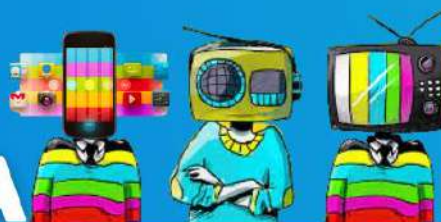




**ANAIIS**  
**6ª SEMANA**



**COMUNICAÇÃO**  
**UESPI PICOS**

**Democracia e desordem informacional:  
Debate sobre a regulamentação dos  
meios de comunicação**

Organização  
Thamyres Sousa de Oliveira  
Ruthy Manuella de Brito Costa  
Thaila Vitória Santos Vieira



**Organização**  
Thamyres Sousa de Oliveira  
Ruthy Manuella de Brito Costa  
Thaila Vitória Santos Vieira

## **ANAIS DA 6ª SEMANA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UESPI DE PICOS**

---

**Democracia e desordem informacional:  
Debate sobre a regulamentação dos  
meios de comunicação**

2024





## UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI

**Evandro Alberto de Sousa**  
Reitor

**Jesus Antônio de Carvalho Abreu**  
Vice-Reitor

**Mônica Maria Feitosa Braga Gentil**  
Pró-Reitora de Ensino de Graduação

**Josiane Silva Araújo**  
Pró-Reitora Adj. de Ensino de Graduação

**Raurys Alencar de Oliveira**  
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

**Fábia de Kássia Mendes Viana Buenos Aires**  
Pró-Reitora de Administração

**Rosineide Candeia de Araújo**  
Pró-Reitora Adj. de Administração

**Lucídio Beserra Primo**  
Pró-Reitor de Planejamento e Finanças

**Joseane de Carvalho Leão**  
Pró-Reitora Adj. de Planejamento e Finanças

**Ivoneide Pereira de Alencar**  
Pró-Reitora de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários

**Marcelo de Sousa Neto**  
Editor da Universidade Estadual do Piauí

**Universidade Estadual do Piauí**

Rua João Cabral • n. 2231 • Bairro Pirajá • Teresina-PI  
Todos os Direitos Reservados





**GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ**  
**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ - UESPI**



Rafael Tajra Fonteles **Governador do Estado**  
Themístocles de Sampaio Pereira Filho **Vice-Governador do Estado**  
Evandro Alberto de Sousa **Reitor**  
Jesus Antônio de Carvalho Abreu **Vice-Reitor**

**Administração Superior**

Mônica Maria Feitosa Braga Gentil **Pró-Reitora de Ensino de Graduação**  
Josiane Silva Araújo **Pró-Reitora Adj. de Ensino de Graduação**  
Raurys Alencar de Oliveira **Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação**  
Fábia de Kássia Mendes Viana Buenos Aires **Pró-Reitora de Administração**  
Rosineide Candeia de Araújo **Pró-Reitora Adj. de Administração**  
Lucídio Beserra Primo **Pró-Reitor de Planejamento e Finanças**  
Joseane de Carvalho Leão **Pró-Reitora Adj. de Planejamento e Finanças**  
Ivoneide Pereira de Alencar **Pró-Reitora de Extensão, Assuntos  
Estudantis e Comunitários**

Marcelo de Sousa Neto **Editor**

Autores **Revisão**

Organizadores **Diagramação / Revisão**

Editora e Gráfica UESPI **E-book**

Endereço eletrônico da publicação: <https://editora.uespi.br/index.php/editora/catalog/book/190>

**S471a** Semana de Comunicação da UESPI de Picos ( 6. : 2024 : Picos, PI).  
Anais da VI Semana de Comunicação da UESPI de Picos [recurso eletrônico]: democracia e desordem informacional: debate sobre a regulamentação dos meios de comunicação, 21 a 23 de fevereiro de 2024 em Picos, PI / Organizador por Thamyres Sousa de Oliveira, Ruthy Manuella de Brito Costa e Thaila Vitória Santos Vieira. - Teresina : FUESPI, 2024.  
E-book  
  
ISBN: 978-65-89616-75-7  
  
1. Democracia. 2. Meios de Comunicação. I. Oliveira, Thamyres Sousa de (Org.). II. Costa, Ruthy Manuella de Brito (Org.). III. Vieira, Thaila Vitória Santos (Org.). IV. Título.  
  
CDD: 302.23

Ficha Catalográfica elaborada pelo Serviço de Catalogação da Universidade Estadual do Piauí - UESPI  
Ana Angélica P. Teixeira (Bibliotecária) CRB 3<sup>ª</sup>/1217

**Editora da Universidade Estadual do Piauí - EdUESPI**

Rua João Cabral • n. 2231 • Bairro Pirajá • Teresina-PI

Todos os Direitos Reservados

# 6ª SEMANA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UESPI DE PICOS - 2024

## TEMA

Democracia e desordem comunicacional: debate sobre a regulação dos meios de comunicação

## PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO

Curso de Bacharelado em Jornalismo

Universidade Estadual do Piauí - Campus Professor Barros Araújo

## FINANCIAMENTO

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí - FAPEPI

## DATA E LOCAL

21 a 23 de fevereiro de 2024

Universidade Estadual do Piauí - Campus Professor Barros Araújo, Picos-PI

## A GENTE NÃO ANDA SÓ

### CAPA E DIAGRAMAÇÃO

Ruthy Manuella de Brito Costa

### COORDENAÇÃO GERAL

Jaqueline da Silva Torres Cardoso

Mayara Sousa Ferreira

### COMISSÃO CIENTÍFICA

Débora Maria dos Santos

Francisco Antonio Gonçalves de Carvalho

Israel de Sousa Pereira

Jailson Dias de Oliveira

Lana Krisna de Carvalho Morais

Marco Antônio de Oliveira Tessarotto

Maria Carmem Bezerra Lima

Raniel das Flôres Canuto

Thamyres Sousa de Oliveira

Vinícius da Silva Coutinho



## **COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO**

Ruthy Manuella de Brito Costa  
Beatriz de Sousa Silva  
Bismark Sousa Matos  
Caio Araújo Costa  
Ingredh Maysa Martins Pereira  
Josiana Araújo Santos  
Kátia Emanuelle Pereira Rodrigues  
Layanne de Sousa Rodrigues  
Milene Francisca Da Silva  
Nathielly Alves de Oliveira  
Rebeca da Silva Santos Dias  
Victoria Saldanha Silva

## **COMISSÃO FINANCEIRA**

Lana Krisna de Carvalho Morais  
Layanne de Sousa Rodrigues  
Matheus Moura Alencar de Barros

## **COMISSÃO DE PREMIAÇÃO E MOSTRAS**

Flávio Menezes Santana

## **QUEM TAMBÉM VOLTOU E/OU NOS AJUDOU A MOVIMENTAR A RODA**

Aderlon Amorim  
Adriana Cristina Alves do Amaral  
Aline Wendpap Nunes de Siqueira  
Arlete Nery de Andrade  
Bruna de Sousa Moura Fé  
Clebson Lustosa  
Francisco das Chagas Machado Brandão  
Giselle Gomes da Silva Prazeres  
Ítalo Rômany de Carvalho Andrade  
Ivan Paganotti  
Jaqueline de Sousa Figueredo Costa Rajner  
João Paulo Hergesel  
Joaquim Cantanhêde  
Júnia Mara Dias Martins  
Júnior do Vale Lucena  
Mayra Ferreira  
Mayrla Frazão de Lima  
Pollyana Ferrari  
Rosane Martins de Jesus  
Sammara Jericó Alves Feitosa  
Sergio dos Santos Clemente Júnior  
Sônia Maria dos Santos Carvalho  
Vinicius Ferreira



# GRUPOS TEMÁTICOS

## **GT 1 - Estudos de Jornalismo**

Coordenadores: Prof Dr Marco Antonio Tessarotto e Ms Raniel das Flôres Canuto

O Grupo de Trabalho recebe pesquisas desenvolvidas ou em andamento que versem sobre práticas e processos voltados ao jornalismo, desde as mídias tradicionais às digitais.

## **GT 2 - Processos de Comunicação**

Coordenadores: Prof Ms Jailson Dias e Prof Ms Isael de Sousa Pereira

O Grupo de Trabalho abrange a grande área da comunicação, de forma geral, quanto às mensagens, linguagens, códigos trocados entre emissor e receptor, por qualquer canal. Abarca também o jornalismo, passando pelas relações públicas, marketing e publicidade.

## **GT 3 - Pesquisas Interdisciplinares no Sertão Piauiense**

Coordenadores: Profa Ms Lana Krisna e Mestrando Vinícius Coutinho

Este Grupo de Trabalho recebe trabalhos que versam sobre o encontro de áreas, mas cuja abrangência geográfica seja o Sertão do Piauí, no campo das ciências humanas e sociais. A intenção é que estudos de diversas áreas dialoguem em busca de conhecimento e melhor convivência no sertão piauiense.

## **GT 4- Direitos, políticas públicas e desenvolvimento social**

Coordenadores: Profa Dra Carmem Bezerra e Prof Ms Francisco Antonio

O Grupo de Trabalho recebe estudos de natureza teórica, analítica ou empírica e tem natureza interdisciplinar, uma vez que direitos, políticas públicas e desenvolvimento social devem acompanhar todas as áreas. Trabalhos que versem sobre ações afirmativas, meio ambiente, habitação, proteção de crianças e adolescentes, educação, participação social, saúde, pessoas com deficiência, questões fundiárias urbanas, migração, relações de trabalho, desenvolvimento humano e outros contemplam a proposta.



# SUMÁRIO

## GT 1 - ESTUDOS DE JORNALISMO

### **Caso Janaína Bezerra: análise comparativa de como os portais G1-Piauí e UOL noticiaram o caso de feminicídio. .... 14**

Ana Vanessa Torres Barros  
Josiana Araujo Santos  
Nathielly Alves de Oliveira  
Rebeca da Silva Santos Dias  
Ruthy Manuella de Brito Costa

### **Linha Direta: Uma análise da rememoração do caso Barbárie de Queimadas ..... 29**

Nathielly Alves de Oliveira  
Rebeca da Silva Santos Dias  
Thaila Vitória Santos Vieira  
Thamyres Sousa de Oliveira

### **Espetacularização da morte da “Rainha da Sofrência”, Marília Mendonça ..... 44**

Lorraine Nascimento de Oliveira  
Ruthy Manuella de Brito Costa

### **Análise comparativa da cobertura dos programas Jornal Nacional e Jornal da Record sobre o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff..... 53**

Beatriz de Sousa Silva  
João Pedro Nunes

### **Novas formas de jornalismo: análise da performance da jornalista e influencer Giovana Braga no TikTok..... 65**

Vanessa Maria de Carvalho Silva  
Marco Antônio de Oliveira Tessarotto

### **ALÉM DAS QUATRO LINHAS: Análise do caso Cuca e seus reflexos na mídia esportiva..... 79**

Kawhê Dheckmann Fontes Gonzaga  
Ruthy Manuella de Brito Costa

### **Análise das Vozes no Matéria Jornalística “Teima, Lula, teima”: um Estudo de Caso..... 97**

Sammara Jericó Alves Feitosa





**Cidade Alerta e a Espetacularização da Violência Escolar: Uma Análise Crítica da Cobertura Midiática..... 110**

Alisson Breno Dias de Sousa  
Matheus Moura Alencar de Barros  
Paloma Aparecida Machado de Sousa  
Thaila Vitoria Santos Vieira  
Ruthy Manuella de Brito Costa

**ÉTICA FOTOGRÁFICA EM TEMPOS DIGITAIS: Reflexões sobre compartilhamento, recebimento e veiculação de imagens ..... 123**

Nayara Kelly Paiva de Sousa  
Jamile de Sousa Bezerra  
Isael de Sousa Pereira

**GT 2 - PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO**

**O Papel dos Influenciadores Digitais na Construção de Marcas e na Formação de Opinião Pública ..... 139**

Camylla de Sousa Silva  
Luciana França Pereira Primo  
Marília da Silva Rocha  
Rita de Cassia Silva do Nascimento  
Debora Maria dos Santos

**A ascensão dos streamings no Brasil: Uma análise da Netflix como uma das maiores e mais populares plataformas de streaming em termos de assinantes e catálogo global..... 152**

**Emilianny Barbosa Pachêco**

Ingredy de Andrade Silva

**Jornalismo e Academia em Tempos de “Tiktokização” do Conhecimento Científico: Leituras e Interfaces da Comunicação e Educação ..... 163**

Marco Antônio de Oliveira Tessarotto

**Notas para pensar como a violência policial pode ser lembrada na comunicação ..... 174**

Victória Souza Nascimento  
Thamyres Sousa de Oliveira

**Corpo feminino como mercadoria: Como a mídia produz, distribui e cria consumidores..... 189**

Kássia Letícia Ribeiro da Costa Fernandes



**A (re)construção do ser masculino: Uma análise do conteúdo no aplicativo grinder em Juazeiro-Ba em 2023 ..... 203**

Joel Bastos Alves  
Ceres Santos

**Comercialização de imagem de artistas póstumos sob a óptica da indústria cultural..... 214**

Antônio Cesar de Lima Pereira  
Beatriz de Sousa Silva  
Cainan Goncalves Vieira da Silva  
Davi Barbosa Petrola  
Debora Maria dos Santos

**Do Xote ao Pizeiro: Uma Análise dos Signos de Nordestinidade nas Canções “A triste Partida” (1964) e “Matuto sim sinhô” (2022)..... 225**

Lana Krishna de Carvalho Moraes  
Emilianny Barbosa Pachêco  
Ingredy de Andrade Silva

**O Jornal Estudantil Flâmula e a memória sobre a seca em Picos-PI ..... 240**

Jailson Dias de Oliveira

**GT 3 - PESQUISAS INTERDISCIPLINARES NO SERTÃO PIAUIENSE**

**Diálogo Cultural: Meios de Comunicação e Identidade Local em Picos... 255**

Arthur Sousa Mariano  
João Mikael dos Santos Lopes  
Victória Saldanha Silva  
Débora Maria dos Santos

**Análise das redes e estratégias comunicacionais do filme Bacurau ..... 266**

Kátia Emanuelle Pereira Rodrigues  
Lana Krisna de Carvalho Moraes

**Deserto de Notícias: Os Desafios da Informação na cidade de Bocaina.... 279**

Arthur Sousa Mariano  
João Mikael dos Santos Lopes  
Lana Krisna de Carvalho Moraes



**Além da Rima: Análise das Obras Poéticas de Bráulio Bessa e o Orgulho de Ser Nordestino..... 292**

Milene Francisca da Silva  
Lana Krisna de Carvalho Morais

**História do fotojornalismo no Piauí: contribuições de Cristino Varão..... 307**

Mikaelly Nagyla da Silva Santos  
Mayara Sousa Ferreira

**GT 4- DIREITOS, POLÍTICAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO SOCIAL**

**“É de todos”? Entre a inclusão e a exploração da imagem negra na campanha publicitária do cartão de todos em 2023..... 322**

Mikaelly Nagyla da Silva Santos

**O jovem a caminho da fé: a comunitarização do grupo Apostolado de Oração em São Luís do Piauí ..... 332**

Layanne de Sousa Rodrigues  
Evandro Alberto de Souza



# APRESENTAÇÃO

A 6ª Semana de Comunicação da Uespi de Picos aconteceu de 21 a 23 de fevereiro de 2024. A data parecia distante quando, em uma tarde de maio de 2023, resolvemos pensar no tema do evento e na programação. Ainda atordoados com a avalanche de desinformação que presenciamos, durante a pandemia de Covid-19 e as eleições de 2022, o tema não tinha como ser outro Democracia e desordem comunicacional: debate sobre a regulação dos meios de comunicação.

Debater a regulação dos meios de comunicação é crucial em tempos em que a desinformação e desordem informacional se proliferam rapidamente, influenciando a opinião pública e o processo democrático. A regulação não visa cercear a liberdade de expressão, mas garantir que a informação divulgada seja precisa, ética e responsável. Em uma democracia saudável, é essencial que os meios de comunicação atuem como vigilantes do poder e como fontes confiáveis de informação para a população.

Além disso, a discussão sobre regulação nos permite avaliar o papel das plataformas digitais e das novas tecnologias na disseminação de conteúdo. Em um cenário onde as redes sociais têm um impacto significativo na formação de opiniões, é fundamental que haja um debate sobre como essas plataformas podem ser reguladas para evitar abusos e garantir a transparência. O objetivo é construir um ambiente informacional que fortaleça a democracia e promova o debate público de qualidade.

No evento, fomos estimulados a pensar a comunicação do ponto de vista ético e a entender como as tecnologias podem ser aliadas neste processo. A intenção foi trazer quem pesquisa e/ou quem faz comunicação para o semiárido do Piauí a fim de que trocássemos ideias, aprendêssemos autores novos, conhecêssemos técnicas jornalísticas e comunicacionais e que falássemos também das “flores e dores” de quem resolveu fazer do jornalismo o seu “ganha-pão”.

O evento foi realizado por várias mãos. Professores, discentes, profissionais que atuam no mercado local e regional ajudaram desde a sugestão de nomes, participação nas atividades e realização das palestras e minicursos. Este ano o evento contou com um novo Grupo de Trabalho “Direitos, políticas públicas e desenvolvimento social”. A ideia é fazer com que o campo da comunicação que, segundo o pesquisador José Luiz Braga (2011), recebe influências de diferentes áreas como sociologia, psicologia, história, matemática e outros, seja um lugar cada vez mais agregador e com a discussão sobre direitos presente.

O evento é muito importante, pois através desses diálogos os discentes desenvolvem um olhar crítico sobre determinados temas e conhecem outras realidades, como é o caso do Jornal O Pedreirense, da cidade de Pedreiras, no Maranhão. Este jornal é uma mídia alternativa que se diferencia dos outros veículos aos quais os estudantes estão acostumados. É crucial buscar diversidade para esses eventos, assim surgem ideias nos discentes para tentar algo novo e escapar dos padrões impostos pelo mercado.



Além disso, influenciar os discentes a apresentarem suas obras desenvolvidas nas disciplinas do curso ajuda a estimular essas produções e até a melhorar o que já foi feito. A Semana de Comunicação Social da UESPI oferece apresentações de trabalho e concursos que incentivam os alunos a sempre buscarem algo novo e melhorarem suas habilidades.

Na 6ª edição, só podemos desejar que o evento tenha vida longa, que se tenha mais investimento em pesquisa (obrigada Fundação de Amparo à Pesquisa do Piauí - FAPEPI, por nos auxiliar nos custos) e que o pensar e fazer comunicação seja cada vez mais expandido para o interior.

Thamyres, Ruthy e Thaila.

# GT 01



## Estudos de Jornalismo

O Grupo de Trabalho recebeu pesquisas desenvolvidas ou em andamento que versem sobre práticas e processos voltados ao jornalismo, desde as mídias tradicionais às digitais.

### Coordenação



Prof Dr. Marco Antonio Tessarotto  
Prof. Me. Raniel das Flôres Canuto



---

## **Caso Janaína Bezerra: análise comparativa de como os portais G1-Piauí e UOL noticiaram o caso de feminicídio.**

Ana Vanessa Torres BARROS  
Josiana Araujo SANTOS  
Nathielly Alves de OLIVEIRA  
Rebeca da Silva Santos DIAS  
Ruthy Manuella de Brito COSTA  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

O presente artigo tem como objetivo comparar duas notícias do jornalismo local do portal G1 PIAUÍ e o jornalismo nacional, portal UOL, sobre o caso de feminicídio da estudante de jornalismo da UFPI, Janaína Bezerra, na cidade de Teresina-PI. Os autores Santana (2004), Terrero, Aguirre e Cervera (1997) e Rodrigues de Souza e Lopes (2019) são utilizados como embasamento teórico deste trabalho. As estratégias metodológicas usadas são análise de conteúdo, pesquisa bibliográfica, método comparativo e a abordagem qualitativa. Como considerações finais, apontamos a importância da necessidade que ainda existe de aprofundamento maior nas áreas de pesquisa sobre esse tema e como o feminicídio e as mulheres ainda são retratados na mídia com desprezo.

**Palavras-chave:** Janaina Bezerra; Crítica da Mídia; Feminicídio; G1 Piauí;

### **Introdução**

O termo “feminicídio” surgiu em 1970 e foi usado pela primeira vez pela sul-africana Diana Russel, em Bruxelas, na Bélgica. Em 1976, Diana participou do Tribunal Internacional de Crimes contra Mulheres e defendeu a ideia de nomear especificamente crimes cometidos contra mulheres.

O feminicídio é o homicídio de uma mulher por ser mulher, ou seja, em decorrência da violência de gênero (misoginia). Segundo levantamento feito pelo portal G1, os casos de feminicídio aumentaram 5% em 2022 comparado a 2021, com base em dados oficiais disponibilizados pelos estados e o Distrito Federal. São mais de 1,4 mil mortes femininas, o que equivale, em média, a um homicídio a cada 6 horas. Em janeiro de 2023, a estudante de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí, Janaína Bezerra, foi covardemente violentada e morta nas dependências da faculdade. O caso teve grande repercussão no estado e no país pelas condições que o crime ocorreu e quem o cometeu.

Preocupadas com o papel da mídia na abordagem do caso, os efeitos que o jornalismo produz e as opiniões que constrói, o presente artigo tem como objetivo geral analisar de modo

comparativo como o jornalismo local e o jornalismo nacional noticiaram o caso de feminicídio da estudante Janaína Bezerra. Para isto, foram escolhidos dois portais, o G1 Piauí e o UOL, por terem reportagens consideradas “completas”. Nessas análises, os principais pontos a serem abordados são: os sentidos produzidos da abordagem noticiosa dos dois veículos, identificarem as estratégias de atenção utilizadas pelos veículos de comunicação e comparar a abordagem e arquitetura noticiosa do veículo local e do veículo nacional.

### **Espetacularização da violência na mídia**

A violência é pautada todos os dias na mídia brasileira: durante o café da manhã, almoço em família e jantar com os amigos. O noticiário é sempre recheado de reportagens sobre mortes, acidentes e tragédias. Coberturas especiais são feitas sempre que necessário e os assuntos são discutidos em todos os meios de comunicação convencionais: rádio, televisão, jornais e revistas, entretanto, além destes, os acontecimentos também repercutem nos canais online de notícias e páginas de entretenimento.

De modo geral, grande parte do consumo noticioso diário é por acontecimentos desastrosos e violentos. O sangue nas reportagens é comum e as pessoas já esperam por notícias trágicas ao ligar a TV, o rádio e acessar os portais digitais de comunicação. O grande problema aqui detectado é como a mídia faz a abordagem da violência e como isso reflete na sociedade e seus costumes. Os fatos violentos são explorados e utilizados pela grande mídia como forma de atrair e manter a atenção do telespectador/leitor. Segundo Santana (2004), a mídia é o maior canal de propagação e tem alcance pleno de toda a sociedade, os donos dos meios de comunicação não devem utilizar dos veículos para fazer suas vontades como se fossem entes absolutos, impondo à sociedade o que querem.

A espetacularização da violência é também motivo de lucro para os conglomerados midiáticos, é o que gera audiência e às vezes bate recordes de visualizações. Programas como Cidade Alerta (Record TV), Balanço Geral (Record TV), Brasil Urgente (Rede Bandeirantes) e Alerta Total (Rede Família) noticiam, em sua maioria, casos policiais e violência em rede aberta de televisão. As apresentações são sempre espetacularizadas, com exibição de imagens fortes. Estudiosos pesquisam desde o início da massificação dos meios de comunicação os impactos e consequências que a notificação e a frequente temática de crimes na mídia pode afetar a vida cotidiana de uma sociedade, especialmente, daqueles que moram em grandes centros urbanos. Terrero, Aguirre e Cervera (1997, p. 9) afirmam que “as pessoas que vivem em cidades grandes parecem estar sempre em um estado de tensão e medo e a mídia é, em parte, culpada disso.” não se pode negar que crimes acontecem o tempo todo nas metrópoles, mas a



abordagem midiática fortalece o medo da população. Entretanto, os meios de comunicação fortalecem também o consumo de conteúdo violento por serem os mais exibidos no veículo noticiosos.

Santana (2004) diz que além do papel informativo, a mídia também tem o dever de cumprir um papel social construtivo.

Dentre eles, a mídia, que deve ser passaporte para a inclusão social, promotora da educação em valores, respeitando a cultura e as crenças de cada comunidade. A mídia detém o privilégio do alcance pleno. Falta-lhe encontrar seu verdadeiro sentido de indutora da cidadania, ou seja, despertar no indivíduo o interesse pelo bem comum, pelo bom funcionamento das instituições, pelo bem-estar da coletividade. Divulgar a ideia de priorização dos valores fundamentais: a vida, a liberdade, a paz, o respeito mútuo. Motivar o indivíduo na busca da auto-realização, da mudança de atitudes que fortaleça o caráter, promova a tolerância em relação à família, aos amigos, aos co-habitantes. Favorecer o desenvolvimento de uma consciência crítica para uma maior justiça na percepção e discernimento dos bens comuns da humanidade. (SANTANA, 2004, p. 4)

A grande mídia banaliza e normaliza a violência, esquecendo que deve estar integrada em uma comunicação construtiva, favorecendo o desenvolvimento das sociedades, afinal, são as notícias e comportamentos divulgados e utilizados nos meios de comunicação, que formam opiniões e contribuem com o pensamento crítico.

### **Jornalismo na cobertura de violência contra a mulher**

Como já mencionado, a violência está presente no cotidiano dos brasileiros: assaltos, mortes, acidentes, estupro. A cultura do consumo de notícias violentas já está impregnada nas vivências da população, seja ao ligar a televisão, escutar o rádio ou abrir as redes sociais. Algo que chama atenção sobre isso, no entanto, são a frequência que as mulheres estão presentes em matérias de teor violento e quantas vezes são as vítimas. É ainda mais preocupante as formas que são retratadas e como as matérias são escritas.

Conforme SANTANA (2004), o papel do jornalismo acima de tudo é informar, porém, não se restringe a isso. Além do informativo, o jornalismo também molda a forma e constrói opiniões, sendo a maior ponte com a sociedade.

O patriarcado ainda fortemente presente nas sociedades reproduz o machismo e perpetua a violência contra mulheres e no jornalismo não é diferente.

Mediante pesquisa e observação, Rodrigues de Souza e Lopes (2019) apontam que o feminicídio ainda não tem o devido espaço para ser debatido no jornalismo, muitas vezes tratado como crime passional.

O jornalismo traz matérias sobre violência contra a mulher, mas normalmente essas notícias estão dentro da editoria policial e trazem muito pouca reflexão e criticidade, apresentando naquele estilo tradicional do jornalismo moderno informações principais no lead e muitas vezes alguma fala do acusado da agressão, que costuma se defender alegando provocação da mulher ou ciúmes. Os crimes chegam a ser descritos como passionais. (RODRIGUES DE SOUZA E LOPES, 2019, p. 27)

Os autores ainda destacam a importância que as fontes têm e da relevância de escutar a vítima no processo de escrita de uma reportagem. A sociedade patriarcal é constantemente beneficiada por matérias tendenciosas que incitam o ódio e colocam as mulheres como responsáveis pela violência sofrida, como se fosse um tipo de punição merecida em decorrência de suas ações.

Difícilmente há espaço para a fala dessa mulher ou de algum representante que possa discutir sobre a situação da violência. A repetição desse padrão pode causar uma espécie de reforço na opinião de que a violência contra a mulher é causada até mesmo como uma resposta às suas próprias atitudes. Não há uma repetição, assim como há de que a mulher sofreu violência com uma justificativa do agressor, de que a violência não é aceitável e que resultado do machismo e do patriarcado. (RODRIGUES DE SOUZA E LOPES, 2019, p. 27)

A mídia hegemônica normaliza a violência feminina e isso reflete diretamente em como a sociedade funciona. O feminicídio acontece em decorrência da violência de gênero sofrida todos os dias pelas mulheres, sejam agressões físicas ou psicológicas.

Grandes coberturas como foi o caso “Eloá”, onde as negociações entre o agressor e a polícia tiveram interferências diretas da apresentadora e jornalista Sônia Abrão, resultando na trágica morte da adolescente e as matérias expositivas, algumas chegando a descrever a posição sexual de Janaína quando morta provam que os meios de comunicação, seus empregados e donos ainda têm muito que aprender. Acima de tudo, mostram como a figura feminina é constantemente deteriorada na mídia, suas atuações e corpos são apenas produtos a serem explorados pela sociedade capitalista e industrial que vivemos.

## **2 A vítima e o crime a partir da perspectiva midiática**

Janaína da Silva Bezerra era uma estudante de jornalismo de 21 anos, 1,50 de altura, filha do mecânico Adão Bezerra do Nascimento e da dona de casa Maria do Socorro Nunes, foi a primeira pessoa de sua família a ingressar no ensino superior. Juntamente com sua mãe, para ajudar na renda familiar, fazia bolos para vender, para conseguir comprar o computador sonhado pela estudante, faltava apenas dois anos para a tão formatura, para a qual a vítima já

tinha começado a juntar suas economias. De acordo com portais jornalísticos, os pais e a irmã Janiele Silva sempre reafirmaram a vontade e desejo da garota em ser jornalista.

A vítima pretendia futuramente publicar um livro, em suas redes sociais, Janaina declamava poemas de autoria própria, no início de janeiro ela publicou uma poesia onde dizia que “ansiava pelo futuro”,

A família descreveu a jovem como alguém dedicada aos estudos e cheia de sonhos. “Era muito estudiosa. Só vivia para estudar. Gostava muito de ler, falava que um dia iria escrever um livro. Assim que entrou na universidade, precisava muito de um computador e, sem ter condições, começou a fazer bolos no pote para vender e conseguir comprar” (G1 PIAUÍ 2023).

Janaína Bezerra foi estuprada e morta na Universidade Federal do Piauí (UFPI) em Teresina. Ela foi encontrada sem vida em uma das salas principais da universidade em 28 de janeiro. O crime aconteceu em uma calourada dentro da Universidade, mais precisamente dentro da sala de estudos do criminoso, onde levou a vítima para o local cerca das 2hrs30 pra 3h do sábado (28), fora do local do acontecimento não tinha câmeras, no local havia um colchão que de acordo com as testemunhas seria o local de descanso do assassino, que após o assassinato havia muito sangue;

Segundo matéria publicada no dia 31 de janeiro de 2023, via portal G1 do Piauí, um rapaz estava com a vítima no departamento de matemática da UFPI junto com o suspeito na manhã do dia 28 de janeiro. A segurança da universidade encontrou a dupla. Thiago segura Janaina inconsciente em seus braços. Em seu depoimento prestado à justiça, o segurança que abordou Thiago e seu amigo disse que viu dois meninos andando enquanto ele fazia a rota no departamento de matemática da instituição por volta das 9h40 do dia 28 de janeiro de 2023, em um sábado. Um deles segurava Janaina nos braços. Ao abordá-los, o segurança disse ter notado que a jovem estava sem pulso e que suas pupilas estavam "rolando". O segurança perguntou: “A menina morreu, o que aconteceu?” O menino [Tiago] respondeu que a aluna tinha bebido muito.

Nas investigações foram descobertas as tentativas de apagar vídeos e fotos realizados pelo estudante de mestrado, que foram recuperados na investigação, onde tinham provas que mostrava Janaina desacordada e ambos sujos de sangue. O suspeito do caso de estupro e homicídio, o mestrando da UFPI Thiago Mayson da Silva Barbosa, foi preso e autuado por duplo crime, incluindo estupro, defraudação e difamação de cadáver.

As qualificadoras para o crime de homicídio são formas de somar outros crimes na acusação para aumentar a pena. No caso de Thiago Mayson, dois pontos foram considerados agravantes: emprego de meio cruel (já que ela

---

morreu em decorrência de uma asfixia em que teve o pescoço quebrado) e por feminicídio (considerando a condição de mulher da vítima) (G1 PIAUÍ 2023).

De acordo com o laudo da autópsia, Janaína foi estuprada e teve o pescoço quebrado Thiago afirmou que fez sexo consensual com Janaína, mas a encontrou á morta e entrou em pânico antes de procurar ajuda O caso chocou a cidade de Teresina e gerou discussões sobre a violência contra a mulher

O G1 PIAUI apurou que a sala de aula onde ocorreu o estupro e assassinato de Janaína Bezerra está fechada há um mês. A coordenação do Programa de Pós-Graduação em Matemática informou que outra sala foi disponibilizada aos estudantes de mestrado e doutorado. (G1 PIAUÍ 2023).

Segundo reportagem do G1 PIAUÍ (2023), o procurador disse que ele tinha "vestígios de doença mental". Mayson tinha um histórico de fracasso escolar, poucos amigos e era considerado um "bom aluno" antes do brutal assassinato. O crime chocou o Brasil pela brutalidade e quando ocorreu durante um evento universitário não autorizado. Mayson é acusado de estuprar a vítima várias vezes, inclusive após sua morte.

Após o acontecido a UFPI decretou luto pela morte da estudante e suspendeu as atividades no dia 30 de janeiro em uma segunda-feira. O medo foi implantado naquele local, onde era pra ser um lugar de segurança e acolhimento, para muitos (as) veio a ser um local de muita tristeza e aflição, ao lembrar de todo o acontecido.

O portal da UFPI de Teresina, a Administração Superior da Universidade Federal do Piauí (UFPI) anunciou, no dia 30 de janeiro, algumas das medidas relativas ao enfrentamento de questões ligadas à ocorrência que levou ao falecimento da aluna Janaina da Silva Bezerra.

No dia 06 de fevereiro o reitor Gildásio Guedes recepcionou a Secretaria de Estado da Mulher para a realização de um protocolo de enfrentamento à violência de gênero. Todos os funcionários foram interrogados. Na manhã do dia 8 de março, foi realizada uma operação silenciosa em frente à portaria da Universidade Federal do Piauí (UFPI) contra o Piauí por feminicídio. Já a estudante de jornalismo Janaína Bezerra publicou um manifesto neste local após o assassinato de uma caloura do Centro de Ciências Naturais (CCN).

“Esse ato é para fazermos uma reflexão, sobre os casos de feminicídio, que tem acontecido em nosso Estado. Mais especificamente o caso bárbaro da Janaína Bezerra. Queremos conscientizar a sociedade por mais respeito às mulheres”, disse Tatiane Cardoso, que realizou o evento (PORTAL O DIA 2023).

O caso Janaína Bezerra em Teresina, Piauí, recebeu ampla cobertura da mídia brasileira, especialmente da mídia local. A maioria dos veículos de comunicação destacou a brutalidade

do crime, o fato de que a vítima era uma estudante de jornalismo jovem e promissora, e o fato de que o suspeito era um aluno de mestrado da Universidade Federal do Piauí. Alguns veículos também destacaram as manifestações públicas em homenagem a Janaína e em protesto contra a violência contra a mulher. Além disso, vários especialistas em direito penal e em questões de gênero foram entrevistados para comentar o caso e a necessidade de uma resposta adequada do sistema judicial.

Foi amplamente discutido no *Instagram* por usuários que compartilhavam notícias sobre o crime e expressavam sua indignação e tristeza. Muitos usuários também usaram a *hashtag* #JustiçaParaJanaína para pedir uma resposta adequada do sistema judicial e exigir que Thiago Mayson da Silva Barbosa seja responsabilizado pelo crime que cometeu. Alguns usuários também compartilharam informações sobre como denunciar casos de violência contra a mulher e destacaram a importância de se falar sobre o assunto para combater a cultura do estupro e da violência de gênero.

Um mês após o brutal assassinato de Janaína Bezerra da Silva na Universidade Federal do Piauí, o principal suspeito do crime, Thiago Mayson Barbosa foi preso e o caso seguiu em andamento na justiça. A família de Janaína sentia a dor da perda, e para velar o corpo o DCE da Universidade Federal do Piauí, se mobilizou em prol de uma vaquinha em uma campanha solidária, para arcar com os custos imediatos do velório de Janaina.

A mãe de Janaína foi uma voz forte na busca por justiça para sua filha e para garantir que o caso fosse tratado com a devida seriedade pelas autoridades. Enquanto isso, a comunidade acadêmica e a sociedade em geral continuam a expressar sua indignação e pedir mudanças para garantir a segurança de todos nas universidades e em outros espaços públicos.

As Universidades do Piauí protestam por justiça, para fazer manifestações e pedir justiça pela morte sórdida da estudante, o caso impactou e marcou a vida da grande população do Piauí, trazendo temor à vida, principalmente aos jovens do campus UFPI onde tudo aconteceu.

Estudantes da Universidade federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Universidade Federal do Pará (UEPA) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) publicaram em suas redes sociais data e horário das manifestações (G1 PIAUÍ 2023).

O caso foi para o Júri Popular, o projeto foi decidido no dia 24 de maio, após decisão do Juiz do Primeiro Júri Regional de Teresina, Antônio Reis de Jesus Nollêto. Informação de que o processo decorreu em segredo de justiça. Tanto as testemunhas quanto os réus depuseram

nas instruções e na audiência de julgamento em 24 de maio. Assim, a reunião decidiu enviar o caso ao Tribunal do Júri. O réu ainda pode recorrer da decisão.

Em 29 de maio de 2023, Thiago Mayson da Silva Barbosa foi condenado pelo estupro e assassinato da estudante de jornalismo da Universidade Federal do Piauí. O assassino Thiago Mayson foi colocado em prisão preventiva. As investigações da polícia civil concluíram que Janaína morreu em decorrência de um trauma na coluna cervical causado pela agressão, a soma das penas pode chegar a 50 anos.

A psicologia forense nos dá um traço desse homem como um psicopata. Ele pode ter aquelas fantasias sexual pelo ato que praticou. Não é normal o ser humano fazer isso. Ele sabia o que estava fazendo, disse que não pensou na hora, mas todas as práticas apontam noutro sentido: estupro duas vezes a vítima, cometeu vilipêndio ao cadáver que é manter relações após de morta, teve a fraude processual e o feminicídio", disse o promotor (G1 PIAUÍ 2023).

