadas em sair do Brasil, abandonar o país e os aspectos ruins que elas observam, como insegurança, corrupção e custo de vida alto com baixa qualidade de vida, exatamente como afirmou a famosa blogueira no começo deste texto. A comparação com o Brasil, portanto, é inevitável e também é o que move essas postagens, o que dá visualizações e *likes*. “É o que vende o sonho”.

Além disso, Paula atentou-se ao fato de que esse conteúdo é também feito para um público consumidor ávido por sair do Brasil, mas que nunca vai imigrar de fato, embora se encante com essa possibilidade; leitores(as) que querem sair do Brasil e acompanham essa vida idealizada e romantizada vendida *online*:

Eu: E você acha que as pessoas que mais leem os *blogs*, elas estão aqui no Canadá ou estão no Brasil?

Paula: Eu acho que tem uma rixinha [risos], tipo, tem uma panela internética... É que eu acho que, nesses últimos dois anos, a *internet* também mudou muito por causa dos canais do *YouTube*, sabe?

Eu: Sim. Sim.


Paula: Mas eu acho que o cara que sonha tem uma coisa muito aspiracional, do cara que quer fazer o movimento e que nunca vai fazer. [...] Tem muita gente que me escreve que fala assim: “Meu, não tenho coragem de fazer o que você fez, mas era meu sonho”.

Eu: Entendi. Você acha que é mais algo conectado ao Brasil, então, mais uma ansiedade de querer sair do Brasil do que de fato pensar no Canadá? Está muito conectado...

Paula: Às vezes eu acho. As pessoas também não são bestas, né? Do tipo: quem entra em contato comigo tem um tipo de afinidade com o meu tom. Se as pessoas me perguntam coisas que são muito específicas, eu me faço super disponível, principalmente se tem criança, está com alguma dúvida que eu sei que a experiência que eu tive vai fazer diferença; eu marco *Skype*, dou meu telefone... de boa, sabe? Mas eu não respondo pergunta *random* que tem em qualquer fórum. Eu tento não responder coisa que eu vejo que tem uma provocaçãozinha também, porque rola... E, para mim, no final, o legado do *blog* é que eu realmente senti que eu não estava louca.

Eu: Mas porque você sentia que você estava louca?

Paula: Ah, porque eu olhava esse povo aqui falando no Canadá, que [o país] coloca um tapete vermelho para você e... “Os meus filhos comem vitamina de morango no café da manhã todos os dias” e... Aquela coisa meio, “Ai...”. Aqui tem um [*post*]



bom! “Mesmo quatro anos morando aqui no Canadá, ainda não me acostumei com a ideia do correio deixar as encomendas na porta da sua casa, sendo que você mora numa rua sem muro”. Tipo... Legal! É uma coisa que acontece, mas, no natal do ano passado, minha amiga mandou uma embalagem gigante de Nova Iorque e arrombaram a minha caixa de correio. Tipo, aonde tem gente nesse mundo, vai ter merda!

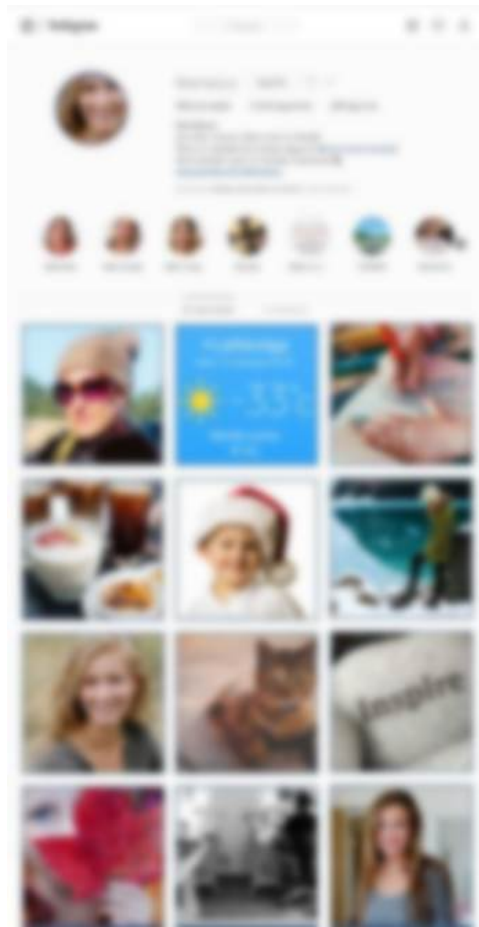
Eu: Sim. Sim. Como é que você classificaria essa visão? Do Canadá? Que esses *blogs* passam?

Paula: Idealizada, romantizada, oportunista... [risos]

Acompanhar esses *blogs*, canais do *YouTube* e perfis do *Instagram* se torna um hábito e desenvolve a vontade de migrar para essa terra onde “todos comem morango silvestre” no dia a dia. As cores claras e vibrantes ou em tons pastel dos *blogs* estão conectadas a essa visão. O fundo branco ou claro ajuda a corporificar essa ideia higienizada, limpa, idealizada desse lugar. A música alegre e animada nos vídeos do *YouTube*, as vinhetas festivas, sem movimentos bruscos, combinam com a imagem da imigrante tomando chá dentro de casa, ou passeando na rua e mostrando as folhas amareladas no chão.