Após quatro meses do assassinato de Janaina, a TV Cidade Verde retornou a casa em que ela vivia com os pais para se atentar da atual situação deles, os pais de Janaína atualmente estão desempregados, vivendo de ajuda e de doações, e vaquinhas da própria universidade, a estudante de jornalismo era principal fonte de renda da família através das bolsas e auxílios universitários que recebia.

### **3 Feminicídio de Janaina Bezerra a partir das narrativas noticiosas do G1 PIAUÍ**

Para a análise comparativa feita neste artigo foram utilizadas duas matérias de dois veículos distintos, o G1 Piauí (matéria publicada no dia 6 de fevereiro de 2023) e o UOL (publicada no dia 7 de fevereiro de 2023), ambas em seus respectivos sites de informação.

As determinadas matérias foram escolhidas pois são duas abordagens bem completas sobre o assunto, apesar de terem pontos diferentes que serão analisados a seguir. Outro critério que influenciou na escolha foi o fato de um ser um veículo regional e outro nacional, esse fato influencia na hora da análise das abordagens midiáticas, por serem nichos distintos é importante que haja uma comparação sobre como cada um abordou o caso.

Os critérios para a análise foram as estratégias de atenção utilizadas na abordagem, o título das matérias, adjetivos utilizados ao longo do texto para se referir a vítima e ao agressor, imagens escolhidas para compor e quais fontes foram usadas. Também a ordem que as informações foram agrupadas, quem escreveu o texto da notícia e quais sentidos foi produzida a partir do conteúdo que foi publicado em cada portal.

O feminicídio é um problema grave e alarmante que merece uma análise detalhada. O termo "feminicídio" refere-se ao assassinato de mulheres simplesmente pelo fato de serem

mulheres, manifestando-se como uma forma extrema de violência de gênero. É um fenômeno que ocorre em diferentes partes do mundo e está enraizado em desigualdades históricas e desenvolvido entre homens e mulheres.

O crime contra Janaína Bezerra repercutiu em todo o Brasil, causou choque e abalou a população brasileira, um sentimento de insegurança e revolta tomou conta da sociedade e principalmente dos estudantes das universidades do país, pois fica o questionamento se os locais de ensino são realmente seguros para os estudantes habitarem. O que deve ser atentado é a forma que a mídia aborda os casos, em específico os de feminicídio, os veículos de comunicação tem o poder de transformar a visão do público a partir da forma como expõem um determinado acontecimento, cada mínimo detalhe de uma matéria já consegue moldar a visão de um indivíduo sobre aquilo que ele sendo consumido, em casos de feminicídio a forma como os autores dos crimes e as vítimas são retratados falam muito sobre o que o veículo deseja transmitir para o público.

Nas reportagens analisadas sobre a cobertura do caso da universitária, ambas contam com diversos detalhes do crime e de como ocorreu de acordo com a polícia, elas narram detalhadamente até a intenção do assassino em algumas atitudes que teve em relação a suas ações com a vítima, de acordo com a delegada Natália Figueiredo.

A abordagem do G1 - Piauí teve muitos detalhes, o fato de uma das fontes ser uma delegada mulher, mostra a intenção de demonstrar um lugar de fala que deveria existir em todos os casos de feminicídio, relatos da profissional foram divulgados mostrando total indignação com o crime ocorrido.

### Figura 1 – Falas destacadas

*“ A brutalidade empreendida pelo autor chamou a atenção no caso. Ele simplesmente não se importou com a vida da vítima, somente com o desejo sexual dele.”*

Nathália Figueiredo, delegada titular do Núcleo Policial e Investigativo de Feminicídios do DHPP

*“ Ele é dissimulado e demonstrou frieza. Pelo que foi relatado por testemunhas, quando contrariado, ele demonstrava agressividade.”*

Fonte: Reprodução G1

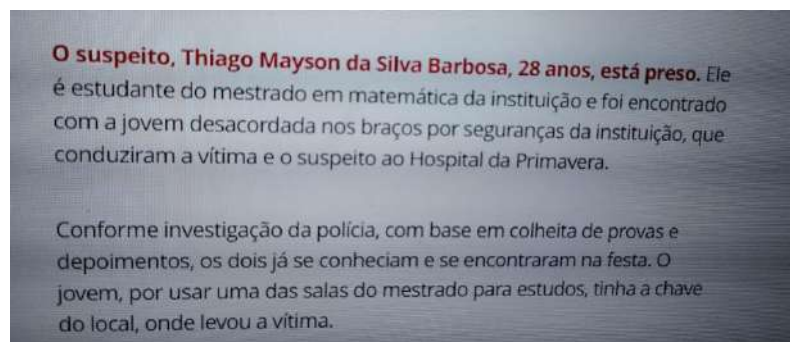
Apesar de especificar bem o acontecimento em si, mostrando detalhes do crime e de como ocorreu, o veículo G1 - Piauí deixou a desejar em não falar sobre a vítima, na notícia ele

expõe o que aconteceu com a estudante, o máximo que chega a relatar sobre sua vida pessoal é o seu curso de graduação.

Algo que é essencial nas coberturas jornalísticas em casos de feminicídio é falar sobre a vítima, quem era aquela pessoa, o que fazia e de onde vinha dar total visibilidade para quem sofreu o atentado, como citado acima na matéria analisada o G1 não chegou a publicar sobre nada que fosse individual sobre Janaína.

Ainda falando sobre o site G1 Piauí ao longo da matéria percebe-se um parágrafo dando ênfase a formação acadêmica do assassino.

**Figura 2** – Reprodução de trecho da matéria



Fonte: Reprodução G1 Piauí

Para contextualizar quem foi que cometeu o crime cruel contra Janaína o site utilizou a frase “estudante de mestrado em matemática”. Não se sabe a real intenção do veículo com essa afirmação, mas o que mostra ao público, é que o criminoso é uma pessoa estudada e inclusive usava a sala que matou a jovem para estudos do seu mestrado.

Em uma abordagem de um crime, cada palavra é crucial, quando o veículo se refere ao criminoso como um estudante e não como o assassino que ele é, isso abre espaço para dúvidas e especulações do público, o leitor pode começar a se questionar se o caso realmente aconteceu como está sendo narrado.

No site do G1 não foi possível identificar quem escreveu a reportagem, só foi visualizado a identificação do portal. Em reportagens de feminicídio o ideal é que mulheres e estejam à frente da escrita e de toda a produção do conteúdo, pois é um local de fala que as mesmas possuem, um homem escrevendo uma matéria sobre um crime cometido contra uma mulher não é algo ético e nem correto, pois aquele lugar de fala não pertence a ele.

#### 4. Caso Janaina Bezerra: análise a partir das narrativas do PORTAL UOL

A cobertura da mídia em relação a casos de feminicídio e violência sexual precisa de aprimoramento. Os meios de comunicação e portais de notícias têm o papel e o desafio de fazer



cobertura de casos como feminicídio e outros tipos de violência, em alguns casos em que os crimes são noticiados os veículos de comunicação não humanizam as vítimas, sequer colaboram para que o fato noticiado seja compreendido pela sociedade, uma compreensão sobre as políticas públicas de enfrentamento à violência contra mulheres.

O trabalho da mídia é fornecer sempre uma informação completa e veraz, isto é, aquela em que todo acontecimento é publicado sem que haja fissuras por parte do transmissor e retratar exatamente um fato e assim divulgar. As representações em textos midiáticos, em geral, espalham ideologias de forma implícita, utilizando uma linguagem inerente ao senso comum da sociedade em que esses textos são veiculados para reafirmar determinadas práticas sociais.

É comum percebermos um padrão na estrutura dos títulos. Em alguns casos poucas vezes o agressor está em foco e a vítima recebe praticamente toda a atenção no texto. Desse modo, nota-se um potencial de desmoralização da vítima, que é posta como o centro das atenções e retratada como a causadora do próprio acontecimento, seja a partir de seu comportamento, seja dos locais frequentados ou decisões tomadas.

Ao analisar as postagens e notar os critérios abordados e a forma que os portais divulgaram as notícias do crime, a da UOL foi mais bem detalhada do que a do site G1, ela conta com tópicos que o primeiro veículo analisado não se atentou, entretanto também tem suas falhas. Logo de início a matéria expõe a forma como os dois se encontraram na noite do acontecimento, a abordagem feita acaba por ter um tom de “leveza” falando que os ambos já se conheciam de outros eventos universitários e acabaram se beijando. A maneira como é descrito esse encontro deles, faz o leitor imaginar certa intimidade entre agressor e vítima, não que deixasse de existir, mas a forma como foi retratado deixa um tom de normalidade no crime

**Figura 3** – Trecho da reportagem UOL

### Os crimes

Durante uma festa conhecida como "calourada", Thiago Barbosa teria "reconhecido" Janaína de outros eventos universitários e ambos teriam se beijado. Momentos depois, foram para uma sala que Thiago costumava usar para estudar.

Naquele local, segundo a polícia, [Thiago estuprou e matou a jovem — e ainda repetiu o ato de violência sexual.](#)

Fonte: Reprodução UOL

Em seguida o portal traz detalhes de como o crime teria acontecido, traz particularidades de como era o ambiente em que o agressor cometeu o crime, e também traz detalhes sobre a violência sofrida por Janaína Bezerra. A matéria traz os resultados do laudo médico e de como a vítima foi violentada e morta.

### Figura 4 – Trecho da reportagem UOL

#### Morte e laudos

**A morte de Janaína foi causada pela luxação da coluna cervical durante o ato sexual com extrema violência**, segundo o laudo conclusivo do IML, que saiu no domingo. O primeiro laudo da polícia apontava que a causa da morte foi trauma raquimedular [lesão na medula] por ação contundente.

A causa da morte foi luxação da coluna cervical causada pelo uso da violência, concluiu a polícia. "Ela era uma jovem de 1,50 m de altura e ele tem cerca de 1,80 m, 1,90 m", afirma Nathália.

Fonte: Reprodução UOL

Segundo a delegada do caso, os indícios e os testemunhos coletados foram determinantes para a conclusão do inquérito no prazo. A matéria focou bastante no crime, todos os detalhes sobre o assassino e os detalhes da investigação, deixando a desejar, pois falar sobre a vítima era essencial, o portal traz o foco para o crime e o agressor, deixando a Vítima de "lado", na capa da matéria a foto que dá destaque é do agressor, no corpo da matéria observa-se que há bastantes falas sobre o Thiago e poucas sobre a Janaina.

Sobre a morte da Janaina, a matéria é bem sucinta, traz os detalhes completos, o local onde a vítima foi encontrada e horários que a vítima e o agressor estavam juntos, o texto traz

todos os pontos da investigação, os laudos médicos, como a vítima foi assassinada e traz a notícia de que o ex mestrando foi preso, e da declaração do mesmo sobre o crime.

A matéria é escrita por uma mulher, que deixou a desejar na reportagem, além de trazer um ar de “leveza” na relação da vítima com o criminoso, trouxe informações sobre a vida acadêmica, dos sonhos e da família somente no final da matéria, por se tratar de um crime de tal tamanho e por ser uma mulher escrevendo sobre feminicídio faltou da parte da jornalista sensibilidade.

A matéria ainda traz a fala da defesa do assassino que foi desnecessária para o texto, algo que para os leitores e para a família da vítima também. A fala em que a defesa compara a dor que a família da vítima passou, com a da família do agressor.

#### **Figura 5 – Trecho da reportagem UOL**

*“ Não é a intenção de defesa posicionar a vítima como culpada pela fatalidade, isso jamais será nossa bandeira nessa batalha processual. O que temos a declarar é que houve uma fatalidade, tivemos uma vítima e duas famílias sofrendo nesse momento.”*

Defesa de Thiago Barbosa

Fonte: Reprodução UOL

Antes como dito no parágrafo acima o veículo normaliza o encontro entre vítima e agressor, a maneira como é exposta a relação que os dois vinham a ter, demonstra a ênfase que o G1 quis dar na “intimidade” entre eles, abrindo espaço para pensamentos antiquados que possam colocar a vítima em uma posição de que queria que o crime ocorresse.

#### **Considerações Finais**

No presente trabalho, foi possível examinar uma série de conteúdos que se relacionam com o caso de Janaína Bezerra. Discutimos muitas questões, analisamos reportagens a fundo e junto a isso trouxemos argumentos que sustentaram a estabilização do artigo.

Durante toda a pesquisa, ficou evidente que o Caso Janaina Bezerra é uma temática de grande relevância para a atualidade e que foi muito debatido e continua sendo, em diversas áreas. O aprofundamento e a compreensão desse tema são fundamentais para que a sociedade tenha senso crítico a partir daquilo que lhes é repassado pelos meios de comunicação, para que

profissionais do jornalismo tenham cuidado ao abordar casos não só como esse, mas no geral, para que o jornalismo evolua em sua essência e para a melhoria da sociedade como um todo.

Ao longo do artigo, foram examinadas falas, fotos, texto e diversas teorias que ajudaram a compreender diferentes aspectos do Caso Janaína. Identificamos formas de expressão, fontes utilizadas, quem escreveu as reportagens, como as frases foram utilizadas e ordenadas ao longo do texto e conseguimos demonstrar como essas descobertas ajudaram na compreensão da temática discutida nesse artigo.

Entretanto é importante salientar que ainda existem muitas áreas a serem pesquisadas diante desse tema. Como, outras reportagens de veículos maiores, como o feminicídio é retratado na mídia e qual o poder de fala das mulheres nos portais diante dessa temática. Encorajamos os pesquisadores que se interessarem no assunto a se aprofundarem no Caso Janaína e em como a mídia aborda casos de feminicídio pelo Brasil, para que a sociedade possa ter o conhecimento ampliado sobre esses conteúdos tão importantes.

## REFERÊNCIAS

- ARAUJO, Ezequiel. **Caso Janaina Bezerra: Acusado de estupro e assassinato de estudante vai a júri popular**. Disponível em: <https://portalodia.com/noticias/teresina/caso-janaina-bezerra-acusado-de-estupro-e-assassinato-de-estudante-vai-a-juri-popular-398880.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.
- BAURU, V. D. Qual foi o primeiro caso de feminicídio no Brasil? Disponível em: <https://www.vivendobauru.com.br/qual-foi-o-primeiro-caso-de-feminicidio-no-brasil/>. Acesso em: 29 jun. 2023.
- CIDADE VERDE. **Alunas da UFPI convivem com o medo após a morte de Janaína Bezerra**. Disponível em: <https://cidadeverde.com/noticias/387206/alunas-da-ufpi-convivem-com-o-medo-apos-morte-de-janaina-bezerra>. Acesso em: 29 jun. 2023.
- CIDADE VERDE. **Para promotor, estudante que matou Janaína Bezerra tem "traços de psicopata"**. Disponível em: <https://cidadeverde.com/noticias/387276/para-promotor-estudante-que-matou-janaina-bezerra-tem-tracos-de-psicopata>. Acesso em: 16 jun. 2023.
- G1 PIAUI. **Caso Janaina 1 mes: Processo esta na 1ª vara do tribunal do júri; exames ainda são aguardados**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2023/02/28/caso-janaina-1-mes-processo-esta-na-1a-vara-do-tribunal-do-juri-exames-ainda-sao-aguardados.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.
- G1 PIAUI. **Caso Janaina Bezerra: Corpo de jovem é velado sob pedidos de justiça**. Disponível em: <https://www.gp1.com.br/pi/piaui/noticia/2023/1/29/caso-janaina-bezerra-corpo-de-jovem-e-velado-sob-pedidos-de-justica-542094.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.
- G1 PIAUI. **Caso Janaina Bezerra: juíza decreta prisão preventiva do acusado do crime**. Disponível em: <https://www.gp1.com.br/pi/piaui/noticia/2023/1/29/caso-janaina-bezerra-juiza-decreta-prisao-preventiva-do-acusado-do-crime-542111.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.
- G1 PIAUI. **Caso Janaina: entenda como ocorreu estupro e assassinato de estudante dentro de sala de aula na UFPI**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2023/02/06/caso-janaina->

[entenda-como-ocorreu-estupro-e-assassinato-de-estudante-dentro-de-sala-de-aula-na-ufpi.ghtml](#).

Acesso em: 29 jun. 2023.

G1 PIAUI. **Rapaz visto com suspeito carregando jovem desacordada na UFPI presta depoimento à polícia.** Disponível em: <https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2023/01/31/rapaz-visto-com-suspeito-carregando-jovem-desacordada-na-ufpi-presta-depoimento-a-policia.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.

PORTAL AZ. **Tudo sobre o caso Janaina Bezerra.** Disponível em:

<https://www.portalaz.com.br/topicos/caso-janaina-bezerra/>. Acesso em: 29 jun. 2023.

PEREZ, Fabíola. **O que se sabe sobre o caso da estudante estuprada e morta na UFPI.** Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/02/07/tudo-o-que-se-sabe-aluna-estuprada-e-morta-ufpi.htm>. Acesso em: 10 jun. 2023.

RODRIGUES DE SOUZA, R. B. & LOPES, Y. Violência contra a mulher, machismo e patriarcado no enquadramento jornalístico. Revista Pauta Geral, Ponta Grossa, vol. 6, n. 2, p. 19-34, Jul/Dez, 2019. Disponível em: [14707-Texto do artigo-209209222363-1-10-20191209 \(1\).pdf \(ufes.br\)](#). Acesso em 30 jun. 2023.

SANTANA, M. S.. A violência na mídia e seus reflexos na sociedade. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 9, n. 276, 9 abr. 2004. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/5062> Acesso em: 29 jun. 2023.

TERRERO, J. M. de T. Y., AGUIRRE, J. M., & CERVERA, R. C. (1997). A violência nos meios de comunicação. *Comunicação & Educação*, (8), 44-62. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i8p44-62>. Acesso em 29 jun. 2023.

## **Linha Direta: Uma análise da rememoração do caso Barbárie de Queimadas**

Nathielly Alves de OLIVEIRA  
Rebeca da Silva Santos DIAS  
Thaila Vitória Santos VIEIRA  
Thamyres Sousa de OLIVEIRA  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

No presente artigo é analisada a rememoração do caso Barbárie de Queimadas por meio do programa Linha Direta. Como objetivos específicos buscamos perceber quem foram os senhores da memória; identificar silenciamentos e esquecimentos na cobertura; analisar o porquê algumas vezes os meios de comunicação contribuem para esse esquecimento; e etc. O caminho metodológico utilizado foi a pesquisa bibliográfica com base Halbwachs (1990) e Pollak (1992), a abordagem qualitativa, conforme Nora (1992), e como técnica de análise utilizamos a análise de conteúdo com base em Herscovitz (2010). O intuito do trabalho é refletir sobre casos de violência contra a mulher e questionar como a mídia trata esses casos, buscando assim maneiras de conscientização e reparação. O caso Barbárie de Queimadas foi apresentado pelo Linha Direta de forma contundente, trazendo vozes femininas que por muito tempo eram silenciadas pela mídia e conscientizando as pessoas a denunciarem casos de violência contra a mulher.

**Palavras chaves:** Linha; Direta; Memória; Caso; Barbárie; Queimadas;

### **Introdução**

O presente artigo busca analisar a rememoração sobre o caso Barbárie de Queimadas que aconteceu em fevereiro de 2012, no interior da Paraíba, por meio do programa Linha Direta. O fato ocorrido em um domingo de festa, acabou se tornando uma noite de tragédia que ocasionou um estupro coletivo e assassinato de algumas mulheres.

Como objetivos específicos buscamos perceber quem foram os senhores da memória para rememorar o caso; identificar silenciamentos e esquecimentos na cobertura realizada pelo Linha Direta e verificar se a proposta constrói alguma conscientização ou reparação sobre casos de violência contra a mulher. O caminho metodológico usado neste artigo foi a pesquisa bibliográfica e como técnica de análise nos embasamos na análise de conteúdo de Herscovitz (2010), a análise de conteúdo na mídia, ajuda-nos a entender um pouco mais sobre quem produz e quem recebe a notícia.

O intuito do artigo é contribuir com uma análise mais crítica sobre o caso apresentado no Linha Direta, trazendo assim fatos já conhecidos e propostas de conscientização para que casos como esses de violência contra a mulher não sejam silenciados e esquecidos pela mídia, de forma que erros de cobertura sejam selecionados e não mais repetidos, e assim seja feita a construção de um jornalismo mais ético e que dê voz para aquelas vozes que por muito tempo foram ocultadas.

O leitor encontrará, em um primeiro momento uma seção sobre a rememoração e detalhes do caso, seguindo uma discussão sobre memória em cima de alguns autores como Halbwachs (1990), Pollak (1992) e Nora (1992), e discussões sobre o papel do jornalismo como enquadrador de memórias, que constrói molduras e permite ver apenas o que é autorizado, além de citar sobre o possível silenciamento e esquecimento do caso e abordar sobre quem foram os senhores de memória. Por fim, nós voltamos para a análise do programa Linha Direta, em especial ao caso Barbárie de Queimadas.

### **A rememoração do caso**

Segundo Leal (2012), a memória pode ser interpretada pelas lembranças do passado, que aparecem no pensamento de cada pessoa, no momento presente; ou ainda, assim como a capacidade de armazenar dados ou informações relacionadas a eventos vividos no passado.

A rememoração é um processo mental que envolve a recuperação de informações armazenadas na memória. É a capacidade de lembrar eventos, experiências, conhecimentos e emoções passados. Através da memória, podemos aprender com o passado, tomar decisões informadas, construir a nossa identidade e conectar-nos com outras pessoas.

No ano de 2012, a cidade de Queimadas, no interior da Paraíba, foi palco de um crime bárbaro que chocou todo o país. É imperativo relembrar o crime bárbaro de Queimadas, não apenas como um triste capítulo da história, mas como um chamado à reflexão coletiva sobre a urgência de nos proteger e promover a justiça social. Segundo dados do portal G1 publicados no dia 11 de maio do ano 2023, onde o portal faz uma cronologia rememorando o caso Barbárie de queimadas, o que era para ser apenas uma comemoração de aniversário, transformou-se num dia de dor e perda. O episódio chocou o país devido à brutalidade e crueldade dos atos cometidos pelos envolvidos. A comemoração de aniversário entre amigos num sábado tranquilo naquela cidade interiorana, acabou se transformando em uma noite de medo e angústia, sucedendo assim em um estupro coletivo envolvendo cinco mulheres e dois assassinatos cruéis de convidadas da festa.

De acordo com o Portal G1 (2023) no dia do crime, 12 de fevereiro de 2012, foi organizada uma suposta festa, que reuniu amigos com o intuito de comemorar o aniversário de Luciano dos Santos, irmão caçula de Eduardo dos Santos, irmão mais velho e suspeito por perpetrar, teria outro propósito para aquela noite, fato esse que ficou marcado na história do país.

Tudo foi planejado para ser apenas uma “brincadeira” com as amigas, entretanto, essa brincadeira acabou se tornando um crime bárbaro que resultou num estupro coletivo e dois assassinatos, a primeira vítima fatal era Michele Domingos de 28 anos; e a segunda, Izabella Pajuçara, de 29.



*Izabella Pajuçara, de 27 anos, e Michele Domingos, de 29 anos, foram mortas após o falso assalto na residência.  
Foto: portal O Nordeste*

Este fato, ocorrido a mais de 10 anos foi rememorado pelo Programa Linha Direta, exibido em 11 de maio de 2023 enfatizou que a ideia inicial era reunir todos na casa de Eduardo à noite. Após o convite aos amigos e amigas, os agressores teriam ido ao mercado comprar cordas e “enforca gato”, uma espécie de braçadeira usada para amarrar objetos, mas que também costuma ser usada como algema improvisada. O objeto seria utilizado para amarrar as vítimas e estuprá-las. Eduardo dos Santos foi o mandante do ato brutal, e segundo depoimento do seu irmão Luciano, aquilo seria seu “presente de aniversário”. Conforme o programa, tudo foi planejado e articulado com os amigos que participaram da farsa e do crime, e assim a suposta festa de aniversário aconteceu. Pouco depois da meia-noite do dia 12 de fevereiro, as luzes se apagaram, a energia do local foi desligada e, de repente, homens invadiram a festa usando



máscaras de palhaços, bruxas e outros personagens insinuando um assalto. Nesse momento, as mulheres foram separadas dos homens e levadas para um quarto onde foram amarradas e amordaçadas. Os proprietários da casa onde acontecia o aniversário foram propositalmente trancados no banheiro. O intuito era separar ambos em duas salas para que o estupro coletivo pudesse ocorrer sem a intervenção de convidados.

O plano seria que o agressor deixasse as vítimas no local após o crime, levando apenas o dinheiro para comprovar o suposto assalto. Entretanto, há uma reviravolta neste momento, quando uma das vítimas que estava sendo estuprada, Izabella Pajuçara Frazão Monteiro mais conhecida como “Jú”, reconheceu um de seus agressores. O agressor era seu amigo, e ex-cunhado, Eduardo dos Santos. Segundo a entrevista da delegada Cassandra Duarte, responsável pela investigação ao Linha Direta, “Izabella foi assassinada porque lutou violentamente durante o sexo e reconheceu o ex-cunhado como um de seus estupradores. Ao ver que o agressor era seu amigo, ela finalmente pediu ajuda, dando sequência a sua morte.” Infelizmente, Michelle da Silva estava ao seu lado no momento e ouviu quando Izabella citou o nome do agressor, o que resultou na morte cruel de ambas. Izabella foi assassinada com três disparos na cabeça, e Michelle com quatro.

O programa também menciona que Priscilla Frazão, irmã de Izabella escutou o nome de um dos envolvidos e ajudou na investigação. Segundo o portal G1 de Paraíba (2023), a matéria tenta reconstruir o caso pelo Linha Direta em 2023 onde Priscila colaborou com a polícia entregando todos os nomes e locais onde moravam os agressores, mesmo tendo que velar sua irmã e sua amiga, a jovem conseguiu relatar para a polícia tudo que havia ocorrido na noite anterior e com isso, os agressores foram presos e condenados pela justiça. Sendo assim, no dia 12 de fevereiro, Eduardo e Luciano foram presos durante o cortejo das vítimas para o cemitério. O agressor Eduardo dos Santos foi condenado por ser o mentor da operação, recebendo uma pena de 108 anos de prisão em 2014. Seu irmão Luciano foi condenado por 44 anos, e é o único que ainda segue preso. Ademais, todos os envolvidos foram condenados também em até 30 anos de prisão, a maioria recebeu regime de progressão de pena e estão soltos, entretanto, o desejo de luta por justiça ainda segue na família Frazão e na de Michelle, o assassino Eduardo dos Santos escapou da prisão em 2020 e até hoje está foragido da justiça.

### **Memória individual sendo construída coletivamente**

Segundo Halbwachs (1990), a memória é um instrumento de configuração do passado que acontece a partir das demandas do presente. Para o autor, a memória pode ser coletiva e individual e até mesmo quando se trata de uma memória individual ela é construída coletivamente.

O episódio do Linha Direta transmitido no dia 11 de maio de 2023 pela emissora rede Globo, que trata sobre a Barbárie de Queimadas, reenquadra/traz nova moldura sobre o caso. Utilizando-se de técnicas jornalísticas, o programa conta uma história em cima de memórias individuais de vítimas e dos seus familiares que serão transmitidas de forma coletiva para os telespectadores. O caso Barbárie de Queimadas, pode até não ter sido testemunhado por essas pessoas que estão assistindo, mas a partir do momento que o jornalismo expõe esse acontecimento, automaticamente é criada uma memória no subconsciente das pessoas, que podem também recordar fragmentos deste acontecimento com base em matérias jornalísticas divulgadas sobre o caso ou até mesmo de alguém que teve maior contato com o caso. Para Halbwachs (1990), isto é memória coletiva, a experiência é vivida não somente por uma mesma pessoa, mas por uma coletividade, que nem sempre está presente ali de forma física.

Sendo assim, cada memória individual, que é também construída socialmente, apoia-se também nos grupos em que está inserida. Em outras palavras, a visão de um homem será muitas vezes diferente de uma mulher que assiste pela TV o caso da Barbárie de Queimadas, pois as personalidades são diferentes. Uma pessoa pode ter assistido o caso e ao dialogar com outra que também assistiu podem perceber diferentes narrativas, lembrarem e/ou esquecerem pontos diferenciados, ou alguém pode nem ter assistido mas lembrará de falas de pessoas que vivenciaram o acontecimento pelos meios ou pessoalmente, uma vez que para Pollak (1992), os acontecimentos podem ser vividos pessoalmente ou vividos pela coletividade.

### **Silenciamentos e esquecimentos**

No contexto de memória individual e coletiva, também podemos voltar nossa atenção ao esquecimento, como foi citado acima. Ao compartilharem suas memórias cada pessoa pode lembrar de um ponto diferente, cada um com suas perspectivas, assim como também esquecer pontos específicos que podem ter ficado “enterrados”.

A Barbárie de Queimadas foi um caso que chocou e repercutiu na época do ocorrido. O programa Linha Direta da rede Globo expôs o caso e mostrou detalhes bem específicos, com depoimentos das famílias e também dos envolvidos no caso por meio de vídeos antigos do julgamento dos acusados, entretanto ficaram algumas lacunas em aberto até os dias atuais que não chegaram a ser discutidas em nenhum meio comunicacional.

Embora Pollak (1989), não tenha se reportado ao jornalismo, o mesmo sinaliza a importância de analisar com mais profundidade os fatos sociais, papel que estendemos ao jornalismo.

Numa perspectiva construtivista, não se trata mais de lidar com os fatos sociais como coisas, mas de analisar como os fatos sociais se tornam coisas, como e por quem eles são solidificados e dotados de duração e estabilidade. (Pollak, 1989, p.02)

Segundo Pollak (1989), ao privilegiar a análise dos excluídos, dos marginalizados e das minorias, a história oral ressaltou a importância de memórias subterrâneas que, como parte integrante das culturas minoritárias e dominadas, se opõem à "Memória oficial". Com isso o esquecimento ou a pouca notoriedade a determinadas pessoas que estavam na cena do acontecimento nos convoca a um olhar jornalístico mais aprofundado, sobretudo em casos de rememoração.

Pollak (1989), fala sobre a memória em disputa relatando que o silêncio em diversos casos não é um sinal de esquecimento, e sim de resistência, seja em busca de justiça, verdade ou respostas. O autor ao longo do texto dá diversos exemplos em que o silêncio pode ser uma autodefesa como também proteção, entre tantos outros motivos que o levam a ser utilizado.

A despeito da importante doutrinação ideológica, essas lembranças durante tanto tempo confinadas ao silêncio e transmitidas de uma geração a outra oralmente, e não através de publicações, permanecem vivas. O longo silêncio sobre o passado, longe de conduzir ao esquecimento, é a resistência que uma sociedade civil impotente opõe ao excesso de discursos oficiais. Ao mesmo tempo, ela transmite cuidadosamente as lembranças dissidentes nas redes familiares e de amizades, esperando a hora da verdade e da redistribuição das cartas políticas e ideológicas (Pollak, 1989, p.02).

Ao se deparar com um crime tão chocante e desumano, é natural que a sociedade se manifeste e exija justiça. No entanto, ao longo do tempo, infelizmente nota-se que é comum que o interesse e a mobilização em torno de casos assim diminuam e a memória coletiva sobre esses acontecimentos dolorosos se enfraqueça. Esse esquecimento pode ser um mecanismo de defesa diante da brutalidade do evento, mas também pode ser resultado de outros fatores, como a falta de interesse da mídia em abordar o assunto continuamente.

No decorrer do programa, Lilia e Sheila que estavam na cena do crime não foram entrevistadas, no ano do acontecimento. Elas eram companheiras de Eduardo e seu irmão Luciano, entender por que algumas pessoas, como Lilia e Sheila, não falam sobre um crime brutal de feminicídio, mesmo que tenham conhecimento, pode ser uma questão complexa e multifacetada.

Essa questão foi algo que ficou enterrado/silenciado e sem nenhuma explicação. Durante todo o programa, não houve entrevistas nem muitas partes relacionadas a essas jovens, fato que pode ser interpretado por quem assiste como um erro de cobertura, mas não sabe-se se o programa as procurou e elas se negaram a aparecer, ou simplesmente essa questão foi deixada de lado para os produtores dessa reportagem.

Deixar casos assim caírem no esquecimento e sem explicação, como citado acima, faz as pessoas perderem o interesse em se conscientizarem e procurarem saber mais sobre esse tipo de acontecimento cruel. É importante que a mídia fortaleça suas linhas de investigação para que as histórias sejam apuradas de forma correta, para que explicações sejam dadas diante da sociedade da melhor forma possível.

### **Quais foram os senhores de memória escolhidos para falar?**

De acordo com Le Goff (1990), se tornar “senhor de memória” era uma das grandes preocupações das classes sociais, que dominaram e dominam até hoje as sociedades históricas. Relatar a sua maneira os acontecimentos das épocas e silenciar acontecimentos da história é o que faz os indivíduos mais privilegiados se mantenham no poder e, segundo o autor, manipulem a memória coletiva.

Os senhores de memórias são pessoas escolhidas para relatar e falar sobre determinado acontecimento, em interface com o jornalismo o uso de líderes de opinião/stakeholders. Quando existe apenas um senhor de memória, geralmente apenas aquela visão será levada em conta e as conclusões tiradas daquele acontecimento vão ser baseadas no relato daquela pessoa. Quando existe mais de um, diferentes vertentes são expostas, tendo em vista que cada um terá uma memória individual sobre aquele acontecimento.

Trazer para o jornalismo vozes femininas ao explorar um acontecimento que teve como vítima mulheres pode ser uma maneira de abordar o tema com maior profundidade e respeito àquelas que perderam suas vidas. É falar delas utilizando uma voz de mesmo timbre, que passa por mazelas e silenciamentos semelhantes.

### **O Jornalismo como modulador de memória**

O caso rememorado pelo programa do Linha Direta apresentado pelo jornalista Pedro Bial mostra que o jornalismo pode sim ser utilizado como um fabricante de memórias, modulando sentidos e reescrevendo memórias coletivas. Segundo Nora (1992), memória é vida, carregada por grupos vivos e está sempre em evolução. Dessa forma, é possível analisar que a partir da rememoração do Linha Direta (grupo vivo) sobre o caso Barbárie de Queimadas (vida),

no momento em que o programa notícia para milhões de pessoas em um canal aberto de televisão (evolução), o caso começa a compor o imaginário das pessoas que estão sentadas em frente a tela assistindo.

Os lugares de memória nascem e vivem do sentimento de que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos, que é preciso manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, atas, por que essas operações não são naturais (NORA, 1992, p.13).

Apesar de não ser um dever do jornalismo atuar como um lugar de memória, através das práticas jornalísticas como a entrevista ou a reportagem, o jornalismo pode sim ser usado como lugar de memória. Por meio dele, podemos testemunhar acontecimentos que nem vivenciamos presencialmente, mas que se tornam “presentes” nas produções. O jornalista se utiliza da memória individual das fontes para colher informações e utilizar a memória coletiva para redigir o seu texto, gravar um especial ou apresentá-lo como no caso do Linha Direta. Dessa forma, deve se salientar que a memória é também constituída por pessoas e personagens, pois sem elas não seria possível transformar estranhos em conhecidos por meio dessas entrevistas que são feitas por jornalistas.

Além desses acontecimentos, a memória é constituída por pessoas, personagens. Aqui também podemos aplicar o mesmo esquema, falar de personagens realmente encontradas no decorrer da vida, de personagens frequentadas por tabela, indiretamente, mas que, por assim dizer, se transformaram quase que em conhecidas, e ainda de personagens que não pertenceram necessariamente ao espaço-tempo da pessoa (POLLAK, 1992, p.2).

O exemplo da Barbárie de Queimadas é muito nítido, pois muitas pessoas desconheciam o caso ou até esqueceram-se com o passar do anos, mas a rememoração trouxe a tona lembranças de uma tragédia que mesmo distante, atinge diversas mulheres que passaram ou estão passando pelo mesma situação, ou seja, são personagens que deixam sua marca.

Todavia, devido ser um caso que aconteceu há mais de 10 anos, a partir do momento que o jornalismo expõe novamente o acontecimento, isso acaba aproximando as pessoas, o evocar da memória através do fazer jornalístico contribuiu para que fosse formada uma memória coletiva sobre o caso, em cima das lembranças de outras pessoas. De acordo com Ferreira (2019), enquadrámos o jornalismo, ressaltando que as consequências das escolhas do trabalho jornalístico diário ecoam no tempo por meio da história coletiva e histórica.

Dessa forma, é imprescindível destacar o quanto o jornalismo é essencial quando se trata de reelaborar/direcionar lugares para a memória coletiva, pois é através desse lugar que as pessoas tornam-se informadas de casos como a Barbárie de Queimadas, contribuindo assim para uma sociedade mais justa, igualitária, e compreensiva.

### A Barbárie de Queimadas pelas lentes do Linha Direta

O acontecimento que o programa telejornalístico Linha Direta convencionou chamar de “Barbárie de Queimadas” foi rememorado no dia 11 de maio de 2023, após mais de 10 anos do crime ter acontecido (12 de fevereiro de 2012). A maneira como o mesmo foi relatado pode interferir no imaginário da população sobre o tema. Desse modo, nos é interessante analisar como a rememoração do caso feita pelo programa para que possamos avaliar como o jornalismo tem reelaborado a memória para abordagem de crimes como o mencionado. Para isso, desenvolvemos uma análise de conteúdo categorial, com base em Herscovitz (2010) e exploramos as seguintes categorias : 1 Quais foram os senhores da memória, em que buscamos perceber quem foram os senhores da memória convocados pelo programa para lembrar o acontecimento, 2- Silenciamentos e esquecimentos da cobertura, categoria em que procuramos identificar pontos que o programa pode ter deixado submersos ou com pouca visibilidade 3- Rememorando Jornalisticamente e Abordagem dada, são categorias em que procuramos analisar o porquê algumas vezes os meios de comunicação contribuem para o esquecimento.

Quais foram os senhores de memória?

Na reportagem feita pelo programa Linha Direta, pessoas específicas foram escolhidas para relatar o caso e expor os acontecimentos ocorridos nesse crime brutal conhecido como a barbárie de Queimadas. Por meio da Tabela 1, podemos perceber quem foram os convocados para relatar o acontecimento e as funções sociais que ocuparam no processo de tecer a notícia.

**Tabela 1 Senhores de memória**

<b>Nome</b>	<b>Gênero</b>	<b>Função Social</b>
Isânia Frazão	Feminino	Irmã de Izabella
Maria José	Feminino	Mãe de Michelle
Cassandra Duarte	Feminino	Delegada
Robério Duarte	Masculino	Amigo de Izabella
Priscila Frazão	Feminino	Irmã de Izabella/ Também vítima
Tércio Chaves	Masculino	Delegado Seap

*Fonte: Elaboração própria*

Embora a maioria dos que fazem parte dos senhores de memória do caso não estiveram presentes no dia do acontecimento, eles foram cruciais para que a reportagem fosse bem executada como também para expor os fatos silenciados sobre esse crime diante da sociedade.

Isânia e Maria José como familiares das vítimas, embora estivessem ausentes no momento da tragédia, puderam relatar aspectos que envolviam as rotinas das vítimas, o que gostavam de fazer como também toda a ligação que tinham com os agressores e suas famílias. Ao se utilizar dessas fontes como senhores da memória do acontecimento, acreditamos que o programa passa a tecer memórias a partir do entendimento do caso e de suas lógicas de produção que humanizaram as vítimas. Além de vistas como mulheres violentadas, elas foram tratadas respeitando suas singularidades, características peculiares. Postura que pode ter colaborado para que a sociedade se chocasse ainda mais com a crueldade dos atos criminosos.

Um dos depoimentos cruciais para a reportagem na época do acontecimento que ajudou a desvendar o crime foi o da irmã da vítima Izabella, chamada Priscila Frazão, que também estava no dia do ocorrido. Ela afirmou que ouviu sua irmã falar o nome de Eduardo que era supostamente amigo das vítimas, pedindo para que ele parasse pois sua mãe não iria gostar daquilo, foi onde Priscila entendeu que ele próprio estava cometendo aquele ato violento.

O programa também evoca um acontecimento de 2020. Em novembro de 2020, oito anos após a prisão de Eduardo a cidade de Queimadas recebe uma notícia impactante, o criminoso que ainda tinha 100 anos de pena para cumprir havia fugido do presídio, o escolhido para relatar esse ocorrido foi Tércio Chaves, Delegado Seap. Entendemos que a convocação desta fonte oficial foi importante, uma vez que o mesmo estava à frente do caso e era a autoridade competente para falar sobre.

Cada senhor de memória com sua individualidade foi importante para o relato e análise do caso. Cada um deles estando ou não presentes na tragédia tem suas memórias individuais sobre aquele acontecimento, que também recebem intervenções da coletividade. A junção de cada uma delas fez a memória coletiva de toda uma sociedade que, atualmente, pode ter certa lembrança desse caso em virtude da reportagem feita pelo Linha Direta e por outros veículos jornalísticos. Reportando-nos a Le Goff (1990) que relatava que tornar-se senhor da memória era uma preocupação dos que dominaram e dominam, assistir a um canal de TV aberta que prioriza a fala de mulheres para tratar sobre um caso que envolve violência contra as mulheres revela que, apesar da situação de desigualdade que vivemos (todas as autoras do artigo são

mulheres), as produções jornalísticas de forma pensada ou não tem nos dado visibilidade nos casos em que, infelizmente, somos massacradas e perdemos os direitos sobre nossos corpos.

#### Silenciamentos e esquecimentos da cobertura

Na reportagem do Linha Direta, Isânia Frazão Monteiro, irmã de Izabella, que foi uma das vítimas desse crime brutal, deu seu depoimento e apareceu em diversas partes do programa, detalhando todos os acontecimentos do início ao fim, podemos classificá-la como a senhora detentora da memória. Ela relata que duas das mulheres que também estavam lá chamadas Lilia e Sheila e que eram companheiras dos dois criminosos, Eduardo dos Santos e Luciano dos Santos, saíram de dentro de um dos cômodos da casa sem nenhuma expressão de medo e totalmente alinhadas para o desespero do momento, como se nada tivesse acontecido com ambas.

O questionamento ficou, porque essas mulheres se portaram diferente do restante, por qual motivo estavam em um outro cômodo da casa como se estivessem escondidas? A irmã de Izabella deu a entender que elas sabiam do que ia acontecer, pois seus parceiros foram os arquitetos do crime, e assim mantiveram o disfarce e fingiram não saber o que estava acontecendo.

O programa apresentado por Pedro Bial mostrou apenas esse depoimento das irmãs de uma das vítimas, mas não se aprofundou nessa parte do caso, foi como se esse momento isolado tivesse sido esquecido e perdido em meio a tantos acontecimentos. Para os autores do trabalho gerou a dúvida sobre qual foi o envolvimento delas no crime, porque o programa não se aprofundou nessa parte e não investigou a fundo.

Trabalhando com Pollak (1990) percebemos que um “não dito”, aquilo que o sujeito só confessa a si mesmo e um silenciamento estão presentes na narrativa. O Programa aponta, lembra o acontecimento, mas oferece poucas informações. Nas entrelinhas, fica uma lacuna, mas também o programa se “furta” da possibilidade de até mesmo aprofundar o tema e construir também junto ao imaginário do público uma imagem de que as esposas do envolvidos no crime também são “acusadas” ou “suspeitas”, posicionamento que não foi levantado pela polícia em suas linhas de investigação.

#### Rememorando jornalisticamente e abordagem dada



A Barbárie ocorrida na cidade Queimadas em Paraíba, foi o tema do segundo episódio do Programa Linha Direta, na rede Globo, no dia 11 de maio, onde trouxe detalhadamente a memória da irmã de Izabella, que sobreviveu ao crime, o sentimento e angústia das mães e parentes das vítimas, os detalhes chocantes revelam a crueldade e a violência presentes nesse triste episódio, deixando uma marca indelével na memória de todos que testemunharam ou foram diretamente atingidos. O caso de Barbárie de Queimadas ocorrido em 2012 é marcado não apenas pela violência extrema dos estupros cometidos, mas também pelos possíveis silenciamentos e esquecimentos que permeiam sua história.

É importante ressaltar que não se pode tirar conclusões específicas sem informações mais aprofundadas, uma vez que as razões podem variar significativamente de uma situação para outra. Tanto Lilia quanto Sheila podem ter medo das possíveis represálias dos agressores, o que pode incluir ameaças à sua própria segurança. Elas podem se sentir envergonhadas, especialmente se têm algum tipo de vínculo com os agressores, o que pode dificultar o pronunciamento. Em algumas situações, pessoas próximas aos agressores podem negar ou minimizar a gravidade do crime, o que as leva a não falar sobre o ocorrido.

Em resumo, a reparação e conscientização sobre o feminicídio e o estupro envolvem um conjunto complexo de ações que visam à justiça a garantia de que os culpados enfrentem as consequências legais. A compreensão sobre o feminicídio e o estupro é essencial para combater esses crimes. É importante promover a educação sobre o consentimento, o respeito aos direitos das mulheres e a igualdade de gênero desde cedo, tanto nas escolas quanto na sociedade em geral. Isso pode ajudar a prevenir esses crimes e a mudar a cultura que normaliza a violência contra as mulheres.

Durante o programa, Isânia Frazão, cita que muitos parentes dos agressores ligaram dias depois do velório das vítimas que foram brutalmente assassinadas, pedindo para que não se falasse o nome deles, pois de uma certa forma eles não estavam envolvidos de forma direta, como no estupro. Isso demonstra, que para os familiares daqueles agressores a memória individual que foi contada à polícia por uma das vítimas é vista de forma negativa para alguns deles. A atitude dos familiares desses agressores, reflete a negociação da memória, apresentada por Halbwachs (1990), pois devido Queimadas ser um cidade interiorana, parentes próximos poderiam sofrer com censura coletiva na cidade. Os parentes estão tentando controlar a narrativa, evitando a associação direta de seus entes queridos com o crime. Isso está alinhado com a ideia de que a memória é um processo dinâmico, sujeito a negociações e reinterpretado dentro de contextos sociais específicos.

Outro exemplo nítido, é quando uma das vítimas cita que o principal agressor que articulou o crime, diz para uma outra vítima não fazer nada, não ir à polícia ou até comentar com alguém, pois isso poderia fazer com que ela ficasse “mal falada” na cidade. Uma fala totalmente machista usada por muitos homens que sentem poder sobre o corpo da mulher. Essa instrução do principal agressor para que a vítima não denuncie o crime à polícia destaca a influência e o controle social. Segundo o Linha Direta, há uma tentativa de preservar a imagem dos agressores e evitar que a reputação da vítima seja prejudicada. Essa manipulação reflete uma dinâmica de poder, onde os agressores procuram controlar a narrativa pública em seu próprio benefício.

Desta forma, é crucial citar a importância da coragem de uma das vítimas, que mesmo de luto, colaborou de forma eficiente para que todos os envolvidos fossem punidos, entretanto, o desejo de justiça ainda segue, pois mesmo depois de anos, o principal articulador do plano segue foragido da polícia, tendo escapado pela porta da frente do presídio de segurança máxima da Paraíba, isso nos faz debater sobre até que ponto a justiça está ao nosso favor. Destacamos também a visibilidade que o programa deu a esta mulher. Conduziu a narrativa por meio de um enquadramento que nos permitiu ouvir alguém que teve seus direitos violados, cumprindo assim a responsabilidade social do jornalismo.

O caso Barbárie de Queimadas, desenvolvido pelo Linha Direta foi apresentado de forma contundente, trazendo vozes femininas que por muito tempo eram silenciadas pela mídia e conscientizando as pessoas a denunciarem casos de violência contra a mulher, demonstrando assim que casos como esses não podem ser ocultados e que é necessário cada vez mais estudar e lutar por um país com mais segurança e justiça para as mulheres.

### **Considerações Finais**

Neste trabalho foi analisada a lembrança do caso a Barbárie de Queimadas através do programa Linha Direta. Por meio da pesquisa, discutimos quem foram os senhores de memórias escolhidos para falar sobre o caso, o silenciamento sobre pontos específicos, a memória individual, coletiva e também o esquecimento.

Durante todo o artigo, nos voltamos para a importância do jornalismo com fonte de memória para a sociedade, o aprofundamento na análise da reportagem sobre o crime traz diversos pontos que são importantes tanto para a construção de um jornalismo que se compromete com a memória de um povo, como para a população que pode buscar respostas e justiça através da mídia.

Ao longo do trabalho, foram analisadas falas, vídeos, entrevistas que ajudaram na compreensão do caso da barbárie. Questionamentos foram feitos sobre as pessoas que foram escolhidas para relatar, como também as que foram de certa forma omitidas, mesmo tendo relação com o caso.

É importante salientar que ainda há muito mais a ser debatido sobre esse caso, como o por que algumas pessoas foram deixadas de lado na investigação e não apareceram em nenhum depoimento da reportagem, outras pesquisas também podem ser feitas em outras reportagens de outros veículos, aprofundado o caso sob lentes das teorias de comunicação, em especial, o *newsmaking*. Encorajamos os pesquisadores a se aprofundarem no caso sob as lentes das teorias da comunicação e, em especial do *newsmaking*, questionando a mídia sobre como abordar e conscientizar em casos sobre feminicídio.

## Referências

A BARBÁRIE de Queimadas. Programa Linha Direta, 2023. 1 vídeo (50 minutos). Publicado pela Rede Globo. Disponível em: Assista no Globoplay: <https://globoplay.globo.com/v/11611120>. Acesso em: 14 nov. 2023.

BARBÁRIE de Queimadas: estupro coletivo na Paraíba foi planejado por conhecidos das vítimas em 2012. In: **Barbárie de Queimadas: ‘velando minha irmã e relatando tudo que aconteceu’, diz vítima sobrevivente**. [S. l.], 12 maio 2023. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ultima-hora/pais/barbarie-de-queimadas-estupro-coletivo-na-paraiba-foi-planejado-por-conhecidos-das-vitimas-em-2012-1.3367746>. Acesso em: 14 nov. 2023.

FERREIRA, Mayara. **JORNALISMO COMO LUGAR DE MEMÓRIA: A CULTURA NAS PÁGINAS DA REVESTRES**. In: FERREIRA, Mayara. Curitiba: Appris Editora, 2019. p. 31-34.

FECHINE, Dani Fachine. **Barbárie de Queimadas: relembre cronologia e investigação do crime**. [S. l.], 11 maio 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2023/05/11/barbarie-de-queimadas-relembre-cronologia-e-investigacao-do-crime.ghtml>. Acesso em: 18 dez. 2023.

FECHINE, Dani. Barbárie de Queimadas: 'velando minha irmã e relatando tudo que aconteceu', diz vítima sobrevivente. In: FECHINE, Dani. **Barbárie de Queimadas: 'velando minha irmã e relatando tudo que aconteceu', diz vítima sobrevivente**. [S. l.], 12 maio 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2023/05/12/barbarie-de-queimadas-velando-minha-irma-e-relatando-tudo-que-aconteceu-diz-vitima-sobrevivente.ghtml>. Acesso em: 14 nov. 2023.

HALBWACHS, Maurice. **A MEMÓRIA COLETIVA**. 2. ed. Paris, France: Vértice, 1990.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2010. LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas SP, 1990. p. 1 - 476.

LEAL, Luana Aparecida. MEMÓRIA, REMEMORAÇÃO E LEMBRANÇA EM MAURICE HALBWACHS. **Revista Linguagem**, [S. l.], ano 2012, v. 18, n. 1, p. 1-8, 29 jun. 2021. Disponível

em: <https://www.linguasagem.ufscar.br/index.php/linguasagem/article/view/1217/729>. Acesso em: 02 jan. 2024.

OLIVEIRA, Thamyres Sousa de. O jornalismo piauiense como instrumento de memória e história. **O jornalismo piauiense como instrumento de memória e história**, Ouro Preto, Minas Gerais , 30 mai. 2013

POLLAK, Michael. **Memória, Esquecimento, Silêncio**. vol. 2. Rio de Janeiro ESTUDOS HISTÓRICOS, 1989.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. vol. 5. Rio de Janeiro: Estudos Históricos, 1992.

## **Espetacularização da morte da “Rainha da Sofrência”, Marília Mendonça**

Lorraine Nascimento de OLIVEIRA  
Ruthy Manuella de Brito COSTA  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

O presente artigo tem como objetivo apresentar por meio de análises de conteúdo jornalístico, como a mídia se portou diante do caso do acidente aéreo da cantora brasileira Marília Mendonça no ano de 2021, no interior do estado de Minas Gerais. O trabalho tem como questão norteadora, o sensacionalismo e o enquadramento noticioso que permeia dentro dos telejornais do fim de tarde, já caracterizados como jornais populares que tem como intenção de interagir um grande público, trazendo o gênero opinativo. Os resultados da pesquisa se revelam interessantes para o campo do jornalismo tanto para os que estão no mercado de trabalho, quanto para os que irão entrar.

**Palavras-chave:** Marília Mendonça; Espetáculo; Sensacionalismo; Valores-Notícia;

### **Introdução**

Líder do subgênero do sertanejo, o “feminejo”, Marília Mendonça teve uma carreira admirável desde 2015, onde os brasileiros se encantaram com a sua voz e suas composições, porém no dia 05/11/2021 sua carreira foi interrompida, enquanto ela voava para cidade que iria se apresentar, no estado de Minas Gerais, seu avião se chocou contra as redes elétricas da região. Sua partida repentina abalou todo o país, sendo pauta para os noticiários daquele dia em diante. A dor da família, amigos e fãs foi algo que moveu por dias as redes sociais e também os jornais, de certo podemos observar que Marília era uma pessoa querida por todos, com um vasto número de seguidores em suas redes sociais, várias homenagens foram prestadas, até os dias de hoje seus amigos próximos como a dupla sertaneja Maiara e Maraisa, seu ex-namorado e pai de seu filho Murilo Huff homenageiam a cantora em seus shows.

Durante a cobertura de seu falecimento, alguns jornais se utilizaram do imediatismo, outros optaram por transmitir apenas as informações repassadas pela assessoria da cantora, causando um misto de sensações nos fãs e familiares, vendo esse cenário no decorrer da disciplina de crítica da mídia ministrado pela docente Ruthy Manuella de Brito Costa, me senti instigada a procurar e pesquisar sobre o caso trazê-lo em formato de artigo.

Dentro dessa motivação trago como foco de pesquisa observar como os telejornais “Cidade Alerta” da emissora Record e “Brasil Urgente” da Rede Bandeirantes, abordaram jornalisticamente o acidente que vitimou a cantora Marília Mendonça. Identificando assim quais enquadramentos esses dois telejornais trabalharam, quais foram os valores-notícia utilizados por eles e também analisar os sentidos produzidos pelos telespectadores naquela noite de sexta-feira.

### **Enquadramento Noticioso**

Mauro Porto, fala em seu livro que o enquadramento noticioso é aquilo que no jargão dos jornalistas “seria o ângulo da notícia”, o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros (PORTO, 2004, p. 91). Este enquadramento seria a forma como o jornalista irá apresentar a notícia, se será de forma técnica, ou de forma mais contextualizada, a notícia, mostrando mesmo que entre linhas sua visão, sua crença, sua cultura, sua impressão do fato.

Este enquadramento define como meu leitor, telespectador ou ouvinte interpretará a notícia, colocando a mostra a visão que o jornalista quer apresentar para seu público. Definido assim a perspectiva, os conceitos, tudo acerca daquele conteúdo. O enquadramento é uma grande arma na manipulação de uma população, pois se o público não procura outros enquadramentos ele fica preso naquele recorte, obtendo assim uma visão limitada, fechada para seu mundo ao redor.

### **Jornalismo e Sensacionalismo**

Sensacionalismo é o nome que se dá para uma certa postura na comunicação em massa, em que os eventos e assuntos das histórias são exibidos de maneiras muito exageradas, para aumentar a audiência dos telespectadores ou dos leitores.” (PORTO, Gabriella, 2019).

Esta definição apresentada pela autora mostra bem este “carma” que o jornalismo carrega consigo, do aumentar a história, sempre ser exagerado ou radical com intenção de crescer, diante daquele fato.

Por vezes esse sensacionalismo se dá quando uma notícia é transformada em algo grandioso sendo que outras notícias deveria receber aquele lugar de destaque, porém em alguns momentos se necessita de uma cortina de fumaça, e o sensacionalismo faz isso muito bem, ofuscando uma notícia que deveria estar ali. Casos políticos se encaixam bem nesse contexto, quando algum bobalhão faz alguma besteira para chamar a atenção para si, enquanto no senado

ou congresso estão votando alguma lei/projeto que pode definir o destino de uma classe.

### **Espetacularização no jornalismo**

O jornalismo em alguns episódios se torna palco principal de alguns espetáculos, uma grande show midiático que possui um grande público, o dito *shownalismo*, que consiste em uma notícia que é super valorizada, graças aos valores-notícia que são utilizados dentro da produção jornalística.

De acordo com Debord (2003), “espetáculo” é o momento em que a mercadoria, em nosso caso a notícia, chega à ocupação total da vida social se tornando algo muito grandioso, quando o tempo livre do trabalhador passa a ser ditado pelo consumo alienado ou seja, quando o trabalhador tira do seu precioso tempo para se sentar-se em frente a uma Tv e assistir um jornalismo “dramático” e “sangrento”, com o “ócio” transformado em “lazer”, se tornando costume.

### **Esqueça-me se for capaz**

A noite de 05 de novembro de 2021 ficou marcada pela a incerteza, pela dor e também pela comoção, o jornalismo teve o papel de informar ao grande público o falecimento da cantora Marília Mendonça. Dentro dos tópicos que serão descritos abaixo, iremos analisar como dois grandes programas do final da tarde o “Brasil Urgente” da Rede Bandeirantes e o “Cidade Alerta” da Rede Record, noticiaram o acontecimento, essa análise será feita por meio do método qualitativo e utilizando o enquadramento noticioso, os valores-notícia e por fim os sentidos que foram produzidos nos telespectadores.

### **Como o “Brasil Urgente” Rede Bandeirantes noticiou o acidente da cantora Marília Mendonça?**

O telejornal “Brasil Urgente” da Rede Bandeirantes, é um exemplo de um jornalismo tido como próximo do telespectador e seus problemas, com chamadas impactantes, ampla cobertura em tragédias, trazendo um diálogo pessoal com o telespectador, o incluindo na “conversa”.

O fim da tarde do dia 05 de novembro, começou de forma “normal” para um programa que busca denunciar os crimes ocorridos na grande São Paulo e em seus arredores, logo no retorno do intervalo comercial o apresentador José Luiz Datena, apresenta para seu público a queda de um avião, de imediato já informa de quem trata-se da cantora Marília Mendonça e sua equipe, nos primeiros minutos de fala do apresentador, ele fala da beleza do lugar, como o modelo do avião da cantora era seguro, porém já tinha alguns casos de quedas. “É um King

Air, é o avião mais seguro do mundo, mas o que tem caído desse avião mais seguro do mundo não ‘tá’ no Gibi” (José Luiz Datena, Brasil Urgente, 05/11/2021), o ponto de partida desta análise é esta frase trazida pelo apresentador, ao anunciar a queda do avião da cantora, nesta fala é possível observar um tom inicial de espetacularização trazendo o dado de mais seguro, porém isso é uma afirmação feita pelo apresentador, sem uma fonte que comprovasse isso, com esta fala ele alivia o telespectador, que está na ansiedade de saber o que aconteceu com sua ídola.

Por meio de pesquisa buscamos confirmar esta primeira fala analisada, ao colocar o modelo do avião no buscador Google, são apresentadas algumas reportagens sobre o modelo, dentre elas uma no site Poder 360, que entrevistou o piloto Décio Corrêa, presidente do Fórum Brasileiro do Transporte Aéreo e Mantaer (Associação Brasileira de Manutenção Aeronáutica), ao longo da entrevista ele afirma que o modelo em questão é um dos melhores do país, um verdadeiro tanque de guerra, então podemos constatar a partir da informação de um especialista, que a fala do apresentador é algo exagerada, mostrando um enquadramento de impacto, o sensacionalismo tem sua primeira aparição na notícia.

Após essa fala ele continua a discorrer sobre o local, reforça a ideia de que a aeronave era muito segura, mencionou nesse primeiro momento a nota emitida pela assessoria da cantora, que de certa forma foi para acalmar o público e a família, porém era perceptível um certo inquietamento do apresentador, que a todo momento dava sua opinião sobre o fato.

Fato que também se mostra interessante para análise é a repetição da imagem do avião naquele momento, a todo instante o apresentador reafirmava que a cantora estava bem, porém a única informação que ele tinha naquele momento para afirmar isso era uma nota da assessoria, é uma fonte testemunhal, que estava transmitindo em *live* (ao vivo) o local onde tinha acontecido o acidente, a utilização da repetição da imagem faz com que essa imagem fique gravada na mente do telespectador, fazendo com que ele associe aquelas informações repassadas com o que vê, ocasionando um misto de sensações, transformando aquele momento de incerteza num espetáculo, que os deixa ansioso pelos próximos momentos da notícia, o colocando dentro da notícia.

Avançando no tempo da cobertura, ao conversar com um repórter da rádio local que estava na localização do acidente, o apresentador com uma grande falta de sensibilidade para com seu público, pede em rede nacional para que o repórter tire fotos do resgate da cantora.

Nesse momento começa a resgatar as pessoas de dentro do avião, é dá para tirar uma foto dela daí pelo menos? Por que o resgate vai ser feito aí oras (José Luiz Datena, Brasil Urgente, 05/11/2021).



Vemos a espetacularização latente dentro desta fala, pois a forma que o apresentador se comove com a situação é quase inexistente, ele se apresenta como uma pessoa que somente visa a audiência do público, que está aguardando notícias sobre os passageiros.

O enquadramento aplicado pelo telejornal, é de uma espécie de palco e aquele acidente em questão se tornou um grande espetáculo, trazendo um misto de angústia e esperança para o telespectador. Dentro de suas falas o apresentador Datena traz muito a primeira pessoa, como “eu acredito”, “eu acho”, trazendo à tona uma característica muito forte no jornalismo policial, o gênero opinativo, “Acredito até que tenha gente do corpo de bombeiros dentro do avião, veja as imagens ao vivo aqui na tela da Band” (José Luiz Datena, Brasil Urgente, 05/11/2021), sempre tendo chamadas para que o público permaneça ali, mesmo que recebendo informações repetidas.

Novamente avançamos, vemos detalhadamente o resgate, a insistência do Datena para falar com o comandante do resgate, a todo momento procurando contato com o correspondente que estava no local.

Olha se a assessora da Marília Mendonça ‘tá’ chorando muito com a nossa produção no telefone é porque a notícia que ela recebeu não é boa, e vai batendo na realidade, as nossas informações aqui (José Luiz Datena, Brasil Urgente, Vídeo extraído do Youtube, site da Rede Bandeirantes, 05/11/2021).

Ao trazer essa fala o apresentador carrega ainda mais sua audiência, a deixando mais apreensiva, sem apurar totalmente, outro ponto que incomoda é o fato dele a todo momento procurar contatar o comandante da operação, para buscar informações, sendo que ele estava a trabalho e não poderia responder, podendo assim estar atrapalhando o andamento do resgate.

Chegamos a última parte que iremos analisar, o momento que é descoberto o óbito da cantora, o apresentador está mostrando para seu público cenas do resgate, em certo ponto pede para o seu cinegrafista, Latino como ele chama, para colocar em tela grande a imagem de um corpo que tinha sido resgatado sem vida, trazendo uma imagem muito forte para aquele momento, uma transição importante de ser observada, antes mesmo que o apresentador falasse, legenda-gerador de caracteres (GC) se modifica, de “AVIÃO COM MARÍLIA MENDONÇA CAI” para “MARÍLIA MENDONÇA MORRE”, trazendo um grande impacto para quem estava assistindo, logo após essa troca o apresentador, anuncia nota enviada pelo corpo de bombeiro de Minas Gerais, os quais estavam no local, confirmando que a cantora estava entre uma das vítimas fatais, após a leitura da nota ele relata o seguinte:

É a notícia que ninguém queria dar de jeito nenhum, parece que ninguém sobreviveu ao acidente e que a Marília Mendonça realmente morreu, é nota oficial, já não é mais notícia desencontrada que chega do local, morreu a cantora Marília Mendonça (José Luiz Datena, Brasil Urgente, 05/11/2021).

Durante sua fala vinha pequenos trechos de silêncio, mostrando um tom de tristeza na voz do apresentador, mostrando que o jornalista ali em questão está sentindo a notícia que está repassando. Por fim, como dito anteriormente nos objetivos deste trabalho, deve-se classificar também o valor notícia de toda essa cobertura sobre o caso, dentre eles podemos incluir a personalidade, pois se tratava de uma das maiores vozes do cenário sertanejo brasileiro, era algo incomum, pois é normal aviões voarem, mas é um “evento” quando acontece acidentes com os mesmo, e proximidade, por ser uma artista que vivia próximo ao seus fãs por meio das redes sociais e em seus shows.

### **Como o “Cidade Alerta”, da emissora de televisão Record, divulgou o acidente da cantora Marília Mendonça?**

O programa diário “Cidade Alerta”, é um jornal de cunho policial, caracterizado por sua linguagem apelativa e por muitas vezes se torna muito sensacionalista, segundo site da emissora que ele é exibido o programa é um grande prestador de serviço a quem busca ajuda para solucionar casos enigmáticos de morte e desaparecimento.

De início o apresentador Luiz Bacci, começa sua fala com um tom melancólico, levando o público a uma extrema emoção:

Infelizmente chega a confirmação da morte de uma sem dúvida nenhuma, no auge da sua carreira, umas das (pede a foto da Marília no telão), uma das maiores vozes que o Brasil já ouviu, infelizmente está confirmado, por parte da sua assessoria e do corpo de bombeiro de Minas Gerais, morre jovem, no auge da sua carreira, após ser mãe recente (Luiz Bacci, Cidade Alerta, 05/11/2021).

O apresentador ao anunciar a confirmação do falecimento da cantora adjetiva inúmeras vezes, além de utilizar palavras como “infelizmente”, no “auge da carreira”, carregando sua fala de sentimentos, mostrando um recorte da Marília profissional e familiar, envolvendo todo o seu redor.

Ao longo de sua fala, ele diz que irá trazer para seu público todos os detalhes do caso para que fiquem informados, porém o que se pode observar é que essa fala é apenas para atrair o público que anseia por mais informações do ocorrido.

Depois de anunciar e adjetivar a cantora, ele coloca em pauta uma história envolvendo a cantora, ele e outra figura pública, que se trata da Advogada Deolane Bezerra, mencionando

que havia saindo com elas mostrando foto do momento, trazendo algo que é tão pouco relevante para o caso ali tratando, fazendo com que novamente seu público fique ali esperando a sua história acabar para receber o detalhamento prometido no início do anúncio.

Em meio a história que ele conta, menciona como era o temperamento a caracterizando como “dócil”, trazendo esse lado feminino da Marília, também menciona a mãe dela com a fala da própria Marília.

Tomara que minha mãe não veja que eu to muito baladeira, eu falei assim mas você já tem 30 anos Marília, ela disse ‘ah’ não, ela tem 25 anos (com tom de surpresa), já é crescida Marília, aí ela, não mas a minha mãe fica de olho em mim, ela tinha uma relação com a mãe como se fosse um bebê da mãe até hoje (Luiz Bacci, Cidade Alerta, 05/11/2021).

Ao encerrar a história o apresentador, se solidariza com a família, em sua fala também mostra uma inconformidade em relação a morte da cantora, com um enquadramento de tristeza e sentimentalismo.

O apresentador também relata em sua fala que enviou mensagem para o produtor da cantora que também estava no avião, ele apresenta as mensagens enviadas, e também cita outro caso que comoveu muito o país que foi o acidente aéreo do cantor Gabriel Diniz (2019), onde o cantor também faleceu, após citar o caso, o apresentador, pede para que sua produção reproduza o último vídeo publicado pela cantora. A forma com a qual o Luiz Bacci conta a história da queda do acidente como se fosse algo fictício, trazendo muita ênfase com palavras como: desespero, infelizmente novamente. Outro ponto importante de se mencionar é a legenda-Gerador de Caracteres (CG) colocada pelo telejornal, “URGENTE: CANTORA MARÍLIA MENDONÇA E MAIS QUATRO PESSOAS MORREM EM ACIDENTE DE AVIÃO”, trazendo para o telespectador urgência, fazendo com que ele receba um grande impacto, já que agora o enquadramento mostrado pelo telejornal é o acidente, o acontecido.

Para finalizar o apresentador solicita a divisão de tela e após se utiliza da fala a seguir:

Divide a tela por favor, aqui com as imagens de lado, eu quero olhar no olho da família, pela lembrança que tenho de todos eles (Luiz Bacci, Cidade Alerta, 05/11/2021).

Dentro dessa fala ele aproxima de si a família, e também novamente o telespectador, que não quer apenas saber o que está acontecendo no caso, mas também quer saber da família, quem era a Marília, entre outras informações. O apresentador, ao relatar a continuação da sua história com a cantora, notou como ela era com a família, principalmente o tio que a acompanhava, também caracterizando a relação que ela tinha com o seu produtor que foi mencionado anteriormente. O apresentador encerra com o seguinte:

Todos jovens, colhendo frutos, e aí a vida termina com esse avião caído agora, nessa imagem ao vivo direto de Minas Gerais, com os corpos sendo retirados, confesso a vocês, é muito difícil de acreditar (Luiz Bacci, Cidade Alerta, 05/11/2021).

Nesse momento, o jornalismo se humaniza e ao mesmo tempo se torna invasivo, retirando a privacidade da família enlutada, ao estar apresentando as imagens dos corpos sendo retirados do avião, nesse momento deveria-se respeitar a dor do outro. Dentro das falas apresentadas podemos ver que o jornalismo trazido pela Record, trouxe um enquadramento familiar, querendo focar na família da Marília e utilizando o valor-notícia de proximidade, emoção e tristeza, envolvendo aquela família que está acompanhando o desdobramento do caso.

### **Considerações Finais**

O jornalismo ainda se mostra pouco maduro para lidar com tragédias, acidentes e casos de mortes principalmente com personalidades, o caso do acidente de Marília Mendonça não é isolado, podemos citar como exemplo o caso de cantor Gabriel Diniz que morreu de forma parecida, e que houve uma cobertura parecida, com vídeos mostrando resgate, entradas ao vivo, cobertura até mesmo do velório. Os holofotes na dor da família são muito claros, muitas vezes tirando direito de despedida, de sentir a perda do seu ente querido. Telejornais como o Brasil Urgente e Cidade Alerta, são retratos do que a mídia quer ver, uma conversa informal, uma história, utilizar fontes alternativas, informações rápidas (por mais que isso signifique consumir notícias sem apuração), ao se ver ali, ou sentir uma proximidade com o conteúdo apresentado, se torna mais fácil consumir mais frequentemente este conteúdo.

Os telejornais de fim de tarde como esses analisados vem como um retrato do uso dos valores-notícia e enquadramentos. Essas formas de atrair o público explora vários campos, emocionais, sentimentais, colocando assim seu telespectador dentro da notícia todo custo, os colocando dentro do acontecimento. Em suma, o jornalismo necessita ler, estudar sobre suas coberturas para que assim aprenda com seus erros e se torne cada dia mais um jornalismo ideal, que seja humano e não espetáculo.

### **Referências**

**BRASIL URGENTE COM DATENA – 05/11/2021.** Disponível em:  
<https://www.youtube.com/watch?v=-ahZ0E8sfqc>. Acesso em: 20 jun. 2023.

**CIDADE ALERTA.** Cantora Marília Mendonça morre em queda de avião no interior de Minas Gerais, . Disponível em: <https://youtu.be/xyLHNlilySM>. Acesso em: 20 jun. 2023.

**LADEIRA, Francisco.** A espetacularização da realidade, Observatório da Imprensa <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/a-espetacularizacao-da-realidde/>. Acesso em: 20 jun. 2023.

**PORTO, M.** Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. C. (ed.). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador; São Paulo: Edufba e Ed. Unesp, 2004. p. 91.

**PORTO, Gabriella.** Sensacionalismo, Info Escola: <https://www.infoescola.com/jornalismo/sensacionalismo/>. Acesso em: 21 jun. 2023.

OLIVA, Gabriela Modelo de avião usado por Marília é um “tanque de guerra”, diz especialista, Poder 360: <https://www.poder360.com.br/brasil/modelo-de-aviao-usado-por-marilia-e-um-tanque-de-guerra-diz-especialista/> Acesso em: 21 jun. 2023.

## **Análise comparativa da cobertura dos programas Jornal Nacional e Jornal da Record sobre o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff <sup>1</sup>**

Beatriz de Sousa SILVA  
João Pedro NUNES  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo analisar comparativamente a cobertura do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff usando como base a teoria do *newsmaking* e as ações ideológicas e sociais. Para tal empreitada, foi realizado um comparativo de como os dois principais telejornais das duas emissoras mais influentes do país abordaram o processo de cassação do mandato da então presidenta Dilma. As principais percepções estão relacionadas aos discursos proferidos pelas emissoras. É feito ainda um breve panorama do contexto dos governos petistas e um pouco da relação deles com a mídia ao longo dos mandatos. Os autores utilizam na análise final tanto a ação ideológica como a ação social para medir o fato narrado pelos veículos de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cobertura. *Impeachment*. Social. Ideológica.

### **Introdução**

Em 31 de agosto de 2016, o Senado Federal brasileiro realizou o julgamento final do processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, pois a mesma teria feito operações financeiras ilegais para cobrir rombos no orçamento. Esse fato ocorreu depois de meses de intensos debates marcados por brigas entre os parlamentares contrários à cassação e a favor. Nesse artigo apresentaremos como a ação social e ideológica se mostrou efetiva na cobertura jornalística da cassação da ex-presidenta Dilma.

Para tal atividade, observaremos dois canais e dois noticiários; a Rede Globo, com seu Jornal Nacional, o noticiário televisivo mais assistido no país e a Rede Record, com o Jornal da Record, ambos exibidos simultaneamente sendo este último o telejornal com a segunda maior audiência da grade televisiva aberta.

Utilizamos do método da revisão bibliográfica se valendo de fichamentos e apontamentos realizados em sala de aula durante as disciplinas estudadas. Os fatos sociais precisam não apenas de percepções comuns, mas sobretudo de aprofundamentos teóricos

maduros que possam elucidar as questões difíceis. O jornalismo é o constante exercício da prática discursiva, portanto dialogamos com alguns autores que acrescentam visões importantes acerca da sociedade e da comunicação.

Mesmo vivendo num tempo de convergência midiática. A televisão ainda é o veículo de maior imersão e sedimentação nas famílias brasileiras. Muitos discursos ainda só são legitimados através dessa mídia. Consolidada no Brasil nos anos 70 e 80 a televisão sempre foi palco para grandes temas da sociedade. Com o jornalismo ela também exerce seu papel de influência e por isso, escolhemos esse veículo para analisar e depreender seus discursos no que diz respeito ao *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff.

Como método teórico usaremos a teoria do *Newsmaking* como base para desenvolvermos este artigo e depreender as influências da ação social e ideológica na cobertura jornalística das emissoras Rede Record de Televisão do grupo Edir Macêdo e da Rede Globo de Televisão, pertencente à família Marinho. Como hipótese partimos do pressuposto que dadas as proporções de tempo e linhas editoriais, cada veículo fará uma abordagem direcionada para os desejos ideológicos e particulares da emissora.