A Figura 3 apresenta uma colagem feita por mim para representar uma conta do *Instagram*. Os sorrisos, as paisagens naturais, os animais de estimação e as fotografias de crianças compõem a cena. As imagens em tons mais claros, coloridos ou tons pastéis, a claridade nas fotografias e frases motivacionais – na nona foto lê-se a palavra “*inspire*” (cognata ao português) em uma pedra – materializam, na rede, a experiência migratória canadense. O visual não é agressivo e materializa essa visão bela, agradável, familiar e idealizada. Bebês, por exemplo, demandam muito cuidado, atenção, e podem trazer estafa para quem está encarregado de sua educação. Bebês sujos, que choram, gritam ou fazem birra não é algo incomum no cotidiano da maternidade, mas o é nas mídias sociais. Quando ocorre, a imagem vem acompanhada de um texto ou um vídeo com tom engraçado, editado depois que o bebê chorou ou fez birra, por exemplo, e um discurso de que “na hora foi ruim, mas agora é risível”. Experiências cotidianas com sujeira, falta de controle, cansaço ou desentendimentos são trazidas à tona sempre com um viés final esperançoso, depois que já se passaram por elas, que a sujeira foi limpa.

Figura 3 – Colagem ilustrativa de um perfil de uma conta no *Instagram*



Fonte: elaborada por mim.

Já presenciei *Stories* no *Instagram* ou vídeos no *YouTube* de imigrantes chorando, desesperadas. Ambos eram sobre perdas: uma havia perdido o cachorro e outra terminado o casamento. Não haviam sido editados. Foram publicados sem cortes e com bastante emoção, quase em um tom de desespero ou solidão extrema. O *Stories* não foi salvo e o vídeo no *YouTube* foi excluído. Esses exemplos evidenciam duas observações importantes. A primeira é a de que tais publicações não são interessantes para as mídias sociais. Não merecem ser deixadas *online* para outras pessoas assistirem. A segunda é a de que as produtoras de conteúdo releem e reassistem aquilo que publicam. Seu material é constantemente reorganizado e rearranjado com a finalidade de reiterar a mesma linguagem idealizada, higienizada e romantizada sobre o processo. Há uma reflexividade da experiência vivida pelas imigrantes que nos mostra que estar *online*, materializar experiências cotidianas, deixar marcas e rastros é, ao mesmo tempo, externalizar um comportamento e apagar as marcas das incoerências e inconstâncias vividas.



A entrevista com Paula, feita por *Skype*, mostra essa crítica que ela mesma faz às suas postagens. Em um determinado momento, na tentativa de exemplificar como é uma típica postagem nos *blogs*, aquela que é bem aceita pelo público, a blogueira passou a ler para mim alguns *posts* de seu próprio *blog*, o qual, à época de nossa interação, estava desativado:

Paula: “Tenho que concordar que o outono é a estação mais fotogênica do hemisfério norte”. Putz. “A luz linda, os contrastes, as cores são deslumbrantes, e há todo aquele charme bucólico daqueles filmes Meg Ryan andando pelo *Central Park*”, tipo, ah, meu filho... é óbvio [risos].

Eu: Mas quem escreveu isso?

Paula: Eu escrevi. “O outono também marca a minha chegada em [nome da cidade do interior do Canadá]: há um ano eu desembarcava aqui de mala e cuia. Foi impossível selecionar essas fotos sem pensar nesse último ciclo, então, eu quero aproveitar esse *post* para saber se tem muita gente que visita o *blog* e quer novidades, mas ainda não consegui escrever sobre esse primeiro ano aqui. Não tem sido fácil, mas uma hora sai”, porque as pessoas queriam saber, né? “Obrigada pelo carinho e tal”. Aí, eu mandei minilegendinhas assim: “Setembro é volta às aulas”; “Rolê de *bike*”... e é muito bonito mesmo o outono aqui.

Esse momento da entrevista com Paula foi muito rico, pois a blogueira se insere nesse processo de romantização *online* do Canadá e também faz a crítica, inclusive a si mesma, da maneira como a experiência migrante é traduzida nas mídias sociais. Enquanto lia suas postagens para mim, Paula, ao mesmo tempo, concordava com elas (“e é muito bonito mesmo o outono aqui”) e criticava essa visão com risos e expressões de descrédito (“Putz” e “ah, meu filho... é óbvio”). Essa experiência dela de releitura e reflexão sobre seus escritos, que presenciei, foi importante, pois pude recuperar as incoerências do cotidiano imigrante por meio da crítica que ela fazia ao seu próprio texto.