### **Crítérios de noticiabilidade**

A atividade jornalística consiste na utilização de uma plataforma ou mídia para publicar algo. Historicamente, o jornalismo sempre pautou o interesse público de maneira dialógica e interativa com o meio. Muito custou para o jornalismo se tornar um produto massificado. Todavia, as tecnologias possibilitaram tanto a fluidez na entrega das informações como o retorno interpretativo dos receptores.

Nesse fluxo de comunicabilidade é notório que a parte emissora possui maior poder de distribuição e maturação no processo de construção da informação. Para isso, cada veículo ou plataforma se vale de um conjunto de valores, ideias e compromissos comerciais que os tornam porta-vozes de um cenário discursivamente elaborado.

O presente artigo irá se deter nas evidências que o trabalho da comunicação realiza, principalmente enquanto produtora de discursos. Iremos analisar também a submissão às operações, pressões sociais, técnicas e *deadline*; e demais aspectos característico do ambiente jornalístico que influenciam diretamente no resultado final do produto.

A teoria do *newsmaking* argumenta que o ambiente jornalístico de produção determina como serão as notícias. Ela leva em consideração ainda valores-notícias, grau de noticiabilidade, relações pessoais dentro da organização entre outros fatores. O principal

confronto é com a Teoria do Espelho que sintetiza o jornalismo como construtor da realidade. Nesse sentido, Felipe Pena endossa: *a imprensa não reflete a realidade, mas a ajuda a construir.*

Ligada diretamente à noticiabilidade, aos valores-notícia, aos constrangimento organizacionais, a construção da audiência e às rotinas produtivas cada vez mais frenéticas. A teoria abordada neste estudo, está articulada em três vertentes, a partir da estrutura elaborada pela socióloga Gaye Tuchman: cultura profissional dos jornalistas, organização do trabalho e dos processos produtivos.

Para Peter Berger e Thomas Luckmann (2003) “não se existe na vida cotidiana sem estar continuamente em interação e comunicação com os outros e estes outros não são indivíduos apenas, mas sim, instituições, culturas e forças sociais.”

A afirmação acima dos autores é similar ao pensamento de Felipe Pena que acredita que não se pode encarar os pressupostos de rotinização do trabalho como deterministas. Ele argumenta que essa esteira não se trata de um módulo uniforme e imutável, e que há espaços de manobra para os jornalistas e eles estão localizados na interação com os agentes sociais. Portanto há dependência das rotinas, mas também das iniciativas dos jornalistas e da demanda da sociedade, entre outras fontes.

Sousa (2000) argumenta que os meios noticiosos conferem notoriedade pública a determinadas ocorrências, ideias e temáticas, que representam discursivamente, democratizando o acesso. Na ótica do autor supracitado, a notícia é construída a partir da interação de seis forças: estrato social das pessoas, sistema social, ideologia, cultura, meio tecnológico e história. Para melhor compreensão o autor elencou cada uma com seus significados, todos listados a seguir:

1 - Ação pessoal – as notícias resultam parcialmente das pessoas e das suas intenções, da capacidade pessoal dos seus autores; 2 - Ação social – as notícias são fruto das dinâmicas e dos constrangimentos do sistema social, particularmente do meio organizacional, em que foram construídas e fabricadas; 3 - Ação ideológica – as notícias são originadas por forças de interesse que dão coesão aos grupos, seja esse interesse consciente e assumido ou não; 4 - Ação cultural – as notícias são um produto do sistema cultural em que são produzidas, que condiciona quer as perspectivas que se têm do mundo quer a significação que se atribui a esse mesmo mundo (mundividência); 5 - Ação do meio físico e tecnológico – as notícias dependem dos dispositivos tecnológicos que são usados no seu processo de fabrico e do meio em que são produzidas; 6 - Ação histórica – as notícias são um produto da história durante a qual interagem as restantes cinco forças que informam as notícias que temos (ações pessoal, social, ideológica, cultural e físico-tecnológico) (SOUSA, 2000, p.18-19).



No exercício da atividade jornalística, o principal objetivo é informar. E para se atingir esse objetivo se faz indispensável a divulgação das notícias. Os veículos de comunicação selecionam o que é mais importante e interessante para que seja apresentado ao público. Por outro lado, a seleção dos fatos, a serem convertidos em notícias, deve ser feita observando-se certos critérios.

Na construção das notícias existem etapas que devem ser consideradas. A principal delas é a ocorrência do fato transformado em acontecimento. De acordo com Rodrigues (1999, p. 27), o acontecimento é “tudo aquilo que rompe na superfície lisa da história entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais”. Portanto, um acontecimento jornalístico é aquele que se destaca dos demais. Assim, as notícias partem de um evento que difere da racionalidade, do previsível, rompendo a ordem e apresentando o inesperado.

### **Governos petistas e seus principais discursos**

O Partido dos Trabalhadores - PT esteve à frente do poder executivo nacional desde 2003, ano em que Luiz Inácio Lula da Silva assumiu a presidência com uma forte campanha popular e apoiado por diversos grupos de trabalhadores. Sua principal marca de governo foi o amortecimento das taxas de extrema pobreza e combate à fome através dos programas sociais de distribuição de renda e giro econômico. Fatores que o reelegeram para o segundo mandato e consequentemente o fortaleceu para alienar votos para a então ministra chefe da casa civil, Dilma Rousseff.

Vários membros do Partido dos Trabalhadores imprimiram uma marca bastante revolucionária com teor esquerdista durante a ditadura militar, período que o partido ainda não estava totalmente organizado e registrado. Mas, a partir da redemocratização do País, tanto o partido como seus membros puderam se organizar legalmente e empreender diversas greves pelo país, sobretudo na região paulista do ABC, que concentra as maiores montadoras de veículos. Portanto, a história do PT se confunde com a história de diversos movimentos sociais ocorridos em toda América Latina.

Todavia, a esquerda de ordem social-democrática fez com que o partido abrisse diálogos e negociações com diversos setores da política brasileira, até então tradicionais nas casas legislativas. Durante a campanha política de 2002 o partido recebeu diversos apoios de políticos

conservadores e neoliberais. Ainda no ano de 2005, o PT vivenciou o escândalo do mensalão – que consistia num esquema de compra de votos para favorecer propostas do governo. Fato também bastante explorado pela mídia em escala nacional.

Portanto, desde os primeiros mandatos os governos petistas estiveram sendo pautados na mídia nacional. Todavia, nesse decurso deve-se também apurar as oportunidades em que o governo esteve positivamente e negativamente. Pois ao longo de todos os mandatos sempre houve opositores que fomentaram as críticas. Vale ressaltar que durante todas as eleições presidenciais nos últimos anos, o PT sempre esteve disputando ao lado do PSDB, partido que o precedeu na cadeira presidencial. O *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff deve ser visto dentro do contexto sociopolítico de alto índice de polarização entre a esquerda e a direita, muitas vezes fomentados pela mídia.

O que a história apresenta ainda são fatos recentes, portanto passíveis de percepções incipientes e imaturas, mas que valem a pena ser consideradas e maturadas com as discussões nos mais diversos fóruns. Durante o governo Dilma a história se repetiu com outro escândalo de corrupção envolvendo a estatal de maior receita, a Petrobras e juntamente de outras empresas privadas, como as diversas construtoras, acusadas de pagar propinas a políticos e partidos. Nesse ponto acreditamos que a cobertura midiática desses escândalos, fomentou a opinião pública para uma visão negativa da corrupção de políticos brasileiros tanto do legislativo como executivo.

## **Cobertura da rede globo**

### **Ação Ideológica**

Todo veículo é uma marca. Toda marca tem um propósito. Todo propósito tem uma finalidade. Para alcançar tal finalidade é preciso de uma ação. Vamos aqui neste artigo classificar-la como ação ideológica. Ela está presente nas manchetes da emissora, no caso em questão, o Jornal Nacional apresentado como sendo edição especial, uma vez que a ação era um Jornal Nacional “especial” sobre o afastamento em caráter definitivo da presidenta Dilma Rousseff pelo Senado brasileiro.

Com uma cobertura midiática sólida, a emissora conseguiu passar sua linha editorial verticalmente perante a sociedade civil. Essa edição “especial” demonstrou parte do seu poder de influência no âmbito comunicacional, munindo a população com um discurso radical contra a classe política descreditada por causa dos escândalos de corrupção ocorridos. A força ideológica do Grupo Globo se concentra tanto pela gama de plataformas da qual detém como

pela alienação cultural. Sua linha editorial aparenta ser no conservadorismo político. A edição do Jornal Nacional exibido no dia 31 de agosto de 2016, obteve uma das maiores audiências da semana naquele horário. O Jornal dedicou cerca de 20 minutos apenas para exibir depoimentos de senadores contra e a favor do processo. Também foram apresentadas opiniões de repórteres que estavam presentes na votação. Fato esse que pode ser caracterizado como uma ação ideológica da emissora. Em síntese a ação ideológica pode ser explicada da seguinte maneira:

Pode considerar-se a ideologia como um mecanismo simbólico que, integrando um sistema de ideias, cimenta a coesão e integração de um grupo social em função de interesses, conscientes ou não conscientes (a cultura também cimenta coesões, mas não em função de interesses) (SOUSA, 2002, p. 12).

As notícias também tendem a possuir um conteúdo ideológico que decorre, sobretudo, das práticas profissionais. Nesse caso, as notícias transformam-se num produto para a amplificação dos poderes dominantes, para a definição do legítimo e do ilegítimo, do normal e do anormal e para a sustentação do *status quo* (Hall *et al.*, 1973).

O Jornal Nacional segue uma linha editorial mais formal, porém com uma linguagem acessível a diversos públicos. Os âncoras introduzem a notícia de forma sucinta. Enquanto as reportagens são bem trabalhadas, abordando detalhadamente os assuntos. Pode-se considerar que há um distanciamento entre os âncoras e a matéria. O tom e a postura que eles assumem é de imparcialidade – não se percebe a utilização de expressões avaliativas. Há um posicionamento dos apresentadores, mas esse não é explícito.

### **Ação Social**

Pode-se afirmar que a ação social teve fator fundamental na cobertura da votação que afastou definitivamente a presidenta Dilma do cargo. O peso do fator social fez com que o Jornal Nacional exibisse reportagens repetitivas sobre a cassação de um presidente eleito democraticamente pelo voto direto. Isso provocou reações de telespectadores contrários e favoráveis ao *impeachment* de Dilma Rousseff que começaram a dar retorno através dos ambientes virtuais sobre o posicionamento do Jornal Nacional. A figura a seguir apresenta o título usado pelo telejornal.

Edição do dia 31/08/2016  
31/08/2016 20h54 - Atualizado em 31/08/2016 20h54

## Senado aprova impeachment de Dilma Rousseff; Temer assume

Aliados de Dilma conseguiram que a decisão fosse tomada em duas votações. Dilma perde cargo, mas não fica proibida de exercer cargo público.

*Figura 1 – Matéria do Jornal Nacional hospedado no Portal G1*

*Fonte: Arquivo Pessoal dos autores*

Sobre a matéria acima, vários grupos sociais e partidos de esquerda citaram que a Rede Globo teve um papel fundamental na fomentação do *impeachment* amplamente divulgado pela emissora. Vale lembrar que durante boa parte dos mandatos petistas a Globo juntamente com outros veículos de orientações conservadoras se posicionaram contrários às políticas sociais e posteriormente econômicas.

No exercício da atividade jornalística, o principal objetivo é informar. E para se atingir esse objetivo se faz indispensável a divulgação das notícias. Os veículos de comunicação selecionam o que é mais importante e interessante para que seja apresentado ao público. Por outro lado, a seleção dos fatos, a serem convertidos em notícias, deve ser feita dados os critérios de noticiabilidade em cada nível.

Na construção das notícias existem etapas que devem ser consideradas. A principal delas é a ocorrência do fato transformado em acontecimento. De acordo com Rodrigues (1999, pág. 27), o acontecimento é “definido como tudo aquilo que rompe na superfície lisa da história entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais”. Portanto, um acontecimento jornalístico é aquele que se destaca. Assim, as notícias partem de um evento que ultrapassa a racionalidade, do previsível, rompendo a ordem e apresentando o inesperado.

O exemplo clássico é o cachorro que morde o homem e portanto normal. Mas o anormal é o homem que morde o cachorro. O próximo tópico tratará da cobertura dada pela Rede Record, segunda maior emissora do país, de propriedade majoritária do líder religioso Edir Macêdo, presidente da Igreja Universal do Reino de Deus, presente em países no mundo inteiro,

com milhares de fiéis, no Brasil, a emissora produz uma quantidade considerável de conteúdo jornalístico.

## **Cobertura Rede Record**

### **Ação Ideológica**

Apresentado na emissora Record de Televisão diretamente de São Paulo, o Jornal da Record noticia todos os dias os principais acontecimentos nacionalmente e internacionalmente. Ao passar suas notícias, chamadas e reportagens, o jornal faz uso de uma linguagem também acessível e sem maiores rebuscamentos. Sua linguagem é possível de ser compreendida pelas mais diversas classes sociais que estejam assistindo. A Record sempre trabalha em cima dos detalhes durante as reportagens. As imagens em plano fechado e depoimentos de terceiros para passar uma sensação de exclusividade. O telejornal começa com a temática mais forte e quente do jornalismo: violência. Em suas duas primeiras reportagens trata de duas mortes, inclusive envolvendo uma criança. O tom é sempre o mesmo: comovente, mas não necessariamente apelativo.

É possível verificar os apresentadores do telejornal usando termos como: “infelizmente”, “felizmente”, “um final feliz”, “fatos tristes que vem acontecendo”. São termos que, ao longo do telejornal, dão um tom emotivo e marcam a argumentação pessoal do próprio âncora dentro do texto falado. Claramente, essa é uma característica do telejornal não apenas neste dia, mas em vários analisados. É importante observar que o Jornal da Record não apresenta a escalada com as principais manchetes. Seu início decorre normalmente, com uma notícia por vez.

Inicialmente podemos analisar através do fator ideológico como a Rede Record de televisão desenvolveu a cobertura jornalística do processo de afastamento da ex-presidenta Dilma Rousseff. Podemos perceber no Jornal da Record que foi dedicado cerca de 5 minutos de reportagem acerca da cassação, vemos também uma participação ao vivo da jornalista Adriana Araújo que fez um resumo da votação que marcou o dia em Brasília.

No dia 31 de agosto de 2016, fica evidente a introdução dada a divulgação da notícia da cassação definitiva da ex-presidenta Dilma, percebe-se grande envolvimento por parte dos apresentadores do jornal. Os fatos são narrados de forma marcante e não apenas é feita uma introdução de forma direta, como se vê no Jornal Nacional. O mesmo no dia da votação apresentou-se aparentemente imparcial em sua reportagem tentando mostrar detalhadamente

ambos os lados do processo. Entretanto se analisarmos a linha editorial da Rede Record podemos perceber uma grande influência religiosa na produção de conteúdo da mesma.



*Figura 2 – Matéria do Jornal da Record hospedado no Portal R7*

*Fonte: Arquivo Pessoal dos autores*

A Rede Record resume sua razão de existir dessa maneira:

Baseada na força e na credibilidade, alicerçadas na “verdade” da emissora, se posicionando próximo ao telespectador de maneira confiável, ágil e moderna, por meio de grandes reportagens e séries especiais produzidas por uma equipe competente, dedicada e afinada, para oferecer o melhor conteúdo jornalístico da televisão brasileira (REDE RECORD, 2016).

Na esteira do Capitalismo sabe-se que nenhuma organização é ideologicamente neutra e que nenhuma informação é totalmente cristalizada que não possa ter reverberações ainda que destoantes do anunciado. Percebemos através da experiência e observação que o Jornal da Record foi quem deu mais equilíbrio na transmissão do impedimento da ex-presidenta Dilma Rousseff. O jornalismo praticado pelos âncoras da Rede Record é declaradamente com uma linha editorial diferente da Rede Globo uma vez que os termos usados são relativamente carregados de valores morais.

## **Ação Social**

Além disso, o fator social foi de extrema importância na construção da cobertura do *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff ao mostrar a insatisfação popular diante da corrupção generalizada no país, a emissora teve dificuldades em viabilizar a cobertura. O sócio majoritário do Grupo Record, o líder religioso, Edir Macedo, já apoiou publicamente Dilma, então pode-se afirmar que a mesma teria o apoio de um segmento da sociedade que muda de lado de acordo com seus interesses perante os aspectos sociais e políticos.

Desse modo a emissora está dentro de um âmbito social e os jornalistas trabalham para que a notícia seja selecionada de acordo com o feedback da população e a pressão que ela exerce em torno da instituição de comunicação. Assim os jornalistas também sofrem a ação social dentro do contexto da produção e repasse do acontecimento. O comunicólogo Nelson Traquina descreve que:

Jornalistas não são observadores passivos, mas participantes ativos no processo de construção da realidade. E as notícias não podem ser vistas como emergindo dos acontecimentos do mundo real; as notícias acontecem na conjugação de acontecimentos e de textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento (Traquina, 1999, p.167).

Eventualmente a mesma emissora pode receber pressões de grupos regionais bem localizados, como foi o caso que a emissora Record chamou o *impeachment* de Marcelo Crivella de golpe. Crivella é membro da igreja Universal e líder dentro da denominação, que pertence ao mesmo grupo que o canal de televisão. Nas redes sociais, alguns internautas criticaram o jornalismo da Record. Um deles escreveu no twitter: *Como uma emissora se presta ao ridículo desse, de transgredir com os princípios de um bom jornalismo imparcial em favor descarados de políticos.*



**Figura 3** – Artigo publicado na Revista Fórum

**Fonte:** Arquivo Pessoal dos autores

### Considerações Finais

A informação como mercadoria será sempre negociada por *influencers* no mundo digital ou analógico. O que o presente trabalho desenvolveu no decorrer dessas tímidas páginas foi absorver e captar os principais pontos dos discursos produzidos pelos maiores telejornais do Brasil durante o *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff no ano de 2016. Os autores se valeram de revisão bibliográfica, fichamentos e apontamentos realizados em sala durante as aulas nas diversas disciplinas.

Realizando uma panorâmica no momento em que o país vivia naquele ano de 2016, percebeu-se que a pauta anticorrupção foi quem deu a tônica para a derrubada da mandatária do cargo eletivo. Paralelo a esse movimento foi dado o destaque final sobre o papel da mídia hegemônica com seus discursos, ainda que de maneira velados para com o processo. Para aprofundar essa questão seriam necessárias ainda outras colocações feitas por outros autores, porém, devido o tempo de execução deste trabalho ser limitado, fechamos com os autores da sociologia e comunicação.

Necessário ouvir os autores da análise do discurso, semiótica, geografia crítica e até mesmo da história. Pois já fazem sete anos do acontecido, mas ainda devido a quantidade de desdobramentos que aconteceram é importante analisar sobre as variadas percepções. Outro ponto relevante a ser considerado nesses tempos de convergência midiática é a força que os veículos tradicionais ainda possuem para alienar conceitos, ideias e fatos. Cada rede, cada plataforma e cada mídia desempenha um papel diferente nessa nuvem de conteúdo. A televisão ainda é o meio de maior alcance em todo o país e é ela que tem chegado de forma massiva a toda a população. Em estudos de análise discursiva, vale a diferenciação do tipo de veículo que está sendo trabalhado.

Finalizamos este artigo considerando que há diferença nas linhas editoriais dos jornais analisados. Pois cada um apresentou diferentes visões para o *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff. A imparcialidade também é posta à prova uma vez que para casos como esses de maior vulto midiático fica patente suas linhas editoriais e interesses. O fato político ganhou perspectivas diferentes e com seu poder de influência cada jornal colaborou na construção de uma realidade discursiva.



## REFERÊNCIAS

**BLOG LITERACOMUNICQ. Teorias e Críticas no jornalismo *newsmaking*:** noticiabilidade, 2010. Disponível em: <http://literacomunicq.blogspot.com/2010/04/teoria-do-newsmaking.html> acesso em 03/07/2019

**FIGUEIREDO, Marcelo da Silva. A relação entre discurso religioso / político e linha editorial no Jornal da Record.** Disponível em: <http://paineira.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/322-1009-1-PB.pdf> acesso em 03/07/2019

**LADEIRA, Francisco Fernandes. Três anos do impeachment: o que a mídia tem a ver com isso?** Observatório da Imprensa, Edição 1034 (23/04/2019). Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/dilemas-da-imprensa/tres-anos-do-impeachment-o-que-a-midia-tem-a-ver-com-isso/>

**LE MOS, Ariane Barbosa. NASSIF, Mônica Erichsen. Informação e notícia: conexões no âmbito da Ciência da Informação e da Comunicação Social** in: DataGramaZero - Revista de Informação - v.12 n.3 jun 2011. Disponível em: [http://www.brapci.inf.br/\\_repositorio/2011/06/pdf\\_ac880e071c\\_0017117.pdf](http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2011/06/pdf_ac880e071c_0017117.pdf) acesso em: 03/07/2019

**REDE GLOBO. Jornal Nacional Edição do dia 31 de Agosto de 2016.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qqBuAR5J2vU> acesso em 03/07/2019

**REDE RECORD. Jornal da Record Edição do dia 31 de Agosto de 2016. Senado aprova impeachment e Dilma Rousseff perde o mandato.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5U08ZksiJFA>. acesso em 03/07/2019

**SOUSA, Jorge Pedro. Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia** Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>. Acesso em: 03/07/2019

---

## Novas formas de jornalismo: análise da performance da jornalista e influencer Giovana Braga no TikTok

Vanessa Maria de Carvalho SILVA  
Marco Antônio de Oliveira TESSAROTTO  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### RESUMO

Esta pesquisa analisa o trabalho da jornalista Giovana Braga no *TikTok*. Para tanto, extraímos vinte vídeos do perfil “@gica.gicolina”, a fim de analisar as estratégias de distribuição de conteúdo jornalístico e sua transformação para plataforma e, de modo específico, identificar suas estratégias de divulgação de conteúdo, a descrever os principais valores-notícias tratados em seus vídeos e compreender como esses valores-notícias surgem nos comentários da audiência. O estudo se deu à luz das mudanças no campo jornalístico provocadas pela popularização das mídias digitais. O texto se ancora na pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2011), na entrevista em profundidade (Duarte, 2011), na análise de conteúdo (Bardin, 2016) e abordagem netnográfica (Kozinets, 2014). No estudo, para além de mapear e explicar informações noticiosas, Giovana Braga atua na condição de curadora de conteúdo jornalístico dentro do *TikTok*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Giovana Braga; TikTok; Jornalismo no TikTok; Mídias Digitais; Jornalismo Digital.

### Introdução

A internet é uma superfície de dados que vem ganhando mais usuários ao longo dos anos por possibilitar e facilitar novas formas de interação, trabalho, diversão etc. Nesse contexto, a mídia publicitária e o jornalismo buscam se inserir neste espaço para difundir conteúdos e alcançar uma parcela da população que passa mais tempo conectada e, portanto, consome informações através destes canais digitais.

Esta rede é constituída por nós, isto é, suas conexões entre pessoas formam as mídias digitais que são conhecidas como redes sociais. Uma rede social pode ser entendida como “um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)” (Wasserman; Faust, 1994; Degenne; Forse, 1999 apud Recuero, 2009, p. 24) e essas conexões entre os sujeitos estão presentes no espaço virtual dentro

de plataformas nomeadas como sites de redes sociais. Nesse sentido, a pesquisadora Raquel Recuero (2009, p. 3) enfatiza que “enquanto a rede social é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema, em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas”.

Para entender esse sistema, o jornalismo se apropria do ambiente virtual ao buscar novas oportunidades de inovar e, ao mesmo tempo, enfrentar os desafios e mudanças em sua rotina de produção. Essas transformações no trabalho jornalístico acompanham o comportamento do público, influenciado pelos avanços tecnológicos. Nesse contexto, o jornalismo digital se apresenta como uma opção para empresas, profissionais consolidados e para aqueles que estão começando no mercado de trabalho. Neste sentido, o *TikTok* se configura como um dos caminhos em expansão que proporciona o alcance de novos públicos e permite, aos jornalistas, absorverem outras experiências.

Não obstante, o desafio para se estabelecer nesta plataforma está relacionado ao fato do *TikTok* possuir lógicas próprias de produção, cujo formato é composto por linguagem de formato mais acelerado e um sistema de recomendação de vídeos que as demais plataformas não possuem. Conforme salienta o artigo publicado no jornal britânico *The Guardian*, pelo jornalista Chris Stokel-Walker em julho de 2022, “em um mundo onde o vídeo horizontal domina nossas telas de televisão, o *TikTok* provocou uma mudança de conceito oferecendo o vídeo/conteúdo em vertical e tela cheia” (Walker, 2022, p. 3).

Na plataforma, o conteúdo criado pela imprensa tradicional ainda segue características e padrões de outros espaços jornalísticos e possui certa aproximação com valores formalistas. Atualmente, os veículos de mídia dividem esse espaço no aplicativo com sujeitos criadores de conteúdo que também divulgam informações, além de jornalistas independentes e amadores que trabalham e disputam espaços de referencialidade naquela plataforma.

Neste cenário, destaca-se a figura da jornalista Giovana Braga que é um exemplo desses profissionais independentes. Através do seu perfil intitulado “[@gica.gicolina](#)”, ela informa, sintetiza, comenta e explica notícias do Brasil e do mundo. Seus vídeos carregam abordagens profissionais, mas, ao mesmo tempo, aproximam-se do público da geração Z, através de dinâmicas e cenários que capturam a atenção dos usuários. Os vídeos em seu perfil no aplicativo ultrapassam mais de 100 mil curtidas e dois destes chegam a marca de mais de 2 milhões de visualizações.

## O jornalismo na conjuntura das redes digitais

No Brasil, o jornalismo digital vivenciou suas primeiras experiências na internet, através dos portais de informação que surgiram na década de 1990. Das primeiras experimentações, no fim do século XX até as últimas produções realizadas em uma rede social digital nos dias atuais, o jornalismo digital experienciou inúmeras transformações em sua estrutura. Como resultado desse processo, originou-se não apenas um modelo de jornalismo inédito dentro do ambiente online, mas também novas formas de atuação no mercado de trabalho, fomentadas pelas dinâmicas e particularidades trazidas pela tecnologia da internet.

Nos últimos anos, os jornalistas têm dedicado tempo e capacitação para se aprimorarem aos recursos técnicos discursivos para além dos *blogs* e portais, passando, inclusive, a explorar aplicativos e plataformas digitais, como o *Facebook*, o *Twitter*, o *Instagram* e, mais recentemente, o *TikTok*. Tais modificações nos modos de atuação proporcionaram atualizações mais recentes ao jornalismo digital. Seguindo essa lógica, a autora Ruthy Costa (2021) ressalta que:

No atual contexto, a internet já é inerente ao processo de produção e distribuição de conteúdos jornalísticos, contudo, o ambiente digital ainda precisa ser explorado em sua totalidade pelo jornalismo. Beneficiar-se das diversas possibilidades que a web oferece, através das plataformas digitais, ainda é um desafio para o jornalismo atual (Costa, 2021, p. 17).

As empresas de jornalismo têm direcionado seu trabalho para as plataformas de mídias digitais investindo esforços para aprimorarem seu conteúdo conforme dinâmicas e lógicas de cada espaço. Sendo esta, uma estratégia voltada para o alcance de públicos. Assim sendo, de acordo com as reflexões de Costa (2021), na atualidade as mídias digitais são agentes transformadores da prática jornalística, configurando-se como ferramentas de trabalho e alterando a distribuição das notícias e a própria rotina de produção dos veículos. A partir dessas modificações e transformações, nota-se que cada rede social possui singularidades próprias e, por isso, cada uma delas acrescenta aspectos particulares ao jornalismo desenvolvido em cada espaço/plataforma.

Nesse cenário, a maneira de atuação do jornalista foi, conseqüentemente, modificada, pois além de saber se comunicar - entender formas, estratégias, escrever, apurar, editar e conhecer técnicas do meio em que trabalha - o profissional, agora, precisa ter habilidade com mídias digitais e com os produtos oriundos destas redes.

No entanto, a *web* não é a única responsável pela reconfiguração da prática jornalística. Esse movimento acontece naturalmente junto aos avanços sociais e tecnológicos, os quais, segundo Costa (2021), sempre devem ser levados em consideração ao se pensar o

desenvolvimento dos meios de comunicação. Logo, o jornalismo digital que conhecemos surgiu a partir da necessidade de adaptação das práticas ao ambiente digital e aos novos contextos oferecidos pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação (Tic's).

Nessa perspectiva, a interatividade provocou modificações nos processos produtivos da profissão ao possibilitar aos usuários, mais canais para se expressarem e a oportunidade de manejar informações. Sendo assim, duas vertentes devem ser destacadas: o *feedback* do público e o seu papel de produtor e consumidor de conteúdo. No primeiro caso, a audiência passou a dispor de espaços mais diretos e imediatos para responder e opinar a respeito do conteúdo jornalístico e/ou do comportamento dos profissionais.

Já no segundo caso, os indivíduos se transformam, ao mesmo tempo, em emissores e receptores das informações que circulam em rede. Nesse sentido, o público se tornou proativo e mais participativo. O contato, a participação e o conteúdo que os indivíduos compartilham entre si, contribuem para definir os moldes que o jornalismo atual adota. Nesse sentido, as plataformas de mídias digitais são os espaços centrais para esse processo atualmente (Rost, 2014).

Este estudo observa a transformação da prática jornalística e dos dispositivos técnicos, destacando como o jornalismo se apropria destas inovações para ampliar a disseminação de informações. Neste sentido, descreve-se o objeto e recorte deste estudo.

### **Quem é a jornalista e influencer *tiktoker* Giovana Braga?**

A jornalista e criadora de conteúdo Giovana Braga é formada em Comunicação Social/Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e atua na seleção e curadoria de conteúdos noticiosos para as mídias digitais *Instagram* e *TikTok* desde 2020, ano de sua graduação. É natural de São Luís, estado do Maranhão.

Na entrevista realizada com Giovana Braga, ela relatou que começou a trabalhar com jornalismo nas mídias digitais durante a pandemia de Covid-19 enquanto terminava a graduação. Nesse primeiro momento, ela utilizava o *Instagram* para divulgar informações sobre a doença e as medidas de segurança aplicadas em sua cidade na época. Segundo a jornalista, o uso da internet como um espaço para exercer o jornalismo aconteceu em decorrência do contexto de desinformação sobre a pandemia, pois a proliferação de notícias descontextualizadas, a impulsionou a desenvolver seu Trabalho de Conclusão de Curso sobre o tema da infodemia e, a partir disso, passou a compartilhar em suas mídias digitais os dados encontrados no levantamento bibliográfico da pesquisa de seu TCC.

Naquele ano de 2020, Giovana começou a trabalhar com o *TikTok* e logo conseguiu destacar-se como uma fonte noticiosa de referência dentro da plataforma, de modo que, atualmente, seu perfil possui 172.500 mil seguidores e a soma do número de curtidas em sua página chega a 5.4 milhões. Sobre o início do trabalho na plataforma, a jornalista afirma ter sido uma das primeiras páginas brasileiras de jornalismo a produzir notícias através do *TikTok*. Segundo Braga (2023), nesse período, ainda não havia a presença de veículos da imprensa canônica na plataforma e, por isso, suas referências de performance foram estrangeiras.

A jornalista produz seus vídeos informativos em casa. Para criar o material, ela utiliza as ferramentas e os recursos oferecidos pelo próprio *TikTok* de modo a conseguir aproximar-se do público. Dessa forma, além de filmar e editar os vídeos no aplicativo, Giovana Braga também faz uso de dinâmicas virais entre os jovens, como a *thread* “arrume-se comigo” e utiliza músicas em destaque na *For You* e *hashtags* como a #tiktoknotícias a fim de engajar seu conteúdo e conquistar seguidores.

### **O perfil da audiência da jornalista no *TikTok***

O público do perfil da jornalista e *influencer* é majoritariamente pertencente à Geração Z. Isso porque a plataforma é voltada para pessoas nesta faixa etária (dos 18 aos 24 anos). Na análise dos comentários presentes nos vídeos percebe-se a predominância e repetição do mesmo perfil de usuários: jovens adultos. Além disso, a própria jornalista observa e define a Geração Z como seu público principal, pois segundo Braga (2023) “para produzir conteúdo para o *TikTok* [...] é importante você ter a capacidade de síntese, criatividade e entender o seu público. No meu caso meu público, a maioria, é a geração Z”.

Junto a isso, cidadãos não-jornalistas também adquirem liberdade para produzir e divulgar informações, o que confere uma reorganização das práticas jornalísticas uma vez que o processo informativo passa de vertical para horizontal. Como pontua Ruthy Costa (2021, p. 68), “a cadeia noticiosa já não acontece de forma unidirecional”, pois os usuários da internet têm acesso aos mesmos dispositivos de comunicação que os jornalistas possuem e isso lhes garante o contato com fontes e informações para construir suas narrativas informativas, as quais, por sua vez, podem ser publicadas nos sites ou nas redes sociais digitais dos mesmos (Costa, 2021). Dito isso, para entender a complexidade do nosso objeto de estudo foram elencados os seguintes procedimentos metodológicos abaixo.

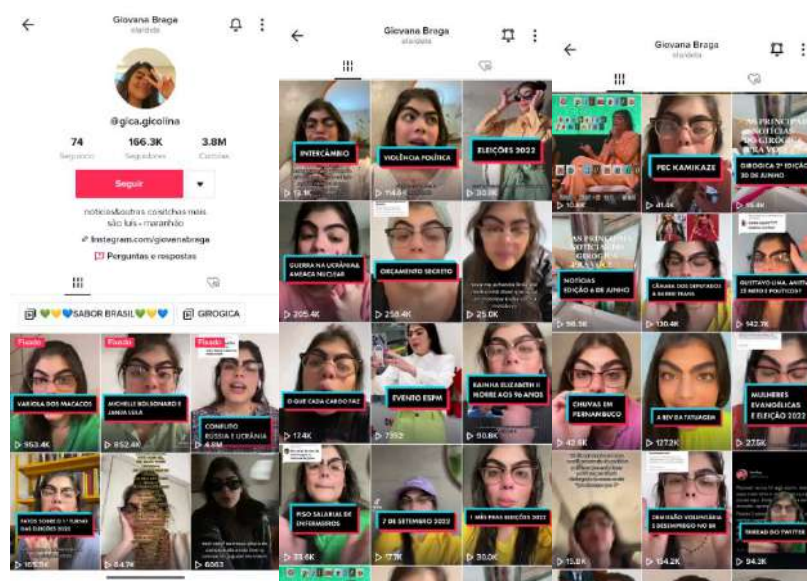
## Inspirações metodológicas do objeto de estudo

Para a construção de caminhos e o entendimento do fenômeno tratado, este artigo se ancora nos seguintes problemas de pesquisa: Como o jornalismo se apresenta no perfil de Giovana Braga no *TikTok*? Quais são as estratégias que a jornalista utiliza para distribuir seu conteúdo no *TikTok*? E quais valores-notícias são mobilizados por ela em seus vídeos?

Para estabelecer pontes para a construção das respostas aos problemas da pesquisa, o artigo utiliza como referenciais metodológicos: a análise de conteúdo (AC) sob a perspectiva de Laurence Bardin (2016), com o intuito de analisar o conteúdo das postagens da jornalista em seus vídeos no *TikTok* (temas/cenários/valores notícias); a entrevista em profundidade (Duarte, 2011) realizada com a jornalista e *influencer* Giovana Braga, a pesquisa bibliográfica do material teórico sob viés de Stumpf (2011). A extração de dados realizada por meio de capturas de tela de dispositivo móvel mobilizou a corrente netnográfica (Kozinets, 2014) que descreveu o conjunto de articulações da pesquisa desenvolvida no Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo da Uespi em Picos-Pi.

A análise constituiu uma das principais ferramentas de construção e interpretação dos materiais desta pesquisa, visto que este método permite o aprofundamento dos conteúdos e inferir sobre os aspectos relacionados a performance da Giovana Braga, a exemplo dos critérios de noticiabilidade (valores-notícias) implícitos em cada material, o perfil de seu público, suas estratégias de produção e divulgação de conteúdo, além de outras informações implícitas, como a credibilidade da auto imagem da jornalista diante dos seus usuários/seguidores.

Figuras 1, 2 e 3 — Perfil da jornalista *tiktoker* Giovana Braga



Fonte: Da autora, 2022, reprodução: @gic.gicolina

Paralelamente ao trabalho de extração das capturas de tela, foi realizada uma pesquisa de campo online focada nos comentários, para esta análise, utilizou-se como base, a exploração netnográfica, pois a netnografia é uma metodologia observacional participante baseada em trabalho de campo online que utiliza comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal (Kozinets, 2014).