Tanto o texto quanto a estética visual do *post* se apresentavam para mim, leitor, coerente. A postagem acompanhava fotos do final da tarde e folhas amarelas, marrons e vermelhas caídas ao chão. A própria foto do perfil da imigrante tinha uma cor mais amarelada, manipulada digitalmente, que parecia ter sido tirada ao pôr do sol. Palavras como “charme bucólico”, “cores [...] deslumbrantes”, “luz linda” ajudavam a compor essa estética fílmica. A imigrante evidenciou várias vezes como o Canadá parece um lugar ficcional nas produções *online*, citando, inclusive, um filme da atriz Meg Ryan, famosa por atuar em filmes românticos da década de 90, como em *Feitos Um Para O Outro* (Figura 4). A alusão a esse filme também se conecta pela sua estética bucólica e romântica. Seus rastros incoerentes foram apagados na tradução da experiência do universo *online*, mas foram recuperados na releitura dessas postagens.

Figura 4 – Capa do DVD do filme da Mag Ryan que se passa em Nova Iorque



Fonte: Website Filmow.²⁶

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção do imaginário sobre o Canadá pelas imigrantes brasileiras está atrelada à produção de uma imagem romantizada e idealizada *online* que influencia o processo de migração para o país. Essa romantização e idealização da experiência migratória citada pelas minhas interlocutoras têm uma materialidade *online* que é traduzida em cores, poses, ângulos e sons. Nas fotografias, as pessoas estão sorrindo, fazendo sinal de “joia” com os dedos, brincando felizes com crianças ou animais de estimação ou se encontram em lugares turísticos. A música dos vídeos é vibrante, alegre, assobiada e cantante, aparecendo como pano de fundo para as vinhetas personalizadas ou em momentos de descontração. Neste texto, mostrei como essa produção acontece em *blogs*, *Instagram* e *YouTube*, a partir de imagens e relatos de experiência das minhas interlocutoras de pesquisa.

²⁶ Disponível em: <https://filmow.com/harry-sally-feitos-um-para-o-outro-t2738/>. Acesso em: 09 maio 2020.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana. Etnografia e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas. **Revista USP**, n. 86, p. 122-135, 2010.
- HINE, C. **Virtual Ethnography**. London, Sage, 2000.
- HIRAI, Shinji. ¡Sigue los símbolos del terruño!: etnografía multilocal y migración transnacional. In: Ariza, Marina; Velasco, Laura (orgs). **Métodos cualitativos y su aplicación empírica: por los caminos de la investigación sobre migración internacional**. México: UNAM - Colégio de la Frontera, p. 353-384, 2012.
- HOOKWAY, Nicholas. Entering the blogosphere: some strategies for using blogs in social research. **Qualitative research**, v. 8, n. 1, p. 91-113, 2008.
- KOSMINSKY, Ethel. Pesquisas qualitativas – a utilização da técnica de histórias de vida e de depoimentos pessoais em Sociologia. In: **Ciência e Cultura**, v. 38, n. 1, jan. 1986.
- LIMA, Márcia. O uso da entrevista na pesquisa empírica. **Métodos de pesquisa em ciências sociais: bloco qualitativo**, p. 24-41, 2016.
- MARCUS, George E. Ethnography In/of the World System: The Emergence of Multi-sited Ethnography. **Annual Review of Anthropology**, v. 24, p. 95–117, 1995.
- PELÚCIO, Larissa; PAIT, Heloísa; SABATINE, Thiago. **No emaranhado da rede: gênero, sexualidade e mídia—desafios teóricos e metodológicos do presente**. São Paulo: Annablume, 2015.
- POUPART, Jean et al. A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In. POUPART, Jean; DESLAURIERS, Jean-Pierre; e outros. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. v. 2, p. 215-53, 2008.
- RAMAN, Usha; KASTURI, Sumana. Performing transnational identity online: Women blogging from domestic spaces. In: DE KRUIJF, SAHOO. **Indian Transnationalism Online: New Perspectives on Diaspora**. Ashgate Publishing, Ltd. 2014. p. 41-66.
- SEGA, Rodrigo Fessel. Os usos das mídias sociais pelas imigrantes brasileiras no Canadá. **Revista Eletrônica Interações Sociais**, Rio Grande, v. 5, n. 1. 2021. No prelo.
- SEGA, Rodrigo Fessel. **Produções ciborgues: imigrantes brasileiras & mídias sociais no Canadá**. Tese (Doutorado em Sociologia) –, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, IFCH, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2020.
- TRAMMELL, Kaye D.; KESHELASHVILI, Ana. Examining the new influencers: A self-presentation study of A-list blogs. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 82, n. 4, p. 968-982, 2005.

www.editorapublicar.com.br
contato@editorapublicar.com.br
@epublicar
facebook.com.br/epublicar

Narrativas Audiovisuais:

Ficção, não ficção, experimentação
e hibridismos

João Paulo Hergesel
Organizador



2021

www.editorapublicar.com.br
contato@editorapublicar.com.br
@epublicar
facebook.com.br/epublicar

Narrativas Audiovisuais:

Ficção, não ficção, experimentação
e hibridismos

João Paulo Hergesel
Organizador



2021