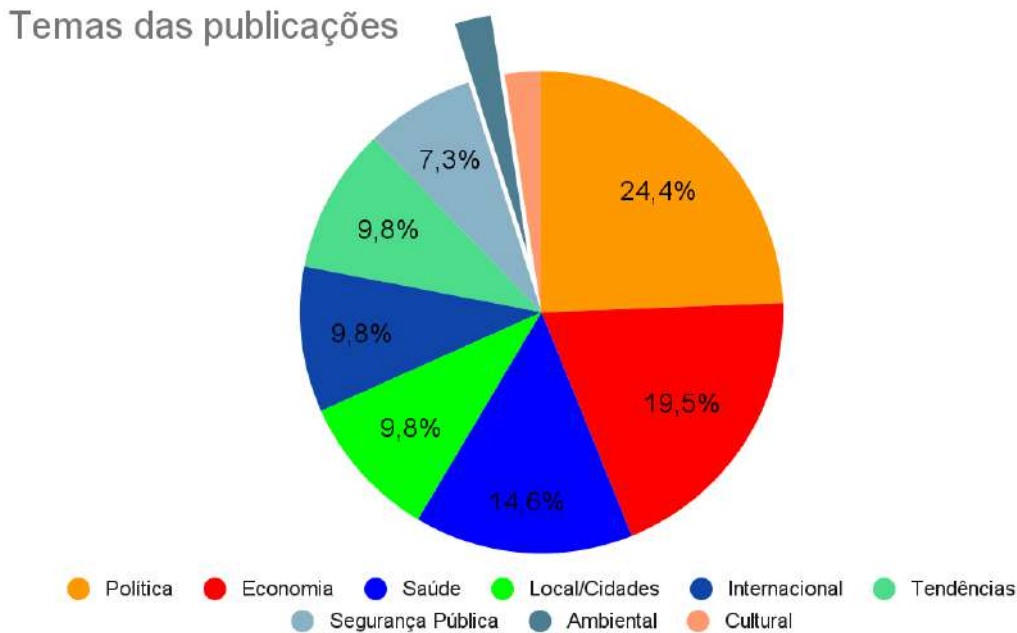
Quanto à abordagem, a mesma é quantitativa e qualitativa, visto que foi realizada a análise da performance da jornalista no seu perfil e, ao mesmo tempo, o alcance que seus conteúdos possuem. É uma pesquisa de natureza aplicada, pois as conclusões encontradas podem servir de novos encaminhamentos/questionamentos para futuras pesquisas na área da comunicação em mídias digitais, no caso da plataforma *TikTok*. Quanto aos objetivos, configura-se como uma pesquisa descritiva e explicativa, a qual é desenvolvida no tópico abaixo.

### **Principais achados da pesquisa - análise do empírico**

Os achados da pesquisa correspondem ao período de maio a agosto de 2022. Neste recorte, Giovana Braga noticiou 37 assuntos distintos, abarcados em 8 tipologias especializadas do jornalismo. Em números exatos foram 10 pautas de Política, 8 de Economia, 6 de Saúde, 4 de Jornalismo Local e/ou Cidades; 4 em assuntos Internacionais e outras 4 que abordaram o Jornalismo de Comportamento e Tendências. Nesta última categoria, 3 pautas fizeram referência ao Jornalismo de Segurança Pública/Policial e 1 em Jornalismo de Meio Ambiente/Ambiental. Além das citadas acima, 1 pauta está direcionada para o Jornalismo Cultural. Nesta análise, a título informativo, vale ressaltar que algumas pautas pertencem a mais de uma editoria.



Gráfico 1 — Assuntos/Temas abordados pela Giovana Braga



Fonte: Da autora, 2023

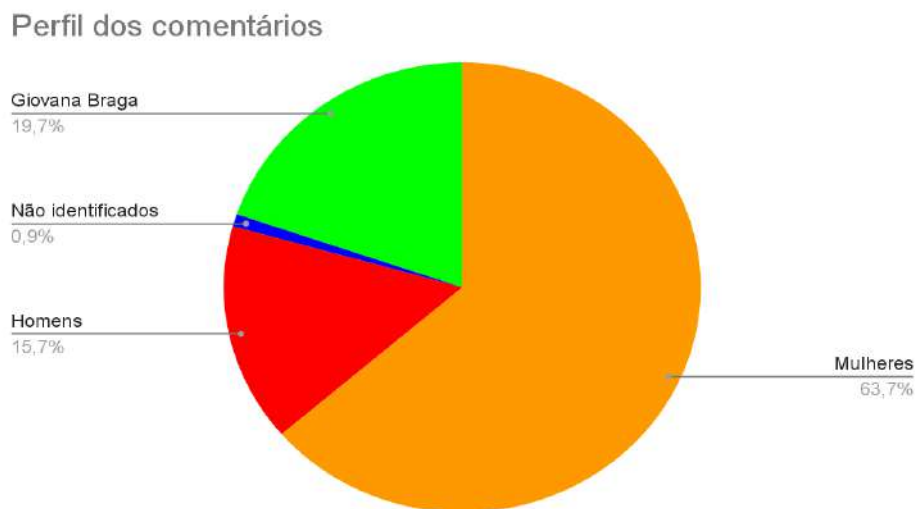
Nas editorias especializadas, nota-se, ainda, um trabalho da jornalista no sentido de construção de valores-notícias em seus critérios de seleção de pautas. Em outras palavras, estas editorias se destacaram por utilizar determinados valores-notícia para a elaboração do conteúdo. Nesse caso, este artigo utiliza como base a organização de critérios de noticiabilidade feita por Jorge (2008). Essa autora classifica tais valores em fundamentais (como atualidade, proximidade e notoriedade) e temáticos (dinheiro, poder, religião, trabalho, mistério, morte, etc). Os primeiros são os principais, pois “puxam os demais” (Jorge, 2008, p. 30).

Os resultados do processo de observação e de análise dos dados revela a presença da jornalista como uma mediadora entre os veículos tradicionais e o público jovem, o qual se distanciou do jornalismo canônico ao longo do tempo. Dessa forma, é possível observar o rompimento do monopólio de mediação das informações que outrora era exclusivo e desenvolvido pelos veículos da mídia canônica.

Em paralelo a isso, deve-se lembrar que, o modo de funcionamento do aplicativo influencia diretamente a distribuição do conteúdo e, portanto, o perfil de público que a conta da jornalista abrange é heterogênea porque comporta pessoas com diferentes idades. Nesse contexto, Braga (2021), afirma ainda adotar na criação de seu conteúdo “um jornalismo simples, acessível, [com] linguagem básica [e que consiga] falar com o maior número de pessoas” (inclusão nossa).

Sendo assim, ao estabelecer graus comparativos entre as informações da figura abaixo, referentes ao gênero dos usuários do aplicativo e o perfil de seguidores encontrados na coletânea dos 20 vídeos extraídos, obteve-se os seguintes dados:

Gráfico 2 — Perfil dos comentários nos vídeos da Giovana Braga



Fonte: Da autora, 2023

O processo de análise dos comentários aponta que a maior parte das respostas foi de mulheres (63,7%), seguido pelo retorno da jornalista aos usuários através de comentários (19,7%), respostas de pessoas do sexo masculino (15,7%) e comentários de pessoas de sexo não identificado pelos pesquisadores (0,9%). Em números exatos, do total de 223 comentários inicialmente extraídos: 142 se identificaram no sexo feminino, 35 no masculino, 2 não foram identificados e os outros 44 foram comentários realizados pela jornalista no período da extração dos dados.

Desse modo, as estratégias em torno do trabalho jornalístico feito na conta “@gica.gicolina” são elaboradas a partir dessa característica dos seguidores. Isto é, ao construir seu material, a jornalista, tem em mente pelo menos esses dois aspectos sobre seu público: são mulheres e jovens adultos.

---

### ***Feedback dos usuários e as sugestões de pautas no perfil da jornalista***

Este ponto aborda a participação dos sujeitos/seguidores do perfil da Giovana Braga que atuam e auxiliam na decupagem das informações noticiosas em rede. A solicitação de pautas é uma prática rotineira na página “@gica.gicolina”, pois através dos comentários, os indivíduos demonstram o interesse para que a jornalista explique e/ou aprofunde determinados assuntos relacionados a temáticas trazidas ou não pela jornalista. Dessa forma, a participação dos seguidores orienta os fazeres jornalísticos e contribui para assegurar estratégias interacionais mais assertivas por parte de Braga (2023) com seu público.

Para a jornalista, a colaboração/*feedback* do público é um aspecto a ser considerado para entender o que eles desejam saber/se aprofundar, pois segundo Braga (2023): “quando me associam com temas muito específicos tipo ‘fala sobre o aumento do salário mínimo’ tudo isso para mim é termômetro para entender o que o meu público quer”. De fato, o *feedback* é o meu termômetro é a minha base principal de conteúdo”, explicou a jornalista.

Observando as respostas dos indivíduos na página, é possível identificar a existência de dois padrões de comentários. O primeiro vem dos sujeitos que já acompanham/conhecem o trabalho da jornalista (seguidores ou não) e o segundo dos que não têm proximidade com o perfil e, de forma inferencial, acompanham os vídeos por meio da página principal do *TikTok*, a *FY (For You)*, por causa do assunto e do algoritmo da plataforma que espelha o conteúdo da Giovana em seus dispositivos. No primeiro caso, predominam elogios, perguntas, demandas de assuntos, mensagens de carinho, etc. Já no segundo, há comentários mais extensos, com tons de seriedade e reivindicação, a exemplo de falas ideológicas e pedidos de pautas a serem tratadas com seriedade/imparcialidade por parte da jornalista.

Os comentários do segundo grupo também são caracterizados pela objetividade sobre a pessoa de Giovana Braga e sobre seu trabalho. Nesse sentido, o primeiro grupo pode ser entendido como o público fixo da jornalista, isto é, aquele que sempre retorna ao perfil ou tem acesso aos vídeos pela *FY*. Já o segundo, é caracterizado como o público que tem acesso aos seus vídeos por causa do algoritmo da plataforma que espraia suas produções.

Portanto, o relacionamento entre a jornalista e seu público é marcado por aquilo que os pesquisadores Fausto Neto e Sgorla (2013) chamam de zonas de contato do jornalismo. Tal conceito se refere a um espaço abstrato, organizado pelos veículos ou pelos jornalistas para o estabelecimento de interações com os receptores e, a partir disso, a criação de vínculos com os

mesmos (Fausto Neto; Sgorla, 2013). Segundo os teóricos, os jornalistas usam esse espaço para direcionar suas estratégias, as quais orientam e estimulam a participação do público.

No caso do perfil “@gica.gicolina” as zonas de contato são estabelecidas através da ferramenta de comentários da plataforma. Nesse local, a jornalista desenvolve diálogos com o público, recebe solicitações, percebe como sua audiência se comporta, como está se movimentando e se ela concorda ou não com suas abordagens e/ou descrição das informações. A partir desta escuta da audiência, Giovana Braga verifica o desempenho de seu trabalho e, por esse *feedback* positivo, a jornalista no final de alguns de seus vídeos instiga a participação do público ao perguntar qual assunto a audiência deseja que ela aborde em um próximo vídeo. Esta é uma estratégia para estabelecer contato.

Conseqüentemente, essa zona de contato estabelecida nos comentários do *TikTok* possibilita interações com seguidores, mas também a captação de outros usuários, pois “através de sistemas como chats, blogs, perfis em mídias digitais (como *Facebook* e *Twitter*), o jornalismo de diferentes origens, busca atrair os atores em recepção que já estão instalados nas redes e inseridos na lógica da midiatização” (Fausto Neto; Sgorla, 2013, p. 10).

### **Considerações finais**

As estratégias utilizadas pela jornalista Giovana Braga em seu trabalho de curadoria de conteúdo jornalístico dentro do *TikTok*, apresenta dois movimentos do empírico: um fluxo mais acelerado (Giro Gica) com uma média de 2 minutos em cada vídeo e outro mais contextualizado, a depender do critério de notoriedade do tema trabalhado pela jornalista que são vídeos com duração de mais de 3 minutos.

O trabalho da jornalista consiste em um levantamento de informações já em circulação, onde ela analisa estes fatos a partir do seu entendimento sobre critérios de noticiabilidade e o que seu público deseja saber para, então, selecionar quais assuntos vai publicar em seu perfil e qual tratamento noticioso os materiais receberão. Dessa forma, Giovana Braga não elabora uma pauta completamente do zero, como fazem os jornalistas tradicionais, mas sim coleta notícias em evidência para explicá-las e/ou analisá-las em seus vídeos.

A avaliação realizada ao longo desta pesquisa aponta que o fazer jornalístico da criadora de conteúdo baseia-se em decupar, analisar e explicar/decodificar notícias, características estas, que a define como uma curadora de conteúdo informativo dentro da plataforma *TikTok* e o seu perfil de público corresponde aos integrantes da geração Z. Dessa forma, para desenvolver seu conteúdo ela seleciona notícias tanto de veículos das mídias tradicionais quanto das mídias

digitais e adequa essas informações às lógicas da plataforma através do uso de linguagens, formatos e recursos próprios do aplicativo.

Logo, ao contrário dos veículos tradicionais que estabelecem estratégias mais impessoais na produção de seus materiais, Giovana Braga observa o público jovem como consumidor de informações através das lógicas das mídias digitais. Assim, seu destaque na rede se deve a esse caminhar ainda inicial dos veículos tradicionais da imprensa no país.

No que tange o objetivo geral da pesquisa que tinha como proposta, analisar as estratégias de distribuição de conteúdo jornalístico utilizadas por Giovana Braga no *TikTok*, os resultados apontam que a distribuição dos conteúdos produzidos pela jornalista é influenciada pelo algoritmo da plataforma *TikTok* e pelas estratégias desenvolvidas por Giovana Braga. A plataforma entrega os conteúdos na *FY*, com base em aspectos como números de engajamentos, curtidas e visualizações por parte dos usuários e, em paralelo a isso, a jornalista aciona músicas, *hashtags*, participa de *threads* virais, a exemplo do “arrume-se comigo” e realiza performances de danças, estimulando o público a interagir com seu conteúdo.

Diante disso, o objetivo geral do artigo foi alcançado, visto que ao analisar como o jornalismo se apresenta na conta da jornalista foi possível identificar as características mencionadas acima, as quais caracterizam-se como estratégias de divulgação do conteúdo e da autoimagem da jornalista naquela mídia social.

Ao identificar cada pauta/notícia em uma editoria do jornalismo foi possível visualizar a atualidade, proximidade e notoriedade como os valores-notícias mais presentes nas pautas dos vídeos e os mais utilizados por ela. Consoante a isso, a análise também indica outros valores secundários que compõem a estruturas das notícias trabalhadas por ela, como sexo, poder, dinheiro, religião, morte e mistério. Logo, conseguimos descrever quais são valores-notícias e como eles se manifestam na seleção das pautas.

Nestas considerações, destaca-se ainda que o *TikTok* possui uma lacuna de conteúdo noticioso produzido por jornalistas independentes e locais-regionais. Em uma breve busca por jornalistas piauienses que transmitem informações do estado no aplicativo, por exemplo, não obteve-se resultados, ou seja, não foi possível detectar a presença de um jornalismo/empreendedorismo que trabalhe na produção de conteúdos sobre jornalismo regional/local. O mesmo cenário se apresenta na imprensa nacional onde os perfis achados são de veículos com alcance nacional ou de afiliadas. Vale ressaltar que a observação feita neste estudo não se debruçou nesta problemática, porém, a pesquisa pode retratar a ausência de profissionais no mesmo segmento em que a Giovana Braga atua no Estado do Piauí.

Nesse sentido, ainda há uma lacuna de informações locais/regionais na cobertura jornalística do *TikTok*. Vislumbra-se que este deserto de informação pode ser explorado por jornalistas recém formados para empreender e explorar o jornalismo no aplicativo, pois esse espaço precisa ser ocupado.

### Referências bibliográficas

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3ª reimpr. da 1ª ed. São Paulo: Edições 70, 2016. 139 p.

BRAGA, G. Entrevista realizada por Vanessa Maria de Carvalho Silva e Marco Antônio de Oliveira Tessarotto. on-line, 05 mai. 2023. [A entrevista encontra-se transcrita no apêndice "B" da monografia de Vanessa Maria de Carvalho Silva, 2023].

COSTA, R. M. de B. **Jornalismo e mídias digitais: A utilização do Facebook e do Instagram para a produção e distribuição de notícias no portal Cidade Verde**. 2021. Dissertação. (Mestrado em Comunicação): Universidade Federal do Piauí - UFPI, Teresina, 2021, 262 p.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J & BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2º ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2011, p. 62 – 83.

JORGE, T. de M. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2008, 194 p.

KOZINETS, R. V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. 1ª ed. Porto Alegre: Editora Peso, 2014, 202 p.

NETO, A.; SGORLA, F. **Zona em construção: acesso e mobilidade da recepção na ambiência jornalística**. *Lumina*, [S. l.], v. 7, n. 1, jun. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/20913> Acesso em: 2 jun. 2023.

RECUERO, R. **mídias digitais na Internet, Difusão de Informações e Jornalismo: Elementos para discussão**, p. 1 – 15, 2009.

ROST, A. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Portugal: Livros LabCom Books, 2014, 196 p.

SILVA, V. M. de C. **Jornalismo no TikTok: análise da produção de conteúdo da jornalista Giovana Braga**. 102f. Monografia (Graduação em jornalismo) - Universidade Estadual do Piauí, Picos, 2023.

SOUSA, C. A. X. de. **Produção de conteúdo jornalístico no TikTok: Informação a um tok**. 121f. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

WALKER, C. S. TikTok is not the enemy of journalism. It's just a new way of reaching people. **The Guardian**, Londres, 23 de Jul. 2022. Disponível em: <https://amp-theguardian->

[com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.theguardian.com/commentisfree/2022/jul/23/tiktok-journalism-news-outlet-journalism-media?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQKKAFQArABIACAw%3D%3D#amp\\_tf=De%20%251%24s&aoh=16738675042430&csi=1&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&ampshare=https%3A%2F%2Fwww.theguardian.com%2Fcommentisfree%2F2022%2Fjul%2F23%2Ftiktok-journalism-news-outlet-journalism-media](https://com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.theguardian.com/commentisfree/2022/jul/23/tiktok-journalism-news-outlet-journalism-media?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFQArABIACAw%3D%3D#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=16738675042430&csi=1&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&ampshare=https%3A%2F%2Fwww.theguardian.com%2Fcommentisfree%2F2022%2Fjul%2F23%2Ftiktok-journalism-news-outlet-journalism-media) Acesso em 12 de jan. 2023.

ZAMIN, Angela; SCHWAAB, Reges (org.). **Tópicos em Jornalismo**: redação e reportagem. 1. ed. Florianópolis, SC: Editora insular, 2021.

## **ALÉM DAS QUATRO LINHAS: Análise do caso Cuca e seus reflexos na mídia esportiva**

Kawhê Dheckmann Fontes GONZAGA

Ruthy Manuella de Brito COSTA

### **RESUMO:**

Este artigo analisa o tratamento da mídia com o caso de violência sexual ocorrido em 1987, na Suíça, praticado por quatro jogadores da equipe do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre contra uma menor de idade, a partir da análise de reportagens e programas esportivos antigos e recentes, além de opiniões de jornalistas sobre como foi divulgado aquele que ficou conhecido como "Caso Cuca". Este tema foi escolhido devido ao crescente aumento do número de casos de crimes praticados por jogadores de futebol e a forma como a mídia não dá a devida atenção para isso. A metodologia utilizada foi a de método qualitativo de análise e comparação de reportagens entre os anos de 1987 e 2023. Por fim, durante a realização do trabalho também ficou perceptível o quanto o machismo impera no jornalismo esportivo há muito tempo, e o quanto isso é um reflexo de nossa sociedade.

**Palavras-chave:** Jornalismo Esportivo; Mídia; Violência; Jornalismo Especializado; Cuca.

### **Introdução**

O futebol é para muitos a principal paixão do Brasil, um esporte criado pelos ingleses que chega ao país tropical no final do século XIX, em 1894, para entrar em sua cultura. Foi do futebol que surgiram nomes como Sócrates, Garrincha, Zico, Ronaldo Fenômeno, Romário, Cristiane, Formiga, Tamires, além do rei Pelé e da rainha Marta. Não à toa, é conhecido como o país do futebol, graças à maneira divertida e feliz de jogar bola, com dribles, técnica, táticas e muito mais, além de ser a única seleção que participou de todas as edições de Copas do Mundo e a que mais vezes ganhou a competição<sup>1</sup>, a seleção com mais

---

<sup>1</sup> Disponível em:



títulos de Copa das Confederações, a que mais tem medalhas olímpicas<sup>2</sup> na modalidade, além de ser a segunda que mais possui títulos oficiais, atrás da Argentina.

Atrelado a tudo isso, o futebol "é muito fácil de se jogar", basta colocar duas pedras representando a baliza do gol, e uma garrafa de plástico como se fosse a bola e pronto, qualquer criança pode se sentir um astro do jogo com isso. Dessa forma, o esporte foi cativando mais e mais pessoas de todas as classes, raças, religiões e sexo, se enraizando de vez nesse país, e um elemento é essencial para isso: os ídolos. Qualquer criança que gosta de futebol um dia já sonhou em ser o Pelé, Messi, Cristiano Ronaldo, Neymar entre outros. Passam os anos, as gerações, mas o amor pelos ídolos continua. Um sentimento tão inexplicável, que é até difícil definir como alguém pode se tornar ídolo de milhares de pessoas, talvez seja por decidir um título, uma identificação e respeito com o clube/seleção, gols, defesas, campeonatos conquistados etc.

A lista de ídolos brasileiros é imensa, porém mais difícil de definir alguém como ídolo, é quando este comete um crime. Todos os santistas, em 2002, e atleticanos, em 2013, presenciaram seus respectivos ídolos na época, Robinho e Cuca, marcarem seus nomes na história de seus clubes, com o Santos conquistando o seu primeiro Campeonato Brasileiro após a era Pelé, e o Atlético Mineiro conquistar sua inédita Copa Libertadores. No entanto, todos eles que são considerados ídolos por suas torcidas foram condenados pelo crime de violência sexual. Além deles podemos citar os jogadores Daniel Alves<sup>3</sup> que está preso por estupro, e o goleiro Bruno<sup>4</sup> e o lateral Marcinho<sup>5</sup> que cometeram os crimes de assassinato.

A mídia, principalmente a esportiva, retrata os grandes jogadores de futebol não somente como ídolos, mas como heróis também. E tudo certo esse tipo de tratamento, até porque muitos os consideram assim, o problema é quando tanta idolatria começa a se tornar vista grossa para erros graves praticados pelos mesmos. A forma como o jornalismo,

---

<https://www.google.com/search?q=sele%C3%A7%C3%B5es+com+mais+t%C3%ADtulos+de+copa+do+mundo&oq=sele%C3%A7%C3%B5es+com+mais+t%C3%ADtulos+de+copa+do+mundo&aqs=chrome..69i57.10861j0j7&client=ms-android-samsung-gj-rev1&sourceid=chrome-mobile&ie=UTF-8>. Acesso em 06 dez 2023.

<sup>2</sup> Disponível em:

<https://ge.globo.com/olimpiadas/futebol/noticia/brasil-e-o-sexto-multicampeao-olimpico-no-futebol-masculino-v-eja-todos-os-medalhistas.ghtml>. Acesso em: 31 maio 2023.

<sup>3</sup> Disponível em:

<https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2023/01/20/caso-daniel-alves-entenda-a-denuncia-de-a-gressao-sexual-o-pedido-de-prisao-e-detalhes-do-processo.ghtml>. Acesso em: 31 abr 2023.

<sup>4</sup> Disponível em:

<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2023/03/10/condenacao-do-goleiro-bruno-completa-10-anos-relem-bre-o-caso-eliza.ghtml>. Acesso em: 31 abr 2023.

<sup>5</sup> Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.cnnbrasil.com.br/esportes/marcinho-dirigia-carro-em-acidente-que-atropel-ou-casal-no-rio-confirma-policia/amp/>. Acesso em: 31 abr 2023.

principalmente o esportivo, aborda esses tipos de crimes apresenta várias falhas em sua forma geral, e na mídia esportiva não é diferente. O futebol é social, então temas sociais devem ser debatidos, de forma correta, neste meio. Porém, pouco é falado sobre isso na área.

Diante desse contexto, o trabalho parte da seguinte problemática: como o site do Globo Esporte abordou jornalisticamente o crime cometido pelo, atualmente técnico, Cuca. O objetivo geral consiste em analisar como foi abordado o Caso Cuca no ano de 2023 e fazer uma comparação com a abordagem na época em 1987. Além disso, são objetivos específicos: discutir o papel social da imprensa especializada na produção de sentidos sobre temas que vão além do futebol; identificar os enquadramentos presentes na abordagem sobre os crimes envolvendo esportistas famosos e identificar os sentidos produzidos pelo GE na cobertura do Caso Cuca. Assim, esse artigo foi construído a partir do método de análise de reportagens no site do Globo Esporte, dados, e programas esportivos da Rede Globo, do período de abril de 2023, totalizando oito matérias, além de opiniões de jornalistas esportivos sobre o assunto. Tudo isso com base em estudos sobre mídia esportiva de filósofos ou sociólogos, assim como Mauro Betti.

### **Jornalismo esportivo: contexto e contextualização**

Este artigo é desenvolvido baseado em análises e reflexões sobre os estudos praticados por (BETTI, 2001); (ESTEVES, 2020); (GOFFMAN, 1970) e (TUCHMAN, 1978). Diante disso, podemos analisar alguns aspectos do jornalismo esportivo, o qual possui cinco características: ênfase na falação esportiva, monocultura esportiva, sobrevalorização da forma em relação ao conteúdo, superficialidade e prevalência dos interesses econômicos (BETTI, 2001). Dentre elas, duas análises se destacam, a primeira seria a superficialidade no qual o próprio autor cita a questão da mídia abordar de forma breve com os temas que são pautados diariamente. Assim, tal perfil se enquadra muitas das vezes em comentários sobre análise de jogos, nos quais os debates são temas que muitas vezes são irrelevantes ou então a mídia se preocupa muito mais em uma polêmica da arbitragem ao invés de uma abordagem mais aprofundada sobre como foi a partida.

Outras vezes, essa superficialidade ocorre durante entrevistas nas quais o jornalista faz uma pergunta vaga, perdendo a oportunidade de perguntar algo mais útil. Além disso, o mesmo erro ocorre na hora de debater para além do jornalismo, com temas que não são do

esporte mas se fazem presentes na vida de milhares de pessoas. Um exemplo disso poderia ser a abordagem da mídia com a tragédia de 2019 no Ninho do Urubu (Centro de treinamentos do Flamengo) quando 10 garotos morreram após um incêndio no alojamento onde estavam dormindo, e na época foi um acontecimento que a mídia abordou de forma contundente, mas após 4 anos do ocorrido, sem nenhum condenado, pouco se fala sobre o ocorrido. Outro ponto para se analisar seriam os interesses econômicos que existem entre o esporte, o futebol principalmente, e a mídia esportiva, lugar onde a notícia que mais vende é a que vai ser transmitida, tudo isso visando o lucro de ambas as partes.

Com esse tipo de comportamento o esporte passa a ser algo visando o entretenimento, promovendo um show para seu público, os quais consomem seus produtos, as notícias, deliberadamente, aumentando o engajamento dos dois lados, esporte e jornalismo esportivo. Em seguida, pode-se abordar o papel social do jornalismo e sua produção de sentidos. “O jornalismo possui o poder de informar, mas não apenas. O jornalismo esportivo pode e deve construir pontes para discussões e diálogos mais efetivos e profundos, já que é um tema que atinge não apenas o esporte, mas toda sociedade” (ESTEVES, 2020). Assim, é necessário um debate sobre o quanto a mídia esportiva está exercendo sua função de informar a todos com notícias especializadas mas também o quanto ela causa reflexões na sociedade com temas importantes a serem debatidos.

Com isso, essa reflexão deve ser causada não apenas no jornalismo esportivo, mas de uma forma geral, fazendo uma auto análise de como determinados temas são abordados nos meios jornalísticos. Dessa forma, vários jornais mudaram suas formas de abordarem ataques em escolas, porém continuam com tratamentos antigos em temas como o racismo, entre outros. Por exemplo, o racismo nos últimos meses pode-se perceber um aumento em seu debate, no jornalismo esportivo, em relação ao tema. No entanto, é necessário refletir sobre como a mídia dava ênfase para a temática antes dos seguidos ataques criminosos contra o atacante brasileiro Vinicius Jr, que foi o grande motivo para esse crescente aumento e ao mesmo tempo a superficialidade como o tema ainda é tratado na mídia. Apesar de ter sido um ocorrido que gerou grande repercussão e ultrapassou a "bolha" do futebol, o racismo no meio futebolístico ocorre há diversos anos e poucas vezes campanhas de conscientização, como agora, aconteceram.

Contudo, é esperançoso ver este tipo de debate tomar proporções que até pouco tempo não ocorria e dentre alguns nomes de profissionais na área, o jornalista Marcos Luca Valentim se destaca com suas falas sobre o tema, uma delas durante uma entrevista para o

Ao Cubo Podcast: “Em nosso país, há pessoas que não têm acesso à educação, ao livro, porém ao esporte, sim. O esporte desperta paixões e mobiliza multidões. Ele é capaz de produzir histórias de sucesso que emocionam e motivam. É preciso usar o esporte para propagar ideias.” O jornalista faz uma importante análise sobre como o esporte é presente na nossa sociedade e como ele pode transformar a vida de muitas pessoas.

Ademais, este artigo abordará também crimes cometidos contra mulheres além de analisar como a sociedade repercutiu sobre isso, fazendo novamente um paralelo entre sociedade e esporte. Assim sendo, é possível analisar como vários crimes cometidos dia após dia em nossa sociedade ocorrem de forma comum no futebol e não possuem uma análise crítica dos meios de comunicação especializados, é importante frisar que muitas vezes um público no estádio de futebol pode ser um reflexo da sociedade, e somente com discussões mais amplificadoras se pode ter uma evolução social. Por fim, também vale analisar a forma que essas abordagens causam efeitos sociais. Desta maneira, os estudos acerca da teoria do agendamento ajudam a compreender essa problemática.

O principal ideal da teoria descreve que as informações não mostram necessariamente a realidade como ela seria de fato, apenas interpretações pessoais (GOFFMAN, 1970). Bárbara Tuchman deu continuidade aos trabalhos de Goffman demonstrando como a teoria se aplicaria diariamente na comunicação. Apesar da notícia não retratar a realidade como um todo, a forma como ela é destinada para o público é determinante para sua interpretação (TUCHMAN, 1978). Ou seja, uma mesma notícia poderia ser compreendida de várias formas de acordo como era repassada, desde o título até o direcionamento da matéria, com isso a mídia detém um poder muito grande para influenciar o seu público. A teoria do enquadramento se faz muito presente na política pois muitas vezes o mesmo tema é noticiado de várias formas diferentes por vários jornais diferentes.

Além disso, a teoria apresenta alguns tipos de enquadramentos como dramática, de interesse humano, perturbação pública etc. No futebol a teoria também se faz presente, sobretudo quando se trata de assuntos sociais, fazendo uma abordagem superficial e influenciando na interpretação daqueles que consomem os seus produtos. Apesar da teoria se abordar nas diferentes maneiras de divulgar uma notícia, é interessante procurar o mesmo fato noticiado em fontes distintas, além disso é necessário se atentar quanto a forma como determinada ocasião foi noticiada, pois pode se tornar uma fake news, deixando de ser informação para se tornar uma desinformação.

## **A forma como casos criminais envolvendo jogadores de futebol são tratados pela mídia**

Uma das principais funções do jornalismo é a de informar a sociedade acerca dos principais acontecimentos ao redor do mundo. Porém, apenas o fato de informar pode não ser suficiente, é necessário informar bem, apurando os fatos, sendo o mais verídico possível, e o mais importante é não encobrir fatos. No jornalismo existe uma hierarquização de notícias, ou seja, algumas notícias recebem mais atenção do que outras, porém mesmo recebendo mais atenção, não necessariamente são abordadas de maneira correta. Ademais, o público no qual é destinado determinado tipo de notícia tem sua importância em como ela será abordada, assim como diz Arbex JR (2001, p. 112): "Há, ainda, a questão da articulação estabelecida entre o veículo de informação e o público a que se destina - o "seu" público."

A mídia esportiva é famosa por receber prêmios jornalísticos como reconhecimento por grandes transmissões de eventos esportivos, é um ramo que atualmente vem crescendo a sua forma como é trabalhado, por meio de canais em TV aberta e fechada, redes sociais ou sites. O Brasil é um dos países que mais tem consumo de notícias envolvendo esporte, muito por conta do futebol ser o principal esporte do país e fazer parte de sua cultura. Não à toa, metade dos dez principais termos mais pesquisados<sup>6</sup> no Google em 2022 eram voltados para o futebol, o que mostra o quanto o esporte faz parte do dia a dia do brasileiro. No entanto, assim como na sociedade, existem casos nos quais o futebol perde o seu brilho para temas tristes, nos quais a própria mídia esportiva não aborda corretamente.

## **Outros exemplos de crimes cometidos por jogadores de futebol e suas repercussões**

O artigo tem como foco a abordagem midiática do Caso Cuca, todavia, se faz necessário uma recapitulação de outros casos criminais que envolvam jogadores de futebol e a maneira como a mídia informou os seus acontecimentos. Essa recapitulação é importante como base contextual dentro da temática mídia e violência, na perspectiva de crimes ou delitos cometidos por atletas, em especial no futebol.

**Caso Marcinho:** No dia 30 de Dezembro de 2020, na Avenida Lúcio Costa, o lateral direito Marcinho, que na época jogava pela equipe do Botafogo, se envolveu em um acidente no qual atropelou e matou um casal de professores, Maria Cristina José Soares e Alexandre Silva de Lima. O caso teve pouca repercussão da mídia de uma forma geral, sendo noticiado

---

<sup>6</sup> Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.techtudo.com.br/google/amp/noticias/2022/12/google-revela-os-assuntos-mais-buscados-de-2022-veja-lista.ghtml>. Acesso em: 31 maio 2023.

de forma bem superficial, principalmente pelo jornalismo esportivo. No dia 22/02/2021 o atleta foi denunciado pelo Ministério Público do Rio de Janeiro (MPRJ) por homicídio culposo, quando não se tem a intenção de matar. Alexandre morreu ainda no local do acidente, Maria Cristina realizou uma cirurgia nas duas pernas, mas seu quadro clínico se agravou após ser diagnosticada com Covid-19 e veio a falecer no dia 05/01/2021. Durante esses dois anos Marcinho foi denunciado, fez até mesmo acordos com os familiares para pagar indenizações, mas continuou livre jogando por clubes brasileiros e chegou a ser campeão da Copa Sul-Americana no mesmo ano, atuando pelo Athletico-PR que o contratou 3 meses após o acidente, em 2022 foi para o Bahia e atualmente joga pelo América-MG. Até os dias de hoje pouco se é falado sobre o caso e uma das hipóteses disso é que o atleta não é o tipo de jogador que a mídia considera interessante, no valor noticioso, ou não joga em um clube muito midiático.

**Caso Robinho:** Em 2020 voltou à tona o caso Robinho, após o Globoesporte.com publicar trechos de conversas interceptadas pela polícia, nas quais Robinho e os amigos fazem pouco caso de uma vítima de estupro. Em 2017 Robinho foi condenado por ter estuprado uma jovem albanesa, o caso ocorreu em 2013, em uma boate na cidade de Milão quando o atacante atuava pelo Milan. Apenas 3 anos depois do ocorrido foi que ocorreram manifestações a favor da prisão de Robinho, e mesmo assim continuou sendo jogador do Atlético-MG durante todo o ano sem que a mídia esportiva se importasse muito com o fato, em 2018 Robinho foi para o futebol turco onde ficou até tentar voltar para o Santos em 2020. No dia 10/10/2020 o Santos anunciava o retorno de Robinho, mas devido toda a pressão dos patrocinadores que ameaçavam romper contrato, e também a pressão pública, o jogador e diretoria decidiram romper o contrato. Na época, a decisão do Tribunal de Justiça de Milão ainda não era definitiva e Robinho junto com Ricardo Falco, outro acusado, contestavam a decisão. Em 19 de janeiro de 2022 Robinho e Ricardo Falco foram condenados a 9 anos de prisão em última instância pela Justiça Italiana, e desde outubro de 2022 existe um pedido de extradição de ambos. Desde então, o UOL Esporte tomou a dianteira no caso sempre com atualizações, opiniões e relembrando os acontecimentos (algo que não foi feito no caso Cuca). Recentemente novos áudios foram divulgados onde Robinho diz que se o caso caísse na mídia ele estaria "acabado", além de contar em detalhes o crime que cometeu.

**Caso Bruno:** os noticiários diários abordaram, com várias atualizações, esse crime até o dia 08/03/2013 quando Bruno Souza foi condenado a 23 anos e três meses por homicídio, ocultação de cadáver, sequestro e cárcere privado de Eliza Samudio. O crime ocorreu em 2010. No dia 26 de junho surgiram as primeiras notícias do desaparecimento de Eliza quando Bruninho, filho de Eliza e Bruno, foi encontrado na casa de desconhecidos. Três semanas antes, no dia 04 de junho, Eliza deixou um hotel na Barra da Tijuca com destino para um sítio de Bruno, que na época era goleiro do Flamengo, em Belo Horizonte, com a intenção de um apartamento em seu nome e o reconhecimento da paternidade de Bruninho. A partir disso, o grupo de jornalismo da Globo começou a criar uma grande equipe para a cobertura do caso, mesmo sendo época de Copa do Mundo, e continuaram com atualizações até o desfecho do crime. O interessante nesse caso é que o goleiro acusa a mídia de ter acabado com a carreira dele, mesmo discurso que seu advogado usou na época do julgamento, como se a imprensa tivesse feito a mente de toda a população para ser contra ele e assim ele não conseguir mais vaga no futebol. A questão é que não foi a mídia que acabou com a vida dele, ele que acabou com a vida de uma pessoa, a mãe de seu filho, assim acabando com sua vida e sua carreira. Talvez, Bruno foi um dos poucos casos que a mídia abordou da forma correta, onde esqueceram a história de "um jogador que acabou com sua carreira" e se centralizaram em uma vida que foi acabada de forma brutal, assim se preocupando mais com a vítima do que com o jogador, mas infelizmente nem sempre é assim.

### **Análise do Caso Cuca: a forma como foi abordado pela mídia e os seus impactos na sociedade**

Recentemente ganhou muita notoriedade, principalmente no jornalismo esportivo, o caso de violência sexual praticado pelo técnico de futebol Cuca. O caso Cuca, ou "Escândalo de Berna", aconteceu em julho de 1987 na cidade de Berna (Suíça), na época Cuca jogava no Grêmio e sua equipe foi convidada para a participação do torneio da Copa Phillips, mas no dia 30 daquele mês quatro agentes suíços se dirigiram até o local onde a equipe estava hospedada, o Hotel Metropolitano, e com uma ordem do juiz local Jurg Blaser, prenderam Alex Stival (Cuca), Eduardo Hamester, Fernando Castoldi e Henrique Etges sob a acusação de terem cometido atentado violento ao pudor com uso de violência contra uma adolescente de 13 anos. A menor em questão estava junto de mais dois amigos nos corredores do hotel em busca de camisas para que pudessem levar de recordação do time gaúcho. Assim, os menores teriam sido levados até o quarto 204, onde estavam os

tais atletas, com a promessa de receberem os presentes, mas ao chegarem no quarto a garota foi separada de seus amigos e "jogada" para dentro dele.

A partir disso, a adolescente afirma que por cerca de 30 minutos foi obrigada a manter relações sexuais com os jogadores, e apenas Fernando não teria participado efetivamente, mas ajudou os outros três. Na época, jornais brasileiros relataram o escândalo, mas informaram que a vítima não havia reconhecido Cuca nem Fernando, enquanto isso Henrique e Eduardo admitiram que haviam tido relações sexuais, porém de forma consensual. Além disso, nos depoimentos dos jogadores, era alegado que a garota aparentava ter mais de 18 anos e que havia tirado a blusa em troca de uma camisa do Grêmio. Além do mais, outros jogadores afirmaram terem visto a menor sair feliz do quarto.

Os quatro jogadores foram acusados pelo artigo 187 do Código Penal da Suíça, que previa uma reclusão de até 5 anos, por quem se envolver em um ato sexual com uma criança menor de 16 anos, ou incite a criança a cometer tal atividade ou envolva uma criança em um ato sexual, porém, a justiça entendeu que não houve violência por parte dos jogadores, e por isso não foram enquadrados no artigo 191, que prevê pena de até 10 anos a "qualquer pessoa que, tendo conhecimento que a outra pessoa está incapaz de discernir ou oferecer resistência, tenha relação sexual ou cometa um ato similar à relação sexual". Os acusados do estupro foram condenados em 1989 com Cuca, Henrique e Eduardo sendo condenados a 15 meses de prisão e pagamento individual de US\$8 mil, enquanto que Fernando foi condenado a 3 meses de prisão e ao pagamento de uma multa de US\$4 mil por ter sido considerado cúmplice do crime.

Nenhum dos quatro acusados pagaram suas penas, apesar de ficarem presos por um mês após o crime, a própria equipe gaúcha pagou US\$1,5 mil para a liberação de seus jogadores, mas teriam que voltar para a Suíça caso fossem chamados para alguma audiência. Porém, nunca mais voltaram mesmo sendo condenados, e como de acordo com a lei brasileira eles não poderiam ser extraditados, nunca foram presos. Em 2004 o crime prescreveu e, sem pagar suas penas, ambos podem frequentar a Suíça sem nenhum risco. Após o crime os condenados continuaram suas carreiras até se aposentarem: Eduardo por alguns anos foi preparador de goleiros do próprio Grêmio, mas após o caso voltar novamente à tona em 2023 foi demitido; após se aposentar, Fernando migrou para outra área e passou a trabalhar com o Futsal e Henrique que por 6 temporadas foi zagueiro do Corinthians, optou por não se expor mais.



Cuca, que é o mais conhecido de todos, passou por vários clubes grandes no Brasil e chegou a jogar até mesmo na Europa e na Seleção Brasileira. Começou em 2003 sua carreira como treinador, e novamente trabalhou nos principais clubes do país conquistando títulos nacionais e internacionais. Se para alguns o caso Marcinho não possuía um critério de noticiabilidade tão grande, e com isso não repercutiu tanto na mídia, desta vez é o contrário. O Grêmio naquela época já era uma das principais equipes do Brasil, além disso o crime ocorreu durante uma excursão em outro país, ou seja, não tinha como a mídia brasileira não se atentar a isso. Entretanto, a forma como a mídia abordou o caso nas últimas três décadas ocasionou várias dúvidas e criou brechas em sua compreensão, a ponto de colocarem a vítima como culpada. Logo após o crime, os principais jornais do Brasil já noticiavam o acontecido, no entanto o *modus operandi* jornalístico na época apontava Cuca e seus companheiros como "heróis", tudo isso baseado em uma sociedade e, também, um meio futebolístico machista<sup>7</sup>.

Em uma matéria apresentada pelo Fantástico<sup>8</sup> em 1987 fica evidente nas falas dos entrevistados como a maior preocupação era em retirar os acusados da prisão e transferir a culpa para a vítima, assim como no início da matéria onde ambos os jogadores são, antes de tudo, lembrados pelas suas carreiras ou então em falas de seus amigos como: "são bastante educados... acho que caiu uma infelicidade de acontecer isso"; "sabe que é do Brasil, terra do samba e do futebol, então o jogador sempre é mais procurado", a mãe de Henrique, de forma indireta, ainda coloca a culpa nos pais da adolescente e que caso a menina fosse sua filha não deixaria sair de casa sozinha para "o meio dos rapazes, e só sairia acompanhada", além disso a mesma ainda diz antes disso que se realmente alguém fosse "ficar" com a garota não teria tempo suficiente. Por fim, a matéria revela que de cada vinte entrevistados no centro de Porto Alegre, apenas uma pessoa era a favor da condenação dos atletas, inclusive mulheres eram contra a condenação dos mesmos.

É interessante analisarmos o quanto a mídia brasileira encobriu e distorceu esses fatos, vários jornais apontando os jogadores como "heróis" e vítimas do acontecido, ocorreu até mesmo uma festa para a chegada deles no Brasil, enquanto que a real vítima era taxada de interesseira, e que ela havia se atirado para os quatro que não resistiram, assim como o jornal esportivo Placar relata em uma fala do jogador gremista China: "qualquer homem

---

<sup>7</sup> Disponível em:

<https://www.google.com/amp/s/www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/04/27/como-a-imprensa-cobriu-o-episodio-de-estupro-envolvendo-cuca-na-suica.amp.htm>. Acesso em 29 de dez 2023.

<sup>8</sup> 11 Disponível em: <https://youtu.be/KXh4nIr82AQ?si=YykCBelZXIZig30w>. Acesso em 29 de dez 2023.

difícilmente resistiria a uma mulher bonita que invadisse seu quarto e tirasse a roupa", o debate não era sobre um abuso que ocorreu com uma menor, mas sim a masculinidade dos quatro atletas. O próprio jornal Placar<sup>9</sup> continuou com matérias sensacionalistas diminuindo o acontecido assim como em uma edição de três meses após o ocorrido, com o título "Trauma e lição do escândalo", ou então "O drama dos prisioneiros" que foi publicado no período em que Cuca e os demais acusados estavam presos.

Outro ponto importante é a sensibilidade com que os jornais tratavam a situação, principalmente com Cuca, relatando medos, inseguranças e drama, um verdadeiro Showjornalismo. Alex Stival, inclusive mudou seus relatos mais de uma vez, onde no início afirmava que nada ocorreu; no segundo já dizia que pensavam que a menina era de maior; quando retornou ao Brasil disse que todos teriam que pagar pelos seus atos, e durante o resto dos anos seguintes se livrava de qualquer culpa dizendo que não estava envolvido, e a mídia seguiu um roteiro parecido, pois sempre quando era pesquisado algo relacionado ao caso aparecia uma informação que a garota não reconhecia o ex-jogador, dando a entender que o mesmo era inocente.

Anos se passaram e cada vez mais a sociedade foi esquecendo a história, Cuca virou técnico e comandou equipes como Flamengo, São Paulo, Santos, Fluminense, Cruzeiro até ser campeão pelo Atlético-MG e Palmeiras, mesmo sendo criticado algumas vezes pelo ocorrido nunca houve uma comoção muito grande. No entanto, tudo começou a mudar há 3 anos atrás. Somente após o GE publicar os áudios do caso Robinho<sup>10</sup>, em 2020, foi que se teve uma atenção maior ao Caso Cuca, pois na época Cuca era treinador do próprio Santos, porém ainda de forma superficial.

---

<sup>9</sup> Disponível

em: <https://placar.com.br/coluna/tbt-placar/escandalo-de-berna-como-placar-cobriu-condenacao-de-cuca-em-1987/amp/>. Acesso em: 31 abr 2023.

<sup>10</sup> 13 Disponível em:

<https://ge.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/as-gravacoes-do-caso-robinho-na-justica-italiana-a-mulher-estava-completamente-bebada.ghtml>. Acesso em 31 abr 2023.

### **Caso Cuca em 2023: o que mudou na forma da mídia e da sociedade abordarem o caso?**

No dia 20/04/2023 o Corinthians contrata Cuca para o restante da temporada, porém dessa vez o técnico iria para um clube conhecido por ser muito presente em causas sociais, sobretudo com a hashtag "Respeita as Mina" que simboliza o combate ao assédio e violência contra a mulher dentro e fora dos estádios. Ou seja, o time paulista estava contratando alguém que fugia completamente dos seus princípios básicos. Rapidamente vários comentários contrários à contratação de Cuca surgiram na internet, partindo não só da torcida do Corinthians, mas de outros clubes também. Assim, a mídia esportiva rapidamente deu voz ao tema, pois dessa vez havia um interesse público maior, mas a falta de informações concretas era evidente, jornalistas que conhecem do assunto mas não sabiam de detalhes, fãs de futebol que acompanhavam o treinador há anos mas sequer haviam ouvido falar sobre o caso, o jornalismo teve que fazer aquilo que deveria ter sido feito três décadas atrás, analisar e apurar os fatos.

Foi necessário uma reportagem do UOL Esportes para poder se ter conhecimento de que Cuca havia violentado a garota de 13 anos e que existem provas, pois poucos meios comunicacionais tinham essa informação. Fazendo uma análise sobre o caso, o artigo irá debater como foi abordado o caso Cuca através do site do GE. No total, foram analisadas oito matérias, datadas entre os dias 20/04/2023 - 30/04/2023.

#### **Quadro 1:** Corpus da Pesquisa

<b>DATA</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>LINK</b>
20/04/2023	Caso Cuca: entenda condenação do técnico por ato sexual com menor e coação na Suíça	<a href="https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/20/caso-cuca-entenda-a-condenacao-do-tecnico-por-estupro-na-suica.ghtml">https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/20/caso-cuca-entenda-a-condenacao-do-tecnico-por-estupro-na-suica.ghtml</a>

21/04/2023	Cuca explica maior arrependimento em caso de estupro	<a href="https://ge.globo.com/video/cuca-explica-maior-arrependimento-em-caso-de-estupro-11555643.ghtml">https://ge.globo.com/video/cuca-explica-maior-arrependimento-em-caso-de-estupro-11555643.ghtml</a>
22/04/2023	Caso Cuca: Corinthians diz que pesquisou sobre condenação e acredita em inocência do técnico	<a href="https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/22/caso-cuca-corinthians-diz-que-pesquisou-sobre-condenacao-e-acredita-em-inocencia-do-tecnico.ghtml">https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/22/caso-cuca-corinthians-diz-que-pesquisou-sobre-condenacao-e-acredita-em-inocencia-do-tecnico.ghtml</a>
24/04/2023	Caio Ribeiro, sobre caso Cuca: "ele está muito sentido com essa história toda"	<a href="https://ge.globo.com/video/caio-ribeiro-sobre-caso-cuca-ele-esta-muito-sentido-com-essa-historia-toda-11561419.ghtml">https://ge.globo.com/video/caio-ribeiro-sobre-caso-cuca-ele-esta-muito-sentido-com-essa-historia-toda-11561419.ghtml</a>
24/04/2023	Caso Cuca: diretor na Democracia, pai de Duilio apoia direito de manifestação de jogadoras	<a href="https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/24/caso-cuca-diretor-na-democracia-pai-de-duilio-apoia-direito-de-manifestacao-de-jogadoras.ghtml">https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/24/caso-cuca-diretor-na-democracia-pai-de-duilio-apoia-direito-de-manifestacao-de-jogadoras.ghtml</a>

<p>25/04/2023</p> <p>28/04/2023</p>	<p>Caso Cuca: técnico do Corinthians emite nota e diz que não irá "tolerar afrontas e ofensas"</p> <p>Justiça da Suíça confirma sêmen de Cuca no caso de crime sexual</p>	<p><a href="https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/25/cuca-nota-oficial-corinthians-estupro-menor-afrontas-ofensas-idoneidade-caracter-integridade.ghtml">https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/25/cuca-nota-oficial-corinthians-estupro-menor-afrontas-ofensas-idoneidade-caracter-integridade.ghtml</a></p> <p><a href="https://ge.globo.com/video/justica-da-suica-confirma-semen-de-cuca-no-caso-de-crime-sexual-11576445.ghtml">https://ge.globo.com/video/justica-da-suica-confirma-semen-de-cuca-no-caso-de-crime-sexual-11576445.ghtml</a></p>
<p>30/04/2023</p>	<p>Caso Cuca: sentença contradiz declarações do treinador</p>	<p><a href="https://globoplay.globo.com/v/11578215/">https://globoplay.globo.com/v/11578215/</a></p>

*Fonte: Quadro elaborado pelos autores*

Dentre as matérias é possível perceber que Cuca em todos os momentos era contrário ao que de fato ocorreu em 1987, inclusive em uma de suas falas alegando que a própria vítima não o reconheceu como um dos abusadores, sendo contrariado pelo advogado da vítima que afirma que Cuca era um dos abusadores e também a própria justiça da Suíça confirma que foi encontrado sêmen de Cuca na vítima.

Em relação às matérias existem algumas diferenças, algumas apresentam texto e vídeo, enquanto outras são apenas vídeos ou recortes de programas com um aprofundamento maior nas matérias textuais. No geral, o Globoesporte.com fez um trabalho quase que diário, postando novidades do caso ou alguma notícia que tivesse relação. Em nenhum momento foi perceptível matérias tendenciosas, apenas matérias que mostrassem os fatos, diferentes do que ocorreu na época, em que as matérias eram totalmente favoráveis aos jogadores. Apesar disso, em uma das matérias foi possível analisar o quanto o jornalismo esportivo, em sua maioria, ainda tende a se resguardar de comentar sobre temas além do esporte muitas vezes, como por exemplo na fala do apresentador Caio Ribeiro no programa do dia

24/04/2023: "O Cuca está muito sentido com essa história toda". Ou então em uma das falas do apresentador Neto sobre os casos do Robinho e Daniel Alves. Durante seu programa "Os Donos da Bola" (Band): "Estuprador na Itália, é estuprador aqui, estuprador na China é aqui também"<sup>11</sup>. Sobre o Caso Cuca e sua ida para o Corinthians, Neto foi direto: "esquece os lacradores em relação ao Cuca". O próprio Neto se contradiz nas palavras no momento que diz para esquecer os "lacradores"<sup>12</sup> pois com tudo isso ele age de forma hipócrita. Esse tipo de ação é típico do clubismo exacerbado, quando criticar e condenar Robinho e Daniel Alves é fácil pois são de outro clube, mas para Cuca o peso é diferente e ele não é um estuprador. Assim, podemos associar essas falas com a de outro jornalista, o Vitor Sérgio Rodrigues (TNT Sports), que certa vez disse em suas redes sociais: Há um grande derrotado no Caso da Condenação de Cuca e os outros três jogadores: o jornalismo brasileiro. E a razão para ignorar isso por quase 40 anos é que o jornalismo brasileiro nesse tempo todo foi quase sempre comandado por homens, feito por homens (nos últimos anos tem mudado, ainda bem!) para atender eminentemente o pensamento de público consumidor de homens. É a dura realidade.

Apesar de ser um tema ainda pouco debatido na nossa sociedade, nos últimos tempos vem ganhando força e espaço nos principais canais midiáticos. Os casos Cuca e Robinho terem sido abordados mesmo que de forma tardia, e talvez mais pelo interesse público do que pelo teor da notícia, abre margem para que o jornalismo esportivo e geral trate esses assuntos com mais a seriedade e veemência que merecem, como é o caso recente do Daniel Alves que não caiu no esquecimento público devido matérias quase que mensais. No entanto, infelizmente nossa sociedade ainda é bem resistente para se falar sobre esses temas sociais, ainda mais no meio do esporte, como exemplo podemos analisar os comentários dos programas esportivos e até mesmo do post do Vitor Sérgio, "mimimi" "O Cuca foi acusado injustamente" "Não esperava mais do que isso desses lacradores" e outros mais comentários que apenas demonstram o problema que temos na nossa sociedade. Essa reflexão não deve ficar apenas no jornalismo esportivo, deve ser levada no jornalismo em geral, assim como os jornais mudaram sua forma de abordar os massacres em escolas deve-se ter uma evolução na forma de abordar temas dos mais diversos possíveis.

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://youtu.be/D4LXe1uo2M4?si=8Ihn9r-78Hw-5QRQ>. Acesso em: 06 dez 2023.

<sup>12</sup> Disponível em: [https://youtu.be/c\\_eA-jgx\\_To?si=45veq0y5ctq00lu8](https://youtu.be/c_eA-jgx_To?si=45veq0y5ctq00lu8). Acesso em: 06 dez 2023.

## Considerações Finais

Diariamente ocorrem novos acontecimentos no mundo inteiro, e alguns possuem um critério de noticiabilidade maior ou menor do que o outro. Por se tratar de um esporte imerso na cultura brasileira, o futebol está sempre entre os assuntos mais comentados na sociedade e cabe ao jornalismo esportivo abordar da melhor forma possível todos assuntos de interesse do seu público. Porém, quando o assunto a ser debatido foge da sua área habitual de trabalho, existe um certo receio da mídia esportiva em abordar esses temas. Como se pode ver no caso Marcinho a mídia simplesmente encobriu um caso tão grave como um assassinato para focar nas grandes competições com ocorriam.

Da mesma maneira, o "Escândalo de Berna" acontece em uma época na qual a mulher não tinha nem vez nem voz na sociedade, a mulher era ridicularizada e assim um caso de estupro com uma adolescente de 13 anos cometido por quatro jogadores de futebol profissional não era nada demais. Pelo contrário, a menina que deveria ser julgada. O jornalismo se acomodou e encobriu uma situação grave, se tornando o reflexo da sociedade ao invés de conscientizar aqueles que tinham tais pensamentos. Os resultados de pesquisas e análises de reportagens de época e recentes evidenciam que os danos que o jornalismo pode causar em uma sociedade quando não aborda temas importantes, principalmente pouco debatidos, podem ser gigantes.

Por exemplo, voltando para as falas dos jornalistas Marcos Luca Valentim e do Vitor Sérgio Rodrigues, além da reportagem do Fantástico, podemos perceber o quanto o esporte está presente na cultura brasileira e como debates sobre temas como este podem definir posicionamentos na sociedade. Por se tratar de uma área predominante composta por homens e em sua maioria com uma cultura enraizada de não se levar temas sociais para serem debatidos, a mídia esportiva muitas vezes não consegue promover um senso crítico para além do esporte, em seu público, e o Caso Cuca é um exemplo do que essa falta de debate pode promover na sociedade. Ademais, é perceptível que essa falta de debate não ocorreu apenas no Caso Cuca, mas é algo predominante até os dias de hoje, assim como o Caso Robinho que ocorreu na década passada e somente em 2020 se tornou um tema mais público. Ou então, o jogador Marcinho que cometeu um assassinato graças a uma irresponsabilidade e continuou sua carreira normalmente.

Muitas vezes a mídia esportiva se apega a detalhes muito pequenos e acaba deixar passar, até mesmo por razões de audiência, temas tão importantes. O Globoesporte.com após perceber o quanto estava repercutindo a chegada de Cuca no Corinthians começou a fazer

uma apuração maior ao caso, tanto que oito matérias foram analisadas em um período de dez dias. Inclusive, no dia da contratação o site postou uma matéria que explicava como ocorreu o caso e a condenação. Além de que, uma matéria foi anexada que falava sobre a violência de jogadores de futebol contra mulheres.

Assim, o site seguiu esse modelo por algumas outras matérias, sempre com links de outras do mesmo caso presente nas notícias que eram postadas, ou então cortes de matérias que eram anexadas, com o intuito de criar no leitor um senso mais crítico sobre o assunto. O jornalismo exerceu sua função de noticiar o Caso Cuca após 30 anos, graças às evoluções sociais que se teve durante esse tempo, mas que ainda se tem muito a evoluir. Devemos ressaltar que o esporte é sim uma área na qual várias temáticas públicas podem se fazer presentes para podermos evoluir como cidadãos, afinal o futebol é social, é cultural, então é correto que se aborde temas sociais corretamente, para que no futuro não aconteçam novamente outros erros como o Caso Cuca.

## Referências

A FORNICAÇÃO E A COERÇÃO FORAM INDISCUTÍVEIS EM TRÊS CASOS. **Der Bund**, Berna. 16 de ago. de 1989. Disponível em: <https://www.e-newspaperarchives.ch/?a=d&d=DBB19890816-01.2.32.3&e=-----en-20--1--img-txINalexi+stival-----0-BE---->. Acesso em: 19 jun 2023.

BETTI, M., Esporte na Mídia ou esporte da Mídia? In: Revista Motrivivência, Ano XII, nº 17, Educação Física, Esporte, Lazer e Mídia (1) p. 107 – 111, set./2001. Editora da UFSC.

CARVALHO, Brunno. O que se sabe sobre o caso de estupro envolvendo Cuca na Suíça. **UOL Esporte**, 2021. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2021/03/03/o-que-se-sabe-sobre-o-caso-envolvendo-cuca-na-suica-em-1987.amp.htm>. Acesso em: 19 jun 2023.

CASTRO e LEMOS. ‘Escândalo de Berna’: como PLACAR cobriu a condenação de Cuca em 1987. **Placar**, 2023. Disponível em: <https://placar.com.br/coluna/tbt-placar/escandalo-de-berna-como-placar-cobriu-condenacao-de-cuca-e-m-1987/>. Acesso em: 19 jun 2023.

CONCEITO DE JORNALISMO ESPORTIVO. **Conceitos.com**, 2015. Disponível em: <https://conceitos.com/jornalismo-esportivo/>. Acesso em: 30 jun 2023.

‘ESCÂNDALO DE BERNA’: COMO A IMPRENSA ACOLHEU JOGADORES ACUSADOS DE ESTUPRO DE MENOR. **Hypeness**, 2021. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2021/03/escandalo-de-berna-como-a-imprensa-acolheu-jogadores-acusa-dos-de-estupro-de-menor/>. Acesso em: 19 jun 2023.



ESTEVES, Emerson. A superficialidade do jornalismo esportivo diante de casos de racismo no futebol. Ludopédio, 2020. Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/arquibancada/superficialidade-jornalismo-racismo/>. Acesso em: 30 jun 2023.

O FUTEBOL BRASILEIRO: COMO TUDO COMEÇOU. **Universidade do Futebol**, 2008. Disponível em: <https://universidadedofutebol.com.br/2008/10/01/o-futebol-brasileiro-como-tudo-comecou/>. Acesso em: 31 mai 2023.

RONDINELLI, Paula. “O que é que só o Brasil tem?”: particularidades brasileiras na Copa do Mundo. **Brasil Escola**, 2023. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/m.brasilecola.uol.com.br/amp/curiosidades/curiosidades-brasil-copas-mundo.htm>. Acesso em: 31 mai 2023.

---

## **Análise das Vozes no Matéria Jornalística “Teima, Lula, teima”: um Estudo de Caso**

Sammara Jericó Alves FEITOSA

### **Resumo**

Este trabalho pretende analisar a matéria jornalística “Teima, Lula, teima” publicada no site O Estado do Piauí, no dia 31 de outubro de 2022, e que repercutiu, na Vila irmã Dulce de Teresina-PI, a vitória de Lula nas eleições presidenciais no Brasil. A análise será feita utilizando como referência os estudos de Mikhail Bakhtin quanto aos conceitos-chaves da obra do autor - dialogismo e polifonia. O objetivo é identificar ou não a presença de polifonia à partir dos estudos de Bakhtin na notícia divulgada pelo portal e que, notadamente, traz várias fontes para contextualizar o fato. Apesar de um texto noticioso, como a notícia e a reportagem, apresentar distintas fontes sobre um acontecimento, percebe-se nesta investigação uma clara dominância do discurso das jornalistas e, conseqüentemente, os discursos das fontes foram para confirmar a fala das autoras do texto. Várias fontes, porém, sem ligação com a ideia de polifonia discursiva segundo Bakhtin.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Portal; Teresina; Polifonia; Bakhtin.

### **Introdução**

Há um processo estratégico na atividade jornalística para que um fato se torne notícia: apuração, seleção, edição e publicização. Nesse processo, o jornalista procura detectar os critérios que podem ser usados para justificar a noticiabilidade de um fato, ao mesmo tempo em que procura e identifica as fontes para se pronunciarem sobre o acontecimento. É nessa perspectiva que a prática jornalística deixa a impressão de distanciamento e uma impessoalidade ao apresentar diferentes vozes na matéria e, por fim, uma diversidade de sentidos que podem gerar certa aproximação com a ideia de polifonia de Bakhtin. Essa dinâmica dos discursos e sentidos presentes em uma notícia jornalística é colocada por Lago (2014, p. 175) como obrigação moral de deixar antever a multiplicidade de opiniões na sociedade”.

Assim, este trabalho olha e procura respostas a partir das vozes das fontes presentes no Jornalismo e como elas dialogam com a voz do(a) jornalista. Utilizando-se da interconexão entre dois campos: Jornalismo e Análise de Discurso, guiando-se pelos conceitos bakhtinianos de que todo discurso é dialógico, que a interação é essência da natureza social, este artigo apresenta referências teóricas para identificar ou não a presença da ideia de polifonia no texto

jornalístico. No campo do Jornalismo, apresentam-se temas ligados a noticiabilidade e gênero. Desta forma, pode-se levar os postulados teóricos bakhtinianos para a prática jornalística, prática essa tão presente na vida cotidiana das pessoas em todo o mundo e apontada por Leal e Carvalho (2015, p. 155) como sendo o Jornalismo "envolto em permanentes negociações de sentido sobre os acontecimentos narrados, situando-o como um importante ator social que negocia com uma série de outros atores sociais visões de mundo".

### **A Ciência do Discurso em Bakhtin: o dialogismo**

Na obra de Bakhtin há muitos conceitos-chave para entender a Ciência do Discurso, como por exemplo: enunciado, gênero, dialogismo, polifonia, carnavalização e interação. Neste artigo, recorrer-se ao dialogismo e as ideias quanto à polifonia e ao gênero, neste item, o interesse é nos elementos que o compõem: estilo, conteúdo temático e construção composicional. Bakhtin foi um pensador russo que estudou em profundidade a linguagem – verbal e não-verbal, artística e cotidiana – por meio de textos escritos ou face a face. Desde sua produção até a recepção, a linguagem existe dentro de uma perspectiva dialógica, portanto, para ele, a interação é base de toda forma de linguagem, pois a interatividade é, em primeiro lugar, a sustentação das relações cotidianas sociais.

Dentro da Ciência do Discurso é imperativo o dialogismo, pois o mundo real (das coisas e pessoas) tem como fundamento a relação entre o “eu” e o “outro” em um contexto social, onde, a partir disso, tudo acontece. Deste modo, não há enunciados neutros. "Eu e outro constituem dois universos de valores ativos, que são constitutivos de todos os nossos atos" (FIORIN, 2011, p. 14). Fiorin (2011) complementa afirmando que um enunciado tem autor, destinatário e tem expressões valorativas, como juízos de valor e emoções, ou seja, todo texto tem a interação entre o interlocutor e seus valores e entre este e os receptores das mensagens, que também têm seus valores. “Todo enunciado emerge sempre e necessariamente num contexto cultural saturado de significados e valores e é sempre um ato responsivo, isto é, uma tomada de posição neste contexto” (FARACO, 2009, p. 25). Compreender o que o “outro” diz pelo texto é uma resposta dialógica ao enunciado dito e uma ação ativa que une quem fala e quem recebe a informação. Quanto a esse princípio do dialogismo, Fiorin (2011) aponta duas formas: diálogo entre interlocutores e o diálogo entre os próprios discursos. O diálogo entre os interlocutores é porque não é possível pensar o indivíduo sem as ingerências do “outro”, pois vive-se em um ambiente social e, assim, a vida é dialógica por essência (BRAIT, 1997). E o diálogo entre os discursos é porque não existe um discurso sem as influências do meio social,

do outro indivíduo. Em qualquer forma do princípio dialógico de Bakhtin o “outro” sempre está e estará presente, porque “nós” somos seres sociais e os discursos são repletos de influências entre si.

Como explica Barros (1997), o diálogo entre discursos traz o entendimento de que todo texto, no seu interior, apresenta muitas vozes, como uma colcha de retalhos que se entrelaçam, se cruzam, se formam e se completam. Ao mesmo tempo que é dialógico, o enunciado também é heterogêneo, porque no diálogo existem mais de um interlocutor - o autor do texto e aqueles com quem ele se relaciona e todos com suas posições apreciativas. Um discurso contra o racismo dialoga, em oposição, com outro que se posiciona a favor de uma ideia de superioridade branca sobre o negro e também pode dialogar com outro discurso antirracista para somar valores. Um discurso contra o machismo se conecta, de forma contrária, com outro que defende a sujeição da mulher. O conceito de dialogismo não significa acordo ou consenso e sim que os enunciados são sociais, porém sem sujeitar o indivíduo ao social. “Nunca ele (indivíduo) é submetido completamente aos discursos sociais. A singularidade de cada pessoa no ‘simpósio universal’ ocorre na interação das vozes sociais [...] cada ser humano é social e individual” (FIORIN, 2011, p.20).

Para Dahlet (1997), pode-se conhecer o sujeito pelo discurso e é pelo discurso que acontecem os relacionamentos e aprendizados com o(s) outro(s). Fiorin (2011) explica que existem duas formas de usar o discurso do “outro”: entre aspas, de forma direta para marcar a fala do “outro”; e quando a fala do “outro” se confunde com o discurso do próprio interlocutor e não é possível perceber claramente a fala de cada interlocutor. No discurso identificado quem escreve pretende deixar claro que aquele pensamento não é dele e, ao mesmo tempo, procura repassar uma noção de verdade ao revelar a fala do “outro” (FIORIN, 2011).

No gênero informativo jornalístico, há a busca por esse revelar quem diz a informação na tentativa de dizer ao público que aquele pensamento não é uma concepção do próprio jornalista. No praxis jornalística essa forma de identificar “quem diz o quê” é um esforço do profissional para manter a objetividade e o distanciamento dele do fato e da fonte.

### **A polifonia em Bakhtin**

Falar de dialogismo não significa a mesma coisa que polifonia. Dialogismo é o princípio dialógico constitutivo da linguagem e de todo discurso, enquanto polifonia caracteriza certo tipo de texto, onde, além do dialogismo, são percebidas outras vozes e discursos diferentes sem que haja sobreposição de um discurso sobre o outro (BARROS, 1997). Cada discurso não se constitui em uma verdade única e final. “A polifonia consiste não da mera aparição de um

representante de um determinado grupo, e sim da criação de um cenário textual onde a voz desse grupo pode ser ouvida em toda a sua força e ressonância” (STAM, 2010, p. 349).

Bezerra (1997) explica que existem duas modalidades de vozes no discurso: monológico e polifônico. No monológico há uma dominação de uma voz; e o polifônico é a expressão e prática do dialogismo. Enquanto o texto monológico é acabado e conclusivo; o polifônico se revela inconcluso e em constante evolução, por isso significa uma nova forma do “eu” enxergar o “outro”, porque no gênero monológico o “outro” é mudo e sem expressão; no gênero polifônico o “outro” tem voz e expressão. As relações são de natureza dialógica e, na polifonia, as vozes se cruzam, entretanto, uma não esconde ou cala a outra. Na polifonia, o autor do texto posiciona-se como maestro condutor de todas as vozes presentes. O “outro” deixa de ser uma coisa e passa a ser visto como indivíduo que interage dentro do texto (BEZERRA, 1997). A polifonia textual é como uma partitura musical, onde as vozes se harmonizam, se sociabilizam sem a perda das características individuais. Leal e Carvalho (2015) explicam que no conceito de polifonia as personagens expressam seus pontos de vista independentemente do narrador. Mas, será que essas marcas da polifonia são encontradas em um texto jornalístico mesmo permeado por vozes de fontes diferentes? O autor (jornalista) dialoga com suas fontes e mantém com elas uma relação de independência e interação? O autor (jornalista) é regente de todas as vozes ou coisifica a fala do(s) outro (s)?.

A polifonia não significa um multiplicar de vozes de personagens que auxiliam na tecitura de um texto (como no caso do Jornalismo).

Mais comum em certas coberturas jornalísticas pode ser a convocação de variadas vozes concordantes, situando-se aquém de quaisquer possibilidades de diferenciação social, de visões sociais de mundo conflitantes e/ou capazes de matizar contradições sociais. A expressão, recorrentes nas redações, de “buscar aspas”, nesse sentido, revela o quanto as fontes e as personagens podem servir para confirmar o enquadramento proposto na pauta e a leitura de mundo estabelecida pela mídia informativa ao invés de efetivamente materializarem visões sociais peculiares (LEAL; CARVALHO, 2015, p. 156-157).

## **O gênero**

Todo enunciado reflete uma gama de situações e atividades humanas em que a comunicação entre os indivíduos acontece por meio de gêneros do discurso. Os gêneros reportam-se aos aspectos do cotidiano dos interlocutores, ou seja, todo discurso se refere a uma atividade humana social, conseqüentemente, existe uma variedade e heterogeneidade de gêneros discursivos. Fiorin (2011) explica que a ideia bakhtiniana não era identificar as propriedades formais de um gênero e sim reconhecer que eles têm uma relação intrínseca com o mundo real e interações sociais. Para Bakhtin (1997) era interessante identificar e diferenciar

os gêneros discursivos primários ou simples, que são os discursos que acontecem no seio familiar; e os textos jornalísticos e os discursos científicos, que integram dentro dos gêneros discursivos secundários ou complexos. Estes “surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente muito desenvolvido e organizado (predominantemente o escrito) – ficcional, científico, sociopolítico, etc” (BAKHTIN, 2016, p. 9). Assim, todo discurso está vinculado a um gênero que possui três elementos consideráveis: organização composicional, conteúdo temático e estilo.

O Jornalismo está inserido no gênero de discursos secundários ou complexos com a agravante de, hoje, ser veiculado de múltiplas formas, graças a uma tecnologia que Bakhtin sequer chegou a conhecer - a internet. O conteúdo composicional diz respeito ao modo como o autor estrutura o texto para que o conteúdo seja entendido. Por exemplo, em uma carta, que leva um tempo para chegar ao destinatário, o autor deixa claro o tempo, o espaço e o contexto do momento da escrita para que o destinatário possa compreender melhor. No texto jornalístico, em destaque a notícia, os jornalistas usam formas específicas de construção, como, por exemplo, a forma de pirâmide invertida, onde se escreve do mais ao menos importante de um fato e o tempo é o presente ou um passado muito recente. No Jornalismo, a quantidade de linhas, palavras, parágrafos em uma matéria são definidos pelo repórter e a equipe de diagramação. A organização composicional e o conteúdo são conversados para que a melhor proposta seja publicada. O segundo elemento é o conteúdo temático, que “não é o assunto específico de um texto, mas é um domínio de sentido de que se ocupa o gênero” (FIORIN, 2011, p. 40). O conteúdo de um discurso não é único, ele já é uma resposta ao que já foi dito antes e com ele se relaciona. O texto jornalístico sobre a eleição tem como conteúdo temático o resultado dessa eleição que já foi pronunciado. Neste elemento, está o enfoque dialógico que Bakhtin sempre evidencia: o conteúdo de um enunciado é o reflexo de outro enunciado que já foi dito e que mantém uma relação dialógica com todos. E, por fim, o estilo, que trata de uma “seleção de meios linguísticos [...] seleção de certos meios lexicais, fraseológicos e gramaticais em função da imagem do interlocutor e de como se presume sua compreensão responsivo ativo do enunciado” (FIORIN, 2011, p. 40). Ou seja, o estilo mantém uma forte relação com o princípio dialógico bakhtiniano, pois o estilo tanto se relaciona com o autor do enunciado quanto com o destinatário desse enunciado. No Jornalismo, o estilo está intimamente ligado à fase do processo de seleção/edição, que precede a publicização da notícia. Nesse momento, o repórter escolhe a forma mais adequada de elaborar o discurso para obter a máxima compreensão do seu público.

### **O jornalismo e a prática discursiva**

Segundo Traquina (2008), os jornalistas desenvolveram, ao longo da história, uma prática discursiva, uma maneira própria de falar a qual chama de “jornalês”. Para o autor, uma das características principais dessa escrita é a qualidade de ser compreensível de tal forma que ultrapasse fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais. Ele elenca traços característicos do texto jornalístico, como: frase e parágrafo curtos, uso de palavras simples, sintaxe direta, concisão e uso de metáforas para facilitar a compreensão do texto. A essas características impostas ao texto pelo autor e suas circunstâncias, pode-se chamar de “estilo”. O “jornalês”, conforme Traquina (2008), estabeleceu o formato específico e predominante da pirâmide invertida como uma das maneiras eficientes de chegar ao leitor de forma mais compreensível. Essa técnica jornalística tornou-se dominante a partir de 1900. Dessa forma, o Jornalismo teria imposto uma estrutura na forma de narrar acontecimentos.

Embora de maneira não tão profunda quanto se debruçou sobre os romances de Dostoiévski, segundo Ponte (2005), Bakhtin traçou importantes avaliações sobre o discurso jornalístico, como categorizar o jornalismo dentro dos discursos secundários que circulam em comunidades culturais organizadas. Na busca da eficiência do comunicar, o jornalista recorre, por vezes, a conteúdos típicos dos discursos primários, como provérbios ou máximas, que são inseridos num novo contexto para facilitar explicações, pois o leitor passa a reconhecer mais facilmente o seu conteúdo. Ponte (2005) destaca, ainda, que Bakhtin apontou mais uma característica do discurso jornalístico: o fato de ser sempre reportado a uma terceira pessoa. Isso dá proximidade nessa relação autor (jornalista) com o seu destinatário (leitor, ouvinte, telespectador, usuário de internet).

### **Contextualização Política de 2022**

O ano de 2022 tem algumas marcas da belicosidade do ser humano. Vários conflitos e guerra ocorreram simultaneamente nesse período. Segundo matéria jornalística do jornal Gazeta do Povo cerca de 28 países enfrentavam conflitos e combates armados, além da guerra entre Rússia e Ucrânia, que iniciou em fevereiro daquele mesmo ano. O impacto desse conflito, na Europa, com levas de imigrantes fugindo dos combates, problemas econômicos e o envolvimento de potências nucleares mundiais têm gerado preocupações quanto a uma Guerra Mundial de proporções catastróficas. Ao mesmo tempo, o mundo ainda se encontrava envolto numa grave crise em termos de saúde, ou seja, em meio a uma pandemia provocada pelo vírus

transmissor da COVID 19 e às voltas com o início da vacinação da população mundial, que iniciou ainda no ano de 2021.

O Brasil, em particular, vivia uma atribulada situação política em 2022. A sociedade brasileira enfrentava a tensão de um ano eleitoral com forte polarização entre o candidato da extrema-direita, Jair Bolsonaro (PL), então presidente da República que disputava a reeleição; e o seu adversário, representante do centro-esquerda, Luís Inácio Lula da Silva (PT), que retomava as atividades políticas depois de 580 dias na prisão. Nos Estados da Federação haviam ainda disputas regionais, com eleições para deputados estadual e federal, além de senador, contribuindo ainda mais para o acirramento dos ânimos.

Os temas mais comuns na corrida presencial foram: desemprego, fome, miséria, inflação, além de questões ambientais, relações internacionais e, principalmente, democracia. De acordo com dados produzidos pela Confederação Nacional dos Bispos Brasileiros – CNBB, Pe. Thierry Linard SJ, e divulgado em Março de 2022 "observamos desde a assunção do presidente Jair Bolsonaro ao poder, em 2019, uma estratégia de governo belicosa, de tensionamento do tecido social e sistemáticas afrontas à ordem democrática e às instituições republicanas". O Tribunal Superior Eleitoral – TSE, de janeiro a agosto, teve como Presidente o ministro Edson Fachin que depois foi substituído pelo ministro Alexandre de Moraes. O calendário da eleição começou em janeiro de 2022, quando passaram a vigorar novas regras para publicação de pesquisas eleitorais, distribuição de bens ou benefícios, promoção de programas sociais e proibição do aumento de despesas com publicidade. A legislação eleitoral também fez alterações específicas ligadas aos partidos e eleitores.

Uma questão marcou as eleições daquele ano, o combate sistemático às notícias falsas que, a partir das redes sociais e plataformas digitais, contaminavam o debate político no campo da realidade social. Noutra perspectiva, a abstenção por parte do eleitorado brasileiro era também uma preocupação de todos: tribunais, partidos políticos, instituições nacionais, organizações sociais e até internacionais. No primeiro turno, a abstenção chegou a 20,95% do eleitorado, sendo a mais expressiva desde a eleição de 1998. De agosto a outubro, mais de 37 mil denúncias foram feitas ao TSE. A abstenção no segundo turno, normalmente, é maior do que no primeiro turno, porém, neste ano de 2022, o cenário foi diferente. Os dados sobre a participação do eleitorado brasileiro foram comemorados até pelo TSE, uma vez que o segundo teve maior número de votos, com diminuição no número de abstenções, que foi de 20,56%. "Além da menor abstenção, houve uma diminuição dos votos brancos e nulos. Isso significa dizer que tivemos 75,86% do eleitorado efetivamente escolhendo um dos dois candidatos à Presidência da República", relatou o presidente do TSE, Alexandre de Moraes.



Sobre a violência no pleito de 2022 na disputa presidencial, o TSE abriu um canal para receber todas as denúncias, como ameaças, perturbação grave, discurso violento ou odioso e violência política de gênero. De acordo com o site Nexo, quinze assassinatos e 23 tentativas de homicídio foram registrados desde o começo da campanha eleitoral no Brasil. No dia 30 de outubro, a data do segundo turno das eleições, cinco mortes foram registradas. "Entre 1º de agosto e 2 de outubro de 2022, as organizações registraram 121 casos de violência política. Ou seja, até o primeiro turno, duas pessoas foram vítimas de violência eleitoral por dia". Um dos casos que repercutiu nacionalmente foi o da morte de um guarda municipal, de Foz do Iguaçu, que foi morto a tiros quando comemorava o próprio aniversário com a temática voltada para o Partido dos Trabalhadores – PT, e Lula. No Brasil, o cenário era de guerra, ameaças, notícias falsas e ataques entre políticos, partidos e entre eleitores. No final do processo eleitoral, o candidato petista saiu vitorioso e passou a governar o país pela terceira vez, a partir de 1º de janeiro de 2023.

### **Site O Estado do Piauí e a análise da matéria - “Teima, Lula, teima”**

Esse texto jornalístico foi divulgado no dia 31 de outubro, um dia depois da vitória de Lula (PT) na corrida presidencial no Brasil, em 2022. O título da matéria - “Teima, Lula, teima”, faz alusão, através de uma paródia, ao filme “Corra, Lola, corra”, lançado em 1998 e dirigido por Tom Tykwer, onde a personagem principal se chama Lola e está sempre correndo para vencer o tempo e, assim, ajudar o namorado, que trabalha para uma organização criminosa. O filme traz vários enredos e finais para a personagem principal. Em cada retorno ao passado, Lola se depara com vários caminhos para seguir e cada caminho é uma oportunidade. A ideia do filme é mostrar que a vida não é estável e definitiva. O “melhor caminho” é uma combinação de fatores que, muitas vezes, não dependem somente do indivíduo e, sim, de elementos externos dos quais não se tem um controle. O filme ainda demonstra que a vida é um grande encontro e uma rede de interações que influenciam os indivíduos mutuamente.

O site O Estado do Piauí foi lançado em Junho de 2021. Na sua descrição, os responsáveis dizem que se trata de um veículo com um “novo olhar jornalístico” sobre os fatos e com um grande nível de aprofundamento.

Os assuntos são abordados com disposição crítica, incentivando debates saudáveis sobre todos os assuntos. Como princípio, a liberdade de questionamento, seja de autoridades ou quaisquer poderes estabelecidos, mantendo o respeito às instituições e às pessoas. Sem posição partidária nem louvação a entes econômicos ou governamentais.

A matéria em análise – “Teima, Lula, teima” – está na seção de Especiais e foi escrita pela estudante de jornalismo Vitória Pilar, com a edição da jornalista Luana Sena, em 31 de Outubro de 2022. No site, os responsáveis não explicam o que definem como “Especial”. Além dessa seção, o site ainda disponibiliza algumas outras editorias: Reportagem, Últimas, Entrevista, Impressões, Marcus Peixoto e Mais Democracia.

O termo polifonia foi empregado por Bakhtin na análise da obra de Dostoiévski. Há que se esclarecer que para o lingüista russo todo romance é plurivocal, ou seja, apresenta várias vozes. Mas ele ressalta que apenas Dostoiévski conseguiu produzir um texto verdadeiramente polifônico, onde se poderia encontrar, no discurso do autor e dos seus personagens, certa equivalência provocada pela independência excepcional das vozes na estrutura da obra (BAKHTIN, 2016). No texto jornalístico em análise, a plurivocalidade é percebida através das diferentes fontes colocadas no texto e que trazem informações sobre medo, operações da Polícia Rodoviária Federal – PRF, comemoração da vitória de Lula e primeira vinda de Lula a Vila Irmã Dulce. Todo o texto não traz nada que remeta ou explique o título da matéria. O título pode representar uma ironia feita através de uma paródia com nome de um filme popular, uma estratégia jornalística bastante utilizada para chamar atenção do público sobre determinado assunto.

Com base nas palavras de Fiorin (2011), o discurso do “outro” pode ser inserido em outro discurso de duas formas: uma que sinaliza o discurso de terceiro, usando as aspas, por exemplo; e aquela onde não tem uma separação tão clara, que se chama bivocal. No caso da matéria “Teima, Lula, teima”, pode-se identificar os discursos das fontes com aspas, por exemplo, as moradoras Jussara da Silva, Maria Lúcia Bucar e Francisca Maria de Moura, a Neguinha, líder comunitária da Vila Irmã Dulce.

Pelos dados, datas e nomes exibidos, infere-se que as repórteres pesquisaram matérias sobre a visita do presidente Lula àquela comunidade, em 2003, e incorporaram os discursos do primeiro autor do texto ao delas. Não há uma voz independente ou de especialista, como um(a) cientista político(a) para analisar a vitória de Lula. Todas as fontes presentes mantêm uma concordância com o discurso das jornalistas, ou seja, são pessoas diferentes, mas que não expressam diversidade de ideias e análises sobre o fato da eleição. O que percebe-se, por exemplo, no trecho abaixo retirado da matéria, que mesmo usando marcas na tentativa de separar o que é fala do “outro”, as jornalistas usaram o discurso da fonte para confirmar o longo trecho escrito por elas. A citação do servidor Marcelo, por exemplo, é para ratificar o trecho onde as jornalistas detalham a ação da PRF, que fez “operações padrões” em rodovias federais

para atrasar a votação de 30 de outubro, segundo apurou inquérito aberto pela Polícia Federal a pedido do Ministério Público Federal.

No Brasil, a abstenção se tornou menor: reduziu de 20,9% para 20,6%. No Piauí, no entanto, a abstenção foi ligeiramente maior: passou de 17,69% para 18,74%. É a primeira vez que a abstenção eleitoral, em uma média nacional, caiu entre os turnos de uma mesma eleição. O resultado pode ser considerado um feito, mesmo com operações de fiscalizações montadas pela Polícia Rodoviária Federal (PRF) em diferentes estados, a maioria em cidades nordestinas. Entre as BRs 316 e 343, no Piauí, barreiras feitas pelos agentes rodoviários paravam ônibus e carros de grande porte. O servidor público, Marcelo Filho, foi uma das pessoas que presenciou as barreiras no norte do estado, na cidade de Floriano, Amarante e na localidade Estaca Zero. “Não querem deixar o Nordeste votar”, contou à reportagem.

Na matéria, percebe-se destaque para a vitória de Lula (O Quê e Quem); para a ação da PRF (O Quê e Quem); para a primeira visita de Lula ao local (O Quê, Quem e Onde) e, em todos esses destaques, as falas das personagens são usadas para confirmar o discurso das jornalistas. Não à toa, embora o estilo no Jornalismo se pretenda neutro, ele encerra certa concepção daquele que escreve e a quem se destina. Embora o público do portal O Estado do Piauí seja mais amplo, nessa matéria específica, a repórter, a editora e suas fontes fazem parte de um mesmo contexto: uma região onde o candidato Lula obteve mais de 76% dos votos. Em todo o discurso o ângulo do texto é definido pelas jornalistas.

Nenhum membro de uma comunidade consegue encontrar palavras neutras na sua língua. Palavras que não carregam consigo aspirações e avaliações do “outro”, onde a voz do “outro” nunca tenha habitado. Os estudos de Bakhtin reforçam que recebe-se a palavra pela voz do “outro” e ela deixa uma carga permanente em nós. De forma simples, as intenções do “outro”, através das palavras, invadem o contexto e afetam a todos e todas. No Jornalismo, não é diferente, como se pode inferir nesse texto em análise. Apesar das jornalistas identificarem que na Vila Irmã Dulce houve um número pequeno de votos a favor do candidato Bolsonaro (PL), a matéria não trouxe nenhum discurso diferente para ser um contraponto ao discurso igual e contínuo das jornalistas e das fontes identificadas. Embora a matéria seja sobre a vitória do candidato Lula, não há uma voz do “outro” com perspectivas político-sociais divergentes. A polifonia não significa, isoladamente, diversidade de discursos em um texto ou em uma comunicação verbal. O termo também tem a ver com o cotidiano, a realidade social, que é complexa e dinâmica. Como bem coloca Machado (1997, p. 141), “olhar o mundo de um ponto de vista extrapolo, totalmente diverso da percepção centrada num único ponto, para melhor captar o movimento dos fenômenos em sua particularidade e diversidade” é a orientação de Bakhtin para seus postulados quanto ao dialogismo do discurso e a polifonia.

Se a polifonia é marcada pelas vozes sociais distintas e sem o “eu” dominar ou diminuir a voz do “outro”, nesta matéria o que pode ser constatado é o domínio do discurso das jornalistas sobre as fontes consultadas, desde a seleção ao momento de inserção no texto. Não há múltiplos olhares e sentidos sobre o fato principal: a vitória de Lula. Como bem afirma Barros (1997, p. 35), os textos monofônicos “se ocultam sob a aparência de um discurso único, de uma única voz”. Nessa matéria, o que há é uma monofonia, o contraponto entre o discurso das jornalistas e das fontes não existe, evidenciando o predomínio do discurso das profissionais. A fala do “outro”, na matéria, torna-se somente um conteúdo para confirmar, ratificar o texto e a lógica das jornalistas. São quatro fontes ouvidas e com suas falas bem identificadas, portanto, o texto é plurivocal, mas todas as vozes são coordenadas para destacar o discurso predominante. São, na maioria, colocadas ao final do parágrafo para fechar o pensamento com a confirmação das vozes das personagens, como fica claro no primeiro parágrafo da matéria:

Nem o sol a pino, ao meio-dia, impedia o sobe e desce na Vila Irmã Dulce, zona Sul de Teresina. As pessoas se dirigiam aos seus lugares de votação apressadamente, querendo fugir do calor – ou da sensação de medo. Nos últimos meses, nada pela região dava pistas de que o bairro foi o que mais deu votos ao candidato do Partido dos Trabalhadores, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), na capital do Piauí. Se na última eleição, em particular 2018, os moradores pintavam suas casas de vermelho e adesivos com o rosto de Fernando Haddad – candidato petista em 2018 -, neste ano, preferiram se reservar. “Agente queria ver o fim desse ódio que o país entrou”, explica Jussara da Silva, moradora da comunidade.

### **Considerações**

Trata-se, portanto, de um texto dialógico por sua natureza, pois faz parte do gênero secundário, mas monofônico porque somente um discurso – o das autoras – é claramente evidenciado. No texto, a realidade social parece simples e acabada, uma vez que suas vozes apresentam-se uniformes e combinadas. Chama a atenção que as vozes das fontes selecionadas foram reduzidas a trechos curtos, de uma linha ou menos, mesmo quando contidos em parágrafos longos. Percebe-se que as vozes na matérias se apresentam como dependentes uma das outras. Elas se complementam para uma confirmar a outra. No entanto, a voz que retém a atenção é o discurso das jornalistas. Mesmo que isso ocorra por uma questão do estilo da repórter ou da sua editora, resulta na ausência de contraponto discursivo. Há uma união de vozes que dão o mesmo sentido social do fenômeno.

A academia, especificamente o Jornalismo em si, precisa estar atento a certas questões relacionadas à enunciação, como a exposta aqui, bem como a contextos específicos

relacionados ao processo de produção jornalístico. Trata-se de um campo que potencializa o alcance dos discursos, com toda a sua carga cultural e sua capacidade de produzir sentidos e subjetividades. Tem demasiada importância, portanto, para ser subestimada em detalhes tão relevantes.

## Referências

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. 1ª ed. São Paulo: Editora 34, 2016.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. (Coleção Ensino Superior).

BARROS, Diana Luz Pessoa. Contribuições de Bakhtin às Teorias do Discurso. In BRAIT, Beth (org). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campina: Editora da Unicamp, 1997.

BEZERRA, Paulo. Polifonia. In BRAIT, Beth (org). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campina: Editora da Unicamp, 1997.

DAHLET, Patrick. Dialogização enunciativa e paisagens do sujeito. In BRAIT, Beth (org). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campina: Editora da Unicamp, 1997.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & diálogo**: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2011. LEAL, Bruno Souza;  
CARVALHO, Bruno Alberto de. Jornalismo e polifonia: problematizações conceituais e metodológicas. **Revista de Comunicação, Cultura e Política**. vol. 16; n. 31; pp. 155-170, jul/dez. 2015.

LAGO, Cláudia. Ensinamentos antropológicos: a possibilidade de apreensão do “outro” no jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 11(2), 172-187. 2014

MACHADO, Irena A. Os gêneros e o corpo do acabamento estético. In BRAIT, Beth (org). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**. Campina: Editora da Unicamp, 1997.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia**: métodos de investigação na imprensa. Petrópolis: Vozes, 2006.

STAM, Robert. Bakhtin e a crítica midiática. In. RIBEIRO, Ana Paula Goulart, SACRAMENTO, Igor. **Mikhail Bakhtin**: linguagem, cultura e mídia. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo** – a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

---

## **Cidade Alerta e a Espetacularização da Violência Escolar: Uma Análise Crítica da Cobertura Midiática**

Alisson Breno Dias de SOUSA  
Matheus Moura Alencar de BARROS  
Paloma Aparecida Machado de SOUSA  
Thaila Vitoria Santos VIEIRA  
Ruthy Manuella de Brito COSTA  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

Esse trabalho visou abordar a cobertura midiática do telejornal Cidade Alerta sobre os atos de violência nas escolas no Brasil. O objetivo geral do trabalho é analisar e categorizar as características de espetacularização midiática, e os específicos, caracterizar as estratégias utilizadas pelo telejornal para manter a atenção do público acerca do assunto, relatar a forma de como foi feita a cobertura do telejornal “Cidade Alerta” nos casos de violência em escolas como em Suzano (2019) e Creche Cantinho Bom Pastor (2023), além de comparar e identificar o que mudou e o que permanece na abordagem noticiosa de crimes em escolas. O caminho metodológico usado foi de pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo como método de estudo de caso e abordagem qualitativa. Dessa forma, é notável ressaltar como o jornalismo acaba sendo descredibilizado devido ao sensacionalismo.

**Palavras-Chave:** Crítica da Mídia; Mídia e Violência; Espetacularização da Violência; Ética jornalística; Cidade Alerta; Atentados

### **Introdução**

Durante o primeiro semestre de 2023, o Brasil vivenciou diversos episódios de ataques, atentados e massacres às escolas, creches e universidades do país, fatos que até então não estavam sendo evidenciados com tanta frequência nos últimos anos. Neste artigo, o foco da pesquisa é sobre a mídia e a espetacularização da notícia em torno de alguns telejornais, que de certa forma usam o sensacionalismo como forma de lucro e para manter altos índices de audiência, sem ter empatia ou ética com as vítimas dos acontecimentos. Quando se fala em espetacularização, é sobre tratar algo como se fosse um espetáculo, fazendo assim a tragédia ser vista e acompanhada como se fosse uma novela, gerando um entretenimento de forma

negativa, prejudicando o trabalho jornalístico, que por vezes, é visto e interpretado de maneira errada pela sociedade.

O presente artigo tem como objetivos, analisar e categorizar as diversas características de espetacularização midiática, além de caracterizar as estratégias utilizadas pelo telejornal para manter a atenção do público acerca do assunto. Além de relatar a cobertura do telejornal “Cidade Alerta” nos casos de violência em escolas como em Suzano (2019) e Creche Cantinho Bom Pastor (2023), é comparado e identificando o que muda e permanece na abordagem noticiosa de crimes em escolas no referido telejornal extraídos da plataforma de compartilhamento de vídeos, o *Youtube*, durante o período de 13 a 15 de março de 2019, 05 e 06 de abril de 2023. O caminho metodológico usado neste artigo foi de pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo como método de estudo de caso e abordagem qualitativa que de acordo com Bardin (1977, p.9) descreve a análise de conteúdo sendo: “Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a >>discursos<< (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”.

Reflete-se durante o texto sobre a espetacularização e estratégias de atenção utilizadas pela mídia e os impactos que ela causa na sociedade. O intuito é contribuir para definir quais maneiras/técnicas jornalísticas devem ser acionadas para cobrir tais acontecimentos, de forma que não seja mais cometidos erros de cobertura, para que assim seja feito um jornalismo mais ético sem sensacionalismo.

### **Massacres: termos, cronologia**

Em pleno século XXI, por volta do final de março ao início de abril de 2023, as manchetes com o título “massacres nas escolas” se tornaram um assunto recorrente entre vídeos, matérias jornalísticas e materiais da mídia em geral. Causando espanto, medo, angústia e uma constante preocupação entre alunos, familiares, professores e a sociedade em geral. O Termo massacre segundo o Dicionário Informal (2013), deriva-se de “ação ou efeito de massacrar”. (DICIONÁRIO,2013, online). Ou seja, remete-se ao ato de assassinar pessoas sem dar a chance de se defenderem. Ao falar sobre a temática é necessário entendermos outro termo que se conecta ao assunto, a memória, que devido à forma como é divulgada ao mundo marca a história não só em nível nacional, mas também global, pois é algo que infelizmente acontece em diversos continentes e traz complexidade ao assunto que será apresentado.

A mídia acaba sendo um dos principais propagadores e acumuladores de informações, onde o que se enquadrado/permitido ser enunciado acaba permanecendo na memória coletiva e



vem se tornando um espaço a qual podemos encontrar mais informações sobre episódios que marcaram a história.

Em meio a diversas profissões, o jornalismo acaba se tornado o espaço que se ganha mais visibilidade e confiança da sociedade, conceituado a forma mais leal de se obter informações recorrentes ao mundo, fornecendo materiais visuais, textuais, documentários, noticiários e pautas que ao decorrer do tempo se tornam restos de memórias. (FERREIRA, 2016).

A utilização do termo se popularizou a partir de um fato, considerado um dos atentados mais marcantes da história: o ocorrido em Columbine, na Columbine High School, há 24 anos, no dia em 20 de abril de 1999. O acontecimento deixou mais de 12 mortos nos Estados Unidos, tornando-se extremamente conhecido chegando a ser inspiração para a criação de filmes, músicas e até mesmo vestimentas do gênero terror. O crime foi realizado por dois alunos que tiraram suas vidas após realizar a chacina na escola. Acontecimento gatilho para novas ocorrências.

No dia 20 de abril, de 1999, E. e D. promoveram um massacre na Columbine High School, em Columbine, nos EUA. Foram assassinados 12 estudantes e um professor. Outras 21 pessoas ficaram feridas. Após o ataque, E. e D. cometeram suicídio. Considerado o maior e mais mortal ataque em uma escola, o "massacre de Columbine" passou a servir de inspiração para outros terroristas. Nos ataques que aconteceram após Columbine, foram encontrados documentos onde os autores dos outros atentados citam Columbine e o desejo de fazer "algo maior". Desde então, o 20 de abril passou a ser uma data de alerta nas escolas nos EUA, no Brasil e também em outros países, pois, há sempre um temor de ataques nas escolas neste dia específico. (HAILER, 2023, online).

Ao longo dos anos, ao procurar justificativa ou explicações em relação aos atentados em escolas, surgem fatores que acredita-se influenciar tais ações, como casos de *bullying*, no qual os agressores podem ter sido vítimas de tais situações nas escolas.

No dia 6 de abril de 2023, em uma matéria feita pela BBC News Brasil, foi publicada uma pesquisa realizada com especialistas na área da educação, nela foram listadas algumas possíveis causas do aumento de ocorrências de tais acontecimentos. A socióloga Carolina Ricardo em uma entrevista para o portal, levanta dois possíveis ganchos que se conectam, o *bullying* e as redes sociais afirmando que: “Pode ser o caso de jovens e crianças que querem se vingar de alguma situação que passaram, e com uma comunidade de ódio que incentiva crimes, é um bom combinado para facilitar a ocorrência desse tipo de ataque” (GRANCHI, 2023, online).

Desde *Columbine* até hoje, surgem ameaças e em virtude disso múltiplas notícias começaram a se espalhar, causando uma avalanche de desinformação. Ademais, resultando na glamourização, romanização e inúmeros questionamentos em como as notícias divulgadas geram um ciclo de apologia. Com esse objetivo de informar, antes mesmo de retomar toda essa

espetacularização, o portal G1 Globo em novembro de 2022 fez uma matéria trazendo um breve levantamento dos últimos casos de registros de ataques com armas de fogo em escolas no Brasil.

**Figura 1: Registro de ataques no Brasil com armas de fogo.**



Fonte: G1.Globo, Disponível em: [Brasil registrou 12 ataques com armas de fogo em escolas nos últimos 20 anos, aponta levantamento](https://g1.globo.com/espírito-santo/noticia/2022/11/25/brasil-registrou-12-ataques-em-escolas-nos-ultimos-20-anos-aponta-levantamento) / Espírito Santo / G1 (globo.com) Acesso: 29 abr. 2023.

A matéria disponibiliza dados estatísticos da linha do tempo de cada acontecimento, trazendo também a quantidade de vítimas fatais em cada caso:

**Figura 2: Lista cronológica dos ataques no Brasil**

1. Salvador (BA) – 2002 (duas pessoas feridas)
2. Taiúva (SP) – 2003 (uma pessoa morta, e oito feridas)
3. Rio (RJ) – 2011 (12 pessoas mortas, e 13 feridas)
4. São Caetano do Sul (SP) – 2011 (uma pessoa morta, e uma ferida)
5. Santa Rita (PB) – 2012 (três pessoas feridas)
6. Goiânia (GO) – 2017 (duas pessoas mortas, e quatro feridas)
7. Medianeira (PR) – 2018 (duas pessoas feridas)
8. Suzano (SP) – 2019 (dez pessoas mortas, e 11 feridas)
9. Carai (MG) – 2019 (duas pessoas feridas)
10. Barreiras (BA) – 2022 (uma pessoa morta)
11. Sobral (CE) – 2022 (uma pessoa morta, e três feridas)
12. Aracruz (ES) - 2022 (três pessoas mortas, e 13 feridas)

Fonte: G1.Globo, Disponível em: [Brasil registrou 12 ataques com armas de fogo em escolas nos últimos 20 anos, aponta levantamento](https://g1.globo.com/brasil/regional/brasil-registrou-12-ataques-com-armas-de-fogo-em-escolas-nos-ultimos-20-anos-aponta-levantamento) / Espírito Santo / G1 (globo.com) Acesso: 29 abr. 2023.

Entre tantas fatalidades, algumas aparentemente não são tão memoráveis quanto outras. Um caso de destaque e que por consequência se tornou bastante memorável no Brasil foi o episódio em Suzano (SP), devido à repercussão que obteve na época ou pelo grau de vítimas/letalidade do caso.

### **Sangue e sensacionalismo**

O sensacionalismo na mídia brasileira é um fenômeno que remonta a várias décadas. Historicamente, pode-se observar diferentes momentos em que o sensacionalismo ganhou destaque e influência na imprensa do país. No século XIX, durante o período imperial e a transição para a República, a imprensa brasileira era caracterizada por uma grande variedade de jornais e periódicos, muitos dos quais adotavam um estilo sensacionalista. Esses veículos buscavam atrair a atenção do público com notícias exageradas, sensacionalistas e muitas vezes pouco confiáveis. Essa abordagem sensacionalista era utilizada para vender mais jornais e criar polêmicas que aumentassem sua circulação. Durante o Estado Novo (1937-1945), o governo de Getúlio Vargas controlava fortemente a imprensa, o que limitava a expressão livre e crítica dos veículos de comunicação. No entanto, mesmo sob censura, ainda era possível encontrar elementos de sensacionalismo em algumas publicações, muitas vezes associados à propaganda governamental.

Na segunda metade do século XX, com o advento da televisão, o sensacionalismo ganhou ainda mais destaque, pois programas de televisão e jornais sensacionalistas começaram a explorar escândalos, tragédias e histórias sensíveis para atrair audiência. A cobertura exagerada de crimes, tragédias pessoais e fofocas de celebridades se tornou comum, muitas vezes em detrimento da qualidade e da veracidade da informação.

No início do século XXI, o sensacionalismo na mídia brasileira continuou presente, com programas de televisão de grande audiência focados em histórias dramáticas, sensíveis e emocionalmente carregadas. Esse tipo de abordagem se tornou popular, atraindo audiência e gerando lucros, o que levou muitos veículos de comunicação a adotarem essa linha editorial, como é o caso dos famosos policiaiscos que se fazem presentes em todo território nacional, através da mídia e das afiliadas locais que muitas vezes acabam banalizando e reproduzindo violências cotidianas como uma forma de entretenimento.

Essa conjuntura evidencia a forma como os grandes conglomerados geralmente lidam com a apuração e seus critérios jornalísticos, principalmente quando seus alvos são marginalizados socialmente e até mesmo, racialmente. Crimes e situações violentas sempre despertaram a atenção da sociedade por se tratar de um tema ameaçador que expõe a fragilidade

humana. Por ser um veículo de massa, em um país marcado por abismos sociais, a televisão se tornou uma das principais ferramentas de comunicação a expor e lucrar através da dor e sofrimento das pessoas (geralmente marginalizadas).

A mídia brasileira utiliza de diversas ferramentas e estratégias para chamar a atenção do seu telespectador, muitas vezes expondo e explorando as mazelas sociais das classes sociais mais vulneráveis. Por serem muitas vezes os atores e as próprias vítimas desse sistema, são colocados nessa situação correntemente pelo Jornalismo dramático, que usa de elementos mórbidos para legitimar o impacto dos discursos e da linha editorial desses telejornais. Exemplo claro é série documental produzida pela Netflix “Bandidos na Tv”, que traz a história do telejornal local “Canal livre” em Manaus no início dos anos 2000, ao qual tinha como público alvo as pessoas mais pobres e explorava de recursos que buscavam gerar identificação e prestar um assistencialismo, representado por seu apresentador Wallace Sousa, que anos depois se candidatou a vida pública e chegou até mesmo a ser preso por suspeitas de forjar assassinatos em seu programa, para assim poder capitalizar sua audiência.

De uma maneira geral, podemos perceber que programas como o Canal Livre se apropriam das angústias populares para conquistar sua audiência e gerar identificação com o público. Os espectadores do programa viam Wallace Souza como um verdadeiro representante de seus interesses. O caráter desveladamente assistencialista do programa, que oferecia soluções rápidas para os apelos de seu público, trazia um fio de esperança em meio à descrença no Estado e nas instituições. Não é a toa que mesmo depois de condenado, o ex-deputado continuava sendo visto como um herói, vítima de injustiça e perseguição política, como a série da Netflix demonstrou. A violência urbana, em especial as notícias de homicídio, era principal fonte de angústia representada no Canal Livre. A exploração da morte violenta no noticiário era um instrumento valioso na disputa pela audiência. Os furos de cobertura e a eficiência em desvendar crimes que até a polícia tinha dificuldade conferia ao programa ainda mais credibilidade. (Arcoverde, Marcella Rochetti. Bandidos na Tv, a morte pela audiência.)

Através desse recorte é perceptível que a mídia muitas vezes evidenciou tragédias e mazelas sociais com o real intuito de promover um jornalismo pautado no sensacionalismo e na exploração da degradação humana. Pode se observar inclusive que a imprensa brasileira adota esses critérios, principalmente quando direciona seu jornalismo regional do horário do almoço para cobrir pautas alarmantes que expõem quase sem censura as violências de vários tipos, como exemplo o programa “Cidade Alerta” da Record Tv que tem presença garantida em quase todas suas afiliadas espalhadas pelo Brasil e garantindo sempre bons números de audiência. É importante destacar que o perfil social explorado e abordado pelos telejornais,

muitas vezes são reféns de uma cobertura noticiosa que contribui para reforçar estereótipos raciais, pois retrata de forma banalizante e sem uma discussão aprofundada essas violências.

O papel da mídia na manutenção de estereótipos negativos da negritude e do combate a qualquer política de Ação Afirmativa tem sido incisiva, hoje o preconceito e os estereótipos veiculados pelos meios de comunicação, a violência policial e os assassinatos da juventude negra impõem uma representação simbólica negativa presente no imaginário da população que quase sempre estigmatizando principalmente jovens negros, da periferia e pobre como: vagabundo, ladrão, traficante e perigoso (LIMA, 2010: 72)

### **Cidade alerta e a cobertura de massacres em escolas: uma retrospectiva de 2019 a 2023**

Foram utilizadas nessa análise edições do telejornal Cidade Alerta da TV Record no período de 13 a 15 de março de 2019, e 05 e 06 de abril de 2023, esses foram escolhidos devido ser o dia dos acontecimentos e de maiores repercussões sobre os casos, buscamos analisar como foi a cobertura, a repercussão e a quem foi dado o enfoque do acontecimento.

Casos de massacres em escolas acontecem no mundo todo e geram grandes repercussões, nos últimos tempos o Brasil tem os olhares televisivos voltados para si. Nos últimos meses foram registrados vários casos de tentativa e execução de ataques a escolas no Brasil, o caso mais recente foi no dia 05 de abril de 2023 na creche Cantinho Bom Pastor em Blumenau (SC). Após esse acontecimento as políticas de abordagem e cobertura jornalísticas repensaram alguns pontos.

Voltando um pouco no tempo para saber as iniciativas desses ataques precisamos falar sobre a fonte, o caso de *Columbine* – já citado – que serviu de inspiração para diversos outros atentados. Um dos exemplos recentes que deixaram a população preocupadas foi no ano de 2019, no Brasil aconteceu o massacre na escola Raul Brasil, em Suzano (SP):

Dois atiradores entraram na escola estadual Professor Raul Brasil, em Suzano, a 50 km de distância de São Paulo, e dispararam contra estudantes e uma funcionária, na manhã desta quarta-feira (13). Ao menos 30 disparos foram feitos. Dois adolescentes encapuzados invadiram a escola atirando. Cinco estudantes — 4 meninos e 1 menina — e uma funcionária morreram. Os atiradores se mataram na sequência. As informações são do centro de comunicação da Polícia Militar de São Paulo (PORTAL R7, 2019).

No final, foram concluídas 10 mortes, incluindo os atiradores. A edição do dia 13 de março de 2019 foi voltada para falar sobre o caso de atentado, foi revelada a foto dos atiradores,

relatada as armas que eles usaram, tentaram buscar justificativas sobre o motivo do crime, e a todo momento o apresentador Luiz Bacci usa de termos para chamar a atenção do público. Na mesma edição foram entrevistadas uma moradora que acolheu alguns jovens, e a mãe de uma das vítimas que estava hospitalizada.

**Figura 3: Primeiro bloco do Cidade Alerta**



Fonte: Primeiro bloco do Cidade Alerta // Massacre em Suzano (13/03/2019). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=sqd2W7yNCCU> Acesso em: 04 de junho 2023

Na edição de 15 de março de 2019, apenas dois dias após o atentado, o telejornal Cidade Alerta veiculou uma entrevista com um suspeito sob investigação no caso do atentado. Na entrevista, o jovem em questão não teve sua identidade revelada, mas o foco da conversa abordou a personalidade de um dos atiradores, e as informações que o possuía sobre o ataque.

**Figura 4: Suspeito fala sobre um dos atiradores do massacre de Suzano (SP)**



Fonte: Suspeito fala sobre um dos atiradores do massacre de Suzano (SP). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cizoOE-dazo> Acesso em: 04 de junho de 2023

Nas duas edições citadas a maneira como a informação foi apresentada tem o potencial de gerar impactos significativos futuramente, fatos apresentados de formas detalhadas. Os modelos de armamento utilizados foram descritos, na entrevista com a mãe de uma das vítimas o apresentador chega até mesmo a perguntar como era a machadinha utilizada (que foi a arma que machucou o filho dela), uma exposição desnecessária e carente de sensibilidade. No primeiro vídeo, durante a edição, o apresentador do jornal menciona que irá explicar detalhadamente o planejamento do caso e o que estava por trás dele. Esses pontos e detalhes não deveriam ser divulgados, considerando que os jovens envolvidos já tinham presença em grupos de redes sociais. A divulgação da execução do ataque e dos detalhes poderiam encorajar outros jovens a cometerem crimes semelhantes.

### **O que mudou?**

Alguns programas de telejornais apresentam casos de teor delicados, mas manifestados com muito sensacionalismo, ênfase em partes delicadas, fazem de algumas matérias jornalísticas um show dando uma espetacularização que alguns públicos até gostam, porém as vítimas nesse caso são deixadas de lado e os holofotes vão para o agressor.

Era o que estava acontecendo na divulgação desses ataques escolares, na maioria dos casos eram crianças menores e famílias em luto, porém as reportagens eram criadas em cima dos assassinos, dando visibilidade aos atos cometidos e encorajando casos semelhantes no futuro. O caso de ataque mais recente foi a uma creche em Blumenau (SC), as vítimas eram crianças com idades entre 4 e 7 anos, outros ficaram feridos, mas foram hospitalizadas e tiveram alta, o assassino se entregou logo após o ataque. O caso foi noticiado em vários veículos de comunicação, entretanto pode-se perceber a ênfase e exposição maior do caso e do assassino em telejornais.

Nesse segundo caso, o Cidade Alerta, em edição no dia 05 de abril de 2023 (dia do atentado) foi totalmente voltado para o caso do atentado da creche em Blumenau, com uma abordagem espetacularizada por parte do apresentador. A edição foi voltada para falar sobre o homem que atacou a creche, falou o seu perfil, como ele escolheu a creche e deram outras características do crime que eram desnecessárias.

### **Figura 5: Caso Blumenau**



Fonte: Caso Blumenau: delegado traça perfil do homem que assassinou crianças em creche. Disponível em: [Imagem do canal no youtube jornal Cidade Alerta Record](#). Acesso: 24 maio 2023

Já a edição do dia 06 de maio de 2023 apresentava a primeira reportagem sobre o enterro das crianças, entretanto a imagem era da repórter em frente à penitenciária onde o responsável pelo ataque estava detido, todos os momentos em que o velório e enterro apareceu foi de tela dividida com a penitenciária, mais uma vez dando o foco para o acusado.

### Figura 6: Cobertura do enterro em Blumenau



Fonte: Crianças vítimas de ataque a creche são enterradas em Blumenau nesta quinta (6). Disponível em: [Imagem do canal no youtube jornal Cidade Alerta Record](#). Acesso em: 24 de maio de 2023

Logo após a exposição de tantos casos de ataques a escolas e de tamanha violência a imprensa mudou sua forma de noticiar esses ataques. Grandes conglomerados televisivos passaram a não divulgar mais nomes, fotos e vídeos dos acusados para evitar o chamado “efeito contágio”. As medidas foram recomendadas por especialistas visto que poderiam ser usadas como incentivo para ataques futuros.

Não publicizar o seu nome, não publicizar a sua imagem, não trazer detalhes de como a situação aconteceu, de como eles construíram esse percurso. Às vezes, a notícia é quase um tutorial do massacre, de como se fazer. Então esse



---

tipo de informação não tem que ser publicizada, não tem que ser veiculado (Agência Brasil, 2023).

Portanto, é necessário ter certo filtro e cautela na divulgação desse tipo de reportagem, tanto para não despertar violência em quem consome os materiais jornalísticos como para não causar sofrimento para as vítimas.

### **Considerações Finais**

Com isso, é evidente que o jornalismo em parte, nem sempre está preparado para lidar com casos de massacres, visto que é um assunto delicado e que antes de ser divulgado merece ser estudado e analisado, para encontrar as formas ideais de se noticiar o fato. O sensacionalismo que os telejornais da Rede Record utilizam para prender a atenção do telespectador geralmente usam linguagens que desumanizam e tratam sem empatia os problemas ali descritos, isso descredibiliza o jornalismo, profissão ao qual deveria ganhar a confiança e a credibilidade da sociedade, se tornando porém uma vitrine da violência e servindo muitas vezes de divulgadora e incentivadora dela. A mídia é o meio comunicacional de principal propagação e acumulação de informações e isso fixa-se na memória individual e coletiva das pessoas, o jornalismo ao longo dos anos está se tornando cada vez mais um lugar de memória e dar palco para o agressor ao invés da vítima só incentiva determinados perfis a querer cometer o mesmo ato.

O chamado “efeito contágio” é a estimulação de outros casos após a repercussão na mídia, o que causa condutas semelhantes às divulgadas. É importante ressaltar que o atirador não é o protagonista e que o massacre não é uma novela, o telejornal não deve pensar somente em lucro e mídia mas, antes de tudo nas vidas de crianças e adolescentes que foram tiradas antes da hora por esses atiradores. Esses erros de cobertura devido ao sensacionalismo transformam o agressor em um herói, a tragédia num espetáculo e esse momento de “estrelismo” é o que motiva outras pessoas do mesmo nicho a cometer esses crimes bárbaros.

Usar o nome do atirador e as formas e ferramentas que ele utilizou para cometer a violência é um erro que o jornalista não deve cometer, o correto é que essas coberturas sejam focadas preferencialmente nas vítimas do ataque. A criação de políticas públicas em escolas é também necessária pois muitos profissionais da educação não sabem como lidar com esses atos, é preciso uma pesquisa e estudos para avaliar todas as questões de segurança para que os alunos não se sintam com medo de sair para a escola. O objetivo de estudar e analisar esses ataques por meio de telejornais foi alcançado, pois é nítido que ainda há muitos erros na forma de cobrir e divulgar esses casos na mídia, que devem ser repensados, pois de forma direta e indireta os

veículos jornalísticos influenciam esses episódios. Com isso, conclui-se que a pesquisa sobre os ataques em escolas públicas é um assunto que deve ser mais debatido e estudado, pois é inegável que a mídia é o quarto poder no Brasil e tem um papel importante na sociedade. Desta forma, é imprescindível também que haja um trabalho coletivo entre Estado e sociedade que transpassam pela educação, para que assim, um problema que afeta a todos, possa aos poucos ganhar notoriedade da forma correta e consequentemente trazer soluções ao decorrer do tempo.

### Referências:

ANA LUÍSA MORAIS. **Folha de S. Paulo**. O que foi o massacre de Columbine. São Paulo: Folha de S.Paulo, 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/webstories/cotidiano/2021/12/o-que-foi-o-massacre-de-columbine/>. Acesso em: 29 abr. 2023.

ARCOVERDE, Marcella Rochetti. **Bandidos na Tv, a morte pela audiência**. Comunicação, Política e Atores coletivos. 2020. Acesso em 30 de junho de 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 70. ed. Lisboa: Presses Universitaires de France, 1977. 9 p. ISBN: 972-44-0898-1.

BBC NEWS. **Correio Braziliense**. Os dados que mostram explosão no número de ataques a escolas no Brasil. [S.l.]. Correio Braziliense, 2023. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2023/04/5085286-os-dados-que-mostram-explosao-no-numero-de-ataques-a-escolas-no-brasil.html>. Acesso em: 17 jun. 2023.

CIDADE ALERTA RECORD. Caso Blumenau delegado traça perfil do homem que assassinou crianças em creche. Ed. 05 de abril de 2023. Disponível em: <https://youtu.be/n2ZFiRInJgs> Acesso em: 24 de maio 2023

CIDADE ALERTA RECORD. Crianças vítimas de ataque a creche são enterradas em Blumenau nesta quinta (6). Ed. 06 de abril de 2023. Disponível em: <https://youtu.be/HA3c5NRT5RM> Acesso em: 24 de maio 2023

DICIONÁRIO INFORMAL. **Dicionário Informal**. Massacre. São Paulo: Dicionário, 2013. Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/massacre/>. Acesso em: 29 abr. 2023.

FERREIRA, Mayara Sousa. **Memórias da cultura**: estratégias e táticas de Revestrés na (re)construção das identidades piauienses. Tese (Mestrado em Comunicação) - Centro de Ciências da Educação da Universidade Federal do Piauí. Teresina, p. 209. 2016.

G1. **G1 Globo**. Brasil registrou 12 ataques com armas de fogo em escolas nos últimos 20 anos, aponta levantamento. Espírito Santo: G1, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/es/espírito-santo/noticia/2022/11/25/brasil-registrou-12-ataques-em-escolas-nos-ultimos-20-anos-aponta-levantamento.ghtml>. Acesso em: 29 abr. 2023.

---

GIULIA GRANCHI. **BBC News Brasil**. Os fatores que contribuem para ataques em escolas, segundo especialistas. São Paulo: BBC News, 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cn0610zm35vo>. Acesso em: 29 abr. 2023.

MARCELO HAILER. **Revista Fórum**. Por que o dia 20 de abril está relacionado aos ataques nas escolas. [S.l.]. Revista Fórum, 2023. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/movimentos/2023/4/20/por-que-dia-20-de-abril-esta-relacionado-aos--nas-escolas-134597.html>. Acesso em: 29 abr. 2023.

MARTA AVANCINI. **Jeduca**. Veja as orientações para a cobertura de massacres em escolas. [S.l.]. Jeduca, 2019. Disponível em: <https://jeduca.org.br/noticia/veja-as-orientacoes-para-a-cobertura-de-massacres-em-escolas->. Acesso em: 17 jun. 2023.

MORAES, Cristiano Luis de Oliveira & SPANIO, Marlene Inês. Punição e mídia: análise de alguns aspectos que influenciam na violência e na criminalidade.

NATÁLIA VELOSO JULIANA PIMENTEL. **Poder 360**. Brasil teve 5 ataques com mortes em escolas em 2022 e 2023. [S.l.]. Poder 360, 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/brasil-teve-5-ataques-com-mortes-em-escolas-em-2022-e-2023/>

RIBEIRO, Renato. Agência Brasil. Veículos de imprensa mudam política de cobertura de ataques a escolas. Brasília, 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-04/veiculos-de-imprensa-mudam-politica-de-cobertura-de-ataques-escolas> Acesso em: 24 de maio 2023

R7. Balanço Geral RJ. Veja imagens exclusivas do massacre na escola de Realengo (RJ). Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://recordtv.r7.com/balanco-geral-rj/videos/veja-imagens-exclusivas-do-massacre-na-escola-de-realengo-rj-06022023> Acesso em: 23 de maio de 2023.

LIMA, Suzete. Racismo e violência, práticas de extermínio contra a juventude negra. Programa de Pós graduação (Mestrado) em Políticas Públicas e Formação Humana da Faculdade de Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

---

## ÉTICA FOTOGRÁFICA EM TEMPOS DIGITAIS: Reflexões sobre compartilhamento, recebimento e veiculação de imagens

Nayara Kelly Paiva de SOUSA

Jamile de Sousa BEZERRA

Isael de Sousa PEREIRA

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá

### Resumo:

O fotojornalismo desempenha um papel crucial na informação contemporânea, capturando momentos impactantes e narrando histórias através de imagens. O estudo busca analisar como se dá a ética fotográfica nos dias atuais e refletir sobre as imprudências em compartilhar imagens que apontam a vulnerabilidade humana, tanto por populares, quanto, por jornalistas. O artigo apresenta discussões teóricas sobre Cibercultura com base em Lévy (1999); Fotojornalismo e Manipulação segundo Chinalia (2005) e Ética e Inteligência Artificial na perspectiva de Macêdo (2023). Na metodologia abordamos a Pesquisa Bibliográfica segundo Fonseca (2002) e Entrevista Semiaberta como consta Duarte (2005). O estudo contou com 3 entrevistados no intuito de construir essas reflexões éticas sobre a fotografia. Refletimos a partir da análise como se deu a percepção dos entrevistados sobre o envio, recebimento e divulgação desse material, levando em consideração a ética jornalística.

**Palavras-chave:** Fotografias; Ética; Imagens; Jornalismo.

### Introdução

A princípio, torna-se válido colocar em evidência o quanto as tecnologias avançaram, a digitalização não é mais algo inalcançável e os aparatos digitais que possuem a função de efetuar fotografias já estão nas mãos de uma notória parcela da sociedade, ou seja, o ato de fotografar não se limita mais apenas aos profissionais da área, tornando-se algo democratizado.

Associado a este processo de democratização, pontua-se ainda a vertente da Inteligência Artificial presente na contemporaneidade, em que imagens podem ser criadas rapidamente apenas contendo as descrições efetuadas pelo indivíduo que busca aquela determinada foto. “A IA é uma área da computação voltada a desenvolver algoritmos e sistemas capazes de realizar tarefas que demandam habilidades associadas à inteligência humana” (Macêdo, 2020, p. 15).

Dessa maneira, em relação a esses pontos, levanta-se a questão das fotografias que são disseminadas mediante essa digitalização, que possuem um feitiço que afeta de alguma forma a

sociedade ou algum indivíduo que a compõe, infringindo a ética do fotojornalismo, seguindo uma grande diversidade de manipulações e efetuando a propagação do que não é real.

A lista de truques, encenação e manipulação na história do fotojornalismo é tão grande e tão antiga que já, em 1938, a National Press Photographers dos Estados Unidos lançou um manifesto exigindo compromisso ético de credibilidade de seus associados. Historicamente, a manipulação fotográfica é muito mais analógica que digital. (apud, Oliveira, 2010, p. 435)

Sob esse viés, percebe-se que juntamente com o avanço das tecnologias, o aspecto da manipulação também vem evoluindo, tomando novas formas e jeitos de se fazer, com mais precisão e capacidade de convencimento, mas se mantendo em existência e evolução. Considerando a evolução tecnológica da comunicação, o crescente papel do jornalismo colaborativo e o registro visual de informações através das lentes fotográficas, os novos desafios e efeitos relacionados as imagens noticiosas produzidas pelos fotojornalistas ou pela população em geral seguem avançando.

Com o avanço dos aparelhos eletrônicos, o desenvolvimento de novos aplicativos fotográficos juntamente das lentes dentro dos dispositivos, a sociedade tem em mãos o poder de registrar acontecimentos, incluindo a fragilidade e vulnerabilidade em situações expositivas, como acidentes, assim como programas de computadores, algoritmos semelhantes ao comportamento humano, denominada de inteligência artificial (IA).

Dessa forma, elencamos como problemática principal o seguinte questionamento: como as imagens que são compartilhadas/recebidas infringem a ética no fotojornalismo? Com base no que foi apresentado, objetivamos de forma geral compreender como as fotografias compartilhadas de forma colaborativa, com os veículos de comunicação, possam infringir as questões éticas no jornalismo e fotojornalismo. De modo específico, buscamos entender como se dá a veiculação e recepção desses conteúdos por parte de membros da sociedade; examinar como se dá o recebimento/seleção das fotografias sob a perspectiva de um jornalista e investigar, com base em populares, como se dá a colaboração e recepção de imagens para os veículos de comunicação.

Acreditamos, empiricamente, que ao efetuarmos as entrevistas encontraremos relatos dos profissionais ressaltando a importância da checagem da notícia que advém do jornalismo colaborativo, haja vista a existência das fotografias que infringem a ética do fotojornalismo e os ângulos que podem ser ou não manipulados para transmitir uma inverdade. Também cremos que o popular que fornece imagens para os veículos de comunicação irá frisar as implicações causadas na sociedade ao serem compartilhadas imagens desse feito antiético. E ainda, vale

pontuar que ao entrevistarmos o popular que apenas consome notícias, acreditamos que ouviremos relatos desse indivíduo destacando que já acreditou em imagens manipuladas.

Nesse sentido, a temática das implicações relacionadas a ética do fotojornalismo foi escolhida por ser uma pauta importante na atualidade, visto que é um grande fator informativo para com a sociedade e que, através da propagação de uma fotografia que contém a ausência de ética, pode-se afetar diretamente a integridade moral de uma pessoa específica, um determinado grupo social ou até mesmo uma organização, ainda, vale ressaltar que as autoras possuem afinidade com o ramo da fotografia, por isso, foi desenvolvido o interesse em produzir a pesquisa em questão.

### **Democratização na Produção Fotográfica**

No livro *Cibercultura* (1999), escrito por Pierre Lévy, durante uma entrevista com Albert Einstein (1950, p.13), o Físico relatou que três grandes acontecimentos impactaram o planeta, a “bomba demográfica”, a “bomba atômica” e a “bomba das telecomunicações”, também chamado por Roy Ascott (1999, P.13) de segundo dilúvio, conceito introduzido por ele. Lévy (1999) se refere à explosão de informações e comunicações, todas provocadas pelo avanço da evolução digital. Lévy (1999) afirma que o surgimento da internet foi responsável por uma transformação radical na sociedade, aumentando de forma brusca a capacidade de compartilhar dados, ideias e imagens na velocidade da luz. Esse fenômeno implica não apenas um aumento disparado de notícias, como também uma redefinição de maneiras colaborativas, em como a sociedade acessa e produz informações.

As telecomunicações geraram esse novo dilúvio por conta da natureza exponencial, explosiva e caótica de seu crescimento. [...] A bomba demográfica também representa uma espécie de dilúvio, um crescimento demográfico espantoso. Havia pouco mais de um bilhão e meio de homens na Terra em 1900, mas serão mais de seis bilhões no ano 2000 (Lévy, 1999, p. 13-14).

Essa transição para o digital deu destaque para as mudanças na captura, armazenamento e compartilhamento de imagens, diferente das antigas que levavam dias para o desenvolvimento das fotografias. Essas características levaram a popularização da fotografia. O ano 2000, foi essencial para o início de uma nova evolução tecnológica e novas apresentações da modalidade de fotografia. Esse progresso aderido nos últimos anos transformou as câmeras de aparelhos celulares de meros acessórios extras a itens indispensáveis e avançados, superando com os altos números de megapixels as câmeras básicas disponíveis no mercado. O autor Machado (2001, p. 45) evidencia seu ponto de vista sobre esse constante desenvolvimento.

Já é um lugar-comum dizer que entramos no universo das imagens pós-fotográficas. A cada novo dia, multiplicam-se em progressão geométrica as telas de vídeo ao nosso redor [...] Novas paisagens começam a acumular-se, novas escrituras se insinuam, outros códigos de representação nos tomam de salto (Domingues, 2001, p.45).

O surgimento das câmeras nos celulares disparou por volta de 2002, quando algumas das maiores fabricantes de celulares do mundo resolveram apostar de vez nos aparelhos a captura de imagens. Conforme os anos se passaram, o interesse pelas câmeras em celulares foi aumentando e a tecnologia foi evoluindo, começar pelo aumento do número resolução de megapixels, que permitia que a visualização da foto ficasse cada vez mais nítida, atingindo a satisfação dos consumidores. Com a chegada das redes sociais, o interesse e a influência da sociedade mudou, com as plataformas vinculadas a seleção de fotos, status, expressões, afeto e valores pessoais, de início no computador durante a existência do *Orkut*, *twitter*, mas evoluindo para os celulares modernos que carregavam todas as funções na palma da mão, e até mais que o computador, os smartphones se tornaram dispositivos multifuncionais que combinam comunicação, entretenimento, incluindo maior acessibilidade a fotografia nesses quesitos, segundo o site Fortes Tecnologia, 2021.

### **Conflitos Éticos no Fotojornalismo**

Em primeira instância, vale colocar em evidência o quão avançado estão as tecnologias e manipulações, onde imagens que possuem inverdades ou múltiplos sentidos podem ser criadas com muita facilidade, seja por manipulações angulares, por edições ou até mesmo criadas pela inteligência artificial e, juntamente com a grande digitalização atual, podem ser propagadas rapidamente e interpretadas como algo verídico.

Nesse sentido, percebe-se que a ética do fotojornalismo fica sujeita a sofrer consequências negativas quando se trata da presença dessas manipulações fotográficas, dado que muitas vezes as imagens são muito bem formuladas e parecem, de fato, serem verdadeiras, e nesse caso, entra em questão a busca pelo furo jornalístico em detrimento da ética profissional. Sobre isso, o Código de Ética do Jornalismo destaca:

Artº 5 – A obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação e a aplicação de censura ou autocensura são um delito contra a sociedade. [...] Artº 7 – O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação. (Federação Nacional dos Jornalistas, 1985).

Diante disso, vê-se que o jornalista precisa buscar apurar e obter o mais perto possível da verdade para que seja compartilhado para com a sociedade, sendo na modalidade textual, de

telejornal ou fotográfica, pois todos esses fatores são informativos e devem receber a devida atenção e checagem por parte dos profissionais que irão fornecê-las para o ciclo social.

Recentemente, imagens do ex-presidente dos EUA Donald Trump sendo preso viralizou nas redes sociais causando muitos comentários, mas na verdade, essas fotografias não eram verdadeiras, foram criadas através da inteligência artificial chamada “Midjourney”, que cria imagens a partir de uma descrição de como elas devem ser.

**FIGURA 1: Fotos criadas por IA (Inteligência artificial).**



*Fonte: G1 (2023).*

Ou seja, podemos observar como essas manipulações podem ser feitas de maneira que conseguem se passar por verdade, e é justamente nesse ponto que se encaixa a necessidade do profissional do jornalismo efetuar o processo de sondagem para que não seja propagado pelos veículos que possuem credibilidade e visibilidade social, haja vista a existência das redes sociais, que já causam uma enorme propagação desses materiais de forma instantânea.

Seguindo essa perspectiva, destaca-se o viés do jornalismo colaborativo em que há uma participação da sociedade na construção da notícia ou até mesmo na divulgação dela, o que é um fator muito importante e inclusivo na relação entre o âmbito noticioso e social. Porém, torna-se válido evidenciar que esses indivíduos populares que fornecem informações e materiais para a imprensa, ou repassam diretamente para a sociedade, muitas vezes, não possuem o devido conhecimento sobre a ética do fotojornalismo, podendo fazer o envio de fotografias que infringem esses princípios definidos no ambiente jornalístico.

Radicalmente descentralizado, colaborativo e não-proprietário; baseado no compartilhamento de recursos e produção distribuídos em larga



escala, entre indivíduos conectados de modos indefinidos que cooperam entre si sem esperar por aprovação do mercado ou ordens gerenciais (Benkler, 2006, p. 60).

Entretanto, pode-se destacar que essa radicalidade necessita seguir um viés semelhante ao que é dito no código de Ética de Jornalismo, pois mais importante do que informar, é repassar essas informações com veracidade e sem denegrir a integridade moral de alguém ou determinado grupo social.

### **Caminhos Metodológicos**

É através da pesquisa científica que o embasamento de uma construção teórica é realizada, fornecendo informações que possam contribuir de maneira relevante e comprovada, auxiliando no avanço de um determinado assunto de estudo, estruturando a validação de diversos pontos de vista apresentados por pesquisadores. Ademais, o fotojornalismo ilustra de maneira visual, uma situação, contribuindo com as notícias, casando-as com os textos. A pesquisa no fotojornalista analisa esses impactos e compreensão dos receptores, quais resultados e efeitos a imagem pode gerar dentro de uma sociedade, se através delas, o “padrão da verdade” é significativo. Segundo Picado:

O que define como um ‘padrão de verdade’ da representação visual, associando-a a um ‘princípio de testemunha ocular’, cuja origem antecede de muito àquilo que se pode dizer sobre as vocações documentais mais estritas ao meio fotográfico; em verdade as condicionantes deste discurso, em que a imagem evoca (ou até mesmo instaura) acontecimentos, devem ser explicadas não tanto por variáveis associadas a critérios empíricos de sua significação, mas ligados à dramaticidade da representação pictórica (Picado 2013, p.31.)

O estudo também se dedica na perspectiva de pesquisa bibliográfica, construindo novas perspectivas, explorando fontes como autores familiarizados em assuntos, como Lévy (1999), Machado in Domingues (2001), Benkler (2006), Fonseca (2002), Chinalia (2005), Shirky (2008), Amaral (2006), Picado (2013), Vicentine (2005) e Macêdo (2020), contribuindo assim como um método para embasar a pesquisa. Esse estudo se enquadra em um tipo de pesquisa explicativa, que visa acrescentar ciência em análises pouco estudadas ou já conhecidas, desse modo, focando nos detalhes de maneira mais aprofundada sobre o tema. Essa pesquisa bibliográfica, para Fonseca (2002), se pratica

[...] a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer

o que já se estudou sobre o assunto. Existem porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (Fonseca, 2002, p. 32).

A pesquisa consiste no estudo de uma teoria já publicada, sendo necessário que os escritores do presente estudo enquanto pesquisadores dominem através das perspectivas da leitura todo o material que for coletado e analisado. A abordagem da pesquisa qualitativa, análise escolhida para o presente estudo, pode se afirmar que segundo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa dos mais diversos assuntos, o que explica que seus autores exploram os conteúdos dentro de suas próprias perspectivas. Vieira e Zouain (2005) também ressaltam que a pesquisa qualitativa possui importância fundamental aos depoimentos dos participantes envolvidos na construção da pesquisa, e as descrições repassadas pelos mesmos. Dessa maneira, a pesquisa preza por um discurso mais detalhado, como por exemplo, adotar entrevistas, método escolhido para esta pesquisa, investigando os detalhes.

Outrossim, o procedimento técnico escolhido, foi a Entrevista em Profundidade na modalidade Semiaberta, segundo consta Duarte (2005), esse tipo de entrevista se apega a algumas perguntas que podem ser consideradas básicas, mas que se apoiam em teorias ou hipóteses do interesse do pesquisador.

Ela conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle. As questões, sua ordem, profundidade, forma de apresentação, depender do entrevistador, mas a partir do conhecimento e disposição do entrevistado, da qualidade das respostas, das circunstâncias da entrevista (Duarte, 2005, 66).

De início, a investigação de quem seriam os entrevistados se deu no contato para com um jornalista atuante na cidade de Picos, que trabalha na TV Cidade Verde de Picos, que possui muitos contatos com fontes que enviam material colaborativo para a TV. Logo após, o contato inicial, realizamos um convite para que este(a) jornalista participasse da pesquisa como entrevistado(a), responsável por analisar e repassar as imagens recebidas para a mídia. Além deste indivíduo da TV Cidade Verde de Picos, foram entrevistados mais duas pessoas, dois populares, sendo o “Popular A” da região de Picos-PI, indicado por profissionais, autor de fotografias repassadas para veículos de comunicação. Por último, o “Popular B”, escolhido pelos autores, que apenas consome notícias.

A coleta de dados se deu através do aplicativo de conversas WhatsApp, de forma online. As três entrevistas foram realizadas no mesmo dia, 28 de novembro de 2023, sendo a do jornalista na parte da manhã e ambos Populares A e B na parte da tarde, com duração de 10 minutos cada. A plataforma utilizada para a realização das entrevistas, se deu pelo fato de ser online, rápido, e pelas pesquisadoras estarem impossibilitadas de transporte por conta dos diferentes lugares e grande distância dos entrevistados. Todas as repostas que ambos responderam no questionário, foram de maneira escrita, adicionado as respostas logo abaixo das perguntas enviadas.

## **Análises e Discussões**

### **Entrevistado(a): Profissional do Jornalismo**

Inicialmente, torna-se válido evidenciar que deve ser do conhecimento de todos os profissionais do jornalismo as perspectivas éticas a serem seguidas dentro da profissão, desde a maneira de redigir os textos, até às fotografias efetuadas, escolhidas e publicadas, dado que os ângulos, edições e até mesmo a presença de manipulação nessas imagens podem ser prejudiciais a propagarem mensagens falsas. Sobre isso, Chinalia (2005) ressalta:

A construção visual da notícia passa pela intenção e posicionamento do jornalista da imagem e pela ideologia pela qual essa imagem será construída, utilizada e distribuída. A imagem produzida leva ainda consigo a carga subjetiva de seu produtor. Desde a escolha da objetiva pelo fotojornalista, o ponto de vista em relação ao fato, o enquadramento, até mesmo a zona de nitidez da imagem revelam as intenções de quem a produz ou quem a veicula. (Chinalia, 2005, p. 18).

Nesse sentido, percebe-se que a maneira a qual a população acata as informações repassadas por essas imagens são de responsabilidade notória dos fotojornalistas, pois a responsabilidade de capturar o que é, de fato, a realidade é de total poder do próprio, assim como também a possibilidade de manipular a imagem ou o registro dela e propagar uma desinformação e, ainda, de checar e selecionar as fotos fornecidas pela população.

Seguindo esse viés, na busca de entender como esse processo de seleção das fotos funcionam na realidade, realizamos nossa pesquisa com um(a) profissional do jornalismo da cidade de Picos, que exerce a função de capturar, receber e selecionar as imagens que serão publicadas dentro do veículo de comunicação TV Cidade Verde de Picos, diante disso, efetuamos algumas indagações.

Sob essa perspectiva, ao profissional do jornalismo ser indagado(a) sobre o método utilizado para checar à veracidade das fotografias fornecidas por populares, obtivemos a seguinte resposta: “Tentamos sempre contatar alguém (pessoa), instituição, envolvida no fato noticiado e confirmamos a veracidade do material”. Sob essa ótica, faz-se notório que o(a) jornalista efetua na prática o que é definido na teoria pela FENAJ, onde afirma que a informação correta e precisa é dever dos meios de comunicação.

Em seguida, ao perguntarmos sobre o impacto causado pela democratização dos aparatos digitais no jornalismo em termos do compartilhamento de muitas fotografias manipuladas antiéticas ou fora de contexto, coletamos a seguinte resposta:

Essa realidade é bem complexa, as tecnologias vêm constantemente mudando padrões, adotando novos ritmos. Eu considero uma desinformação quando atitudes como essas são adotadas. Fotografias manipuladas, fora de contexto, isso não é jornalismo, há uma intenção por trás que não prima pela informação.

Diante desse cenário, podemos perceber que há uma controvérsia entre os profissionais que prezam por pautar a verdade e por aqueles que não fazem jus a profissão e objetivam apenas a visibilidade, ademais, ainda menciona-se os indivíduos que não possuem formação ou conhecimento suficiente sobre a ética a ser seguida, mas tem acesso aos aparatos que possibilitam a propagação dessas imagens, que é mediada justamente pelo avanço das tecnologias.

Outrossim, indagamos sobre a opinião do(a) entrevistado(a) pelo ponto de vista profissional, sobre ser ou não uma boa opção o recebimento das fotos enviadas pela população para ser divulgado nos veículos de comunicação, sobre isso, o(a) profissional da comunicação destacou: “Acho super válida a parceria, até mesmo porque o jornalista não é onipresente, não conseguimos estar presente em todos os lugares. Então, existindo uma parceria pautada na ética, a veracidade, sim, usamos o material”.

Sob esse viés, evidencia-se que o jornalista por si só não consegue explorar o máximo de uma notícia, dado que a construção da mesma é feita em conjunto, seja por outros membros da redação ou até mesmo pelos próprios populares. Ainda, coloca-se em destaque a questão do jornalismo colaborativo, em que além das população fornecer informações e imagens para os veículos, ainda possuem grupos da sociedade que fornecem por conta própria notícias pelas mídias sociais. Sobre isso, Shirky (2008) destaca:

Essas ferramentas comunicacionais já receberam diversos nomes, todos variações do mesmo tema: “software social”, “mídia social”, “computação social” e assim por diante. Apesar de haver algumas distinções entre esses rótulos, a ideia central é a mesma: estamos vivendo em meio a um notável aumento de nossa capacidade de

---

compartilhar, cooperar uns com os outros, e tomar ações coletivas, tudo isso fora das molduras tradicionais das instituições e das organizações” (Shirky, 2008, p. 20).

Assim, conseguimos observar que o fotojornalismo deixou de ser algo limitado ao profissional e passou a ser uma função que pode ser exercida por grande parcela da população, entretanto, é justamente nesse ponto que se enquadra a problematização sobre a veiculação de imagens que propagam a verdade e são pautadas pela ética, ou que passam apenas por desinformações.

### **Entrevistado(a): “Popular A”**

Pensando na variação de pontos de vista mediante os papéis de atuação relacionados ao tema em questão, procuramos um popular que exerce o papel de fornecer imagens para veículos de comunicação e para jornalistas em geral. Ademais, vale frisar que conseguimos contato com essa pessoa por meio de uma indicação de um(a) jornalista atuante e que possui acesso aos materiais fornecidos pelo mesmo, desse modo, ressalta-se que este popular fornecedor de imagens para a imprensa é habitante da cidade de Picos e também passou por um processo de entrevista.

Dessa maneira, foi perguntado ao popular quais seriam as suas motivações para que ele(a) exerça o papel de fornecer materiais fotográficos para os veículos de comunicação e jornalistas de forma não remunerada e conseguimos a seguinte resposta: “O que me motiva é a possibilidade de solução dos problemas recorrentes e o saber que a informação chegará a um número considerável de pessoas, levando em conta o poder de transmissão que o jornalismo e os meios de comunicação em geral têm.”

Sobre isso, é possível notar a questão do jornalismo colaborativo, em que um(a) popular que não atua diretamente na comunicação de forma que se obtém ganho monetário, retira do seu tempo para colaborar com a informação e, conseqüentemente, resolução dos problemas da sociedade a qual está inserido (a).

Ademais, mesmo havendo esse posicionamento positivo desse(a) Popular A em específico, sabemos que há a possibilidade de outras pessoas que efetuam a mesma função não seguirem esses critérios de responsabilidade, mediante esse ponto, indagamos ao popular A sobre seu ponto de vista em relação a outras pessoas atuantes no seu ramo, e o mesmo frisou: “Acredito que nem todos usam a ferramenta de boa-fé, pois às vezes, a necessidade de ser visto e ter likes, fala mais alto que a veracidade dos fatos e o que isso pode causar.”

Perante essa fala, podemos perceber o que, de fato, acontece na atualidade, em que ações e posicionamentos sensacionalistas e antiéticos são disseminados apenas visando a questão do número de visualizações e, por consequência, o lucro financeiro. Sobre essa vertente do sensacionalismo, Amaral (2006) destaca:

O sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, como superposição do interesse público; a exploração do interesse humano; a simplificação; a deformação; a banalização da violência, da sexualidade e do consumo; a ridicularização das pessoas humildes; o mau gosto; ocultação de fatos políticos relevantes; a fragmentação e descontextualização do fato; o denunciamento; os prejulgamentos e a invasão de privacidade tanto de pessoas pobres e como de celebridades, entre tantas outras. (Amaral, 2006, p. 21).

Sobre essa vertente, nota-se que todos os pontos mencionados pelo autor podem ser propagados por meio de imagens, reafirmando a discussão que vem sendo feita na pesquisa em questão quando se trata das implicações voltadas para a prática ou a ausência dela na ética do fotojornalismo.

Perante as perguntas efetuadas, o(a) popular A (2023) ainda deixou em evidência que por ter sido vítima de imagens que não eram verídicas, acabou utilizando dessa experiência negativa para aprender que existe a necessidade de checar a veracidade das imagens antes de propagá-las e tomar certas precauções no momento que for efetuar algum registro, analisando até que ponto a verdade está sendo pautada.

Dessa forma, podemos observar que a enganação proporcionada pelo compartilhamento de imagens que repassam desinformações pode ser usada para uma vertente positiva, e que além de utilizar como exemplo para não dar continuidade a essa divulgação de mentiras, serve também para entender a necessidade de checar em fontes de credibilidade sobre determinado assunto que está sendo disseminado.

### **Entrevistado(a): “Popular B”**

Foi através do avanço no meio digital que o fácil acesso permitiu que toda e qualquer pessoa possa produzir conteúdo para as redes sociais, sites, blogs e qualquer outro meio de comunicação. Entretanto, na produção de conteúdos jornalísticos para as mídias, alguns indivíduos da sociedade atuam de forma colaborativa com a comunicação, sendo muitas delas prejudiciais, afetando através dessa junção a honra e integridade de alguém. Apesar desse fator, a relação entre a sociedade e o jornalismo passou a ser ainda mais interligada, visto que, atualmente cada cidadão possui um aparelho celular, conseqüentemente podendo capturar

imagens em tempo real durante um acontecimento, e muitos meios de comunicação não conseguem estar presentes a tempo da ocasião.

Estas imagens produzidas por populares, muitas vezes em situações expositivas de vulnerabilidade, com exemplo em acidentes, acabam alcançando meios de comunicação, que ainda assim não hesitam em prezar pela ética, adicionando-as na grade de notícia. Ainda que, essa liberdade de expressão seja garantida por lei e na prática jornalística seja comum apresentar ilustrações para alcançar a atenção do telespectador, é necessário saber até onde vai o limite e quais as consequências de imagens divulgadas para a sociedade, e para a imagem da comunicação perante a população.

O segundo popular entrevistado, morador da cidade de Picos, acompanha os sites da região para se sentir informado. Respondendo as primeiras perguntas do nosso questionário, o popular afirma que essa conduta antiética por parte de compartilhamentos maldosos já está enraizada na prática jornalística.

É uma cultura socialmente enraizada e difícil de mudar, a espetacularização do horror e do sofrimento vem desde as antigas civilizações que formaram o pensamento ocidental, o Coliseu é um exemplo disso, com o passar dos séculos isso só foi modificando, mas no fundo, é a mesma essência.

A falta de compromisso na escolha das imagens que mesmo sendo recebidas por pessoas leigas, também foi destaque, sabendo que os jornalistas necessitam estar informados quanto à realidade de uma foto, uma vez que a credibilidade de uma matéria passa, também, pela análise da imagem para construção de uma verdadeira notícia apurada. A insistência em propagar e denegrir a honra de pessoas em estado de vulnerabilidade ainda segue forte. O popular B afirma que a responsabilidade é parcialmente da mídia, assim como também da população, e afirma ainda, que já acompanhou casos de vítimas que foram expostas pelos meios de comunicação.

Passa pelas falhas do jornalismo em tornar a informação algo de simples entendimento, bem como pela falta de regulação da mídia, mas também reflete um descompromisso da população com o debate mais aprofundado das notícias. Tive conhecidos expostos sim e sempre tive verdadeira ojeriza a esse tipo de comportamento, é desrespeitoso e existem veículos de mídia que se aproveitam disso para espetacularizar o sofrimento alheio.

Imagens mesmo que em grande alcance de audiência não devem substituir a ética da comunicação. Outros aspectos que não podem ser confundidos com o jornalismo, são as divulgações de fotos dentro das redes sociais. Muitos “sites” disseminam imagens impróprias e sujam a concepção da verdadeira comunicação, tema que pode ser discutido em futuros estudos. Por conseguinte, o popular B, ao ser perguntado se ao receber imagens impactantes, se

havia alguma ação de procurar averiguar ou apenas acreditar, ele ressaltou a sua desconfiança ao receber informações e destaca suas preferências em sites credibilizados, “geralmente só dou atenção a notícias que me chegam por portais de confiança, quando é por meio de grupos, mensagens encaminhadas, costume ignorar”.

A manipulação de imagens repassadas ao público também é um problema, sabendo que quando cometida pode prejudicar a veracidade das informações jornalísticas, descaracterizando o contexto real daquela foto. Ao ser contestado sobre já ter sido vítima de notícias falsas, o Popular B confirma que sim, e relata que de alguma forma já sofreu constrangimento de uma imagem inverídica, mas que acabou acreditando, e é através desses materiais que os veículos de comunicação não se importam em garantir que a mensagem seja recebida pelo leitor, mas que, indiretamente possa demonstrar controle e exclusividade, estando à frente de seus concorrentes, obrigando de forma indireta, a atenção do leitor voltado para seu veículo.

Já sim, viram uma foto de uma pessoa parecida comigo em um app de relacionamentos (não de alguém que se passava por mim) e houve um burburinho de que era eu, quando já estava em um relacionamento. Bem como já vi notícias falsas ou com o texto enviesado que acreditei por ser alguém próximo que compartilhou.

Embasando-se nessa experiência do entrevistado B, é possível reparar a veracidade quando a abordagem deste estudo, ressaltando que a ética dos fotojornalistas muitas vezes não prevalece no momento do repasse noticioso para com a sociedade.

### **Considerações**

Partindo dos pontos evidenciados e discutidos, torna-se necessário destacar a importância de tratar sobre a ética fotográfica nos dias atuais, haja vista a existência das vastas possibilidades de manipulações com o avanço tecnológico e com as técnicas angulares que podem ser utilizadas para transmitir algo que não é verídico, até que ponto a verdade está sendo repassada através do fotojornalismo e como funciona o processo de seleção das imagens que são veiculadas, sob esse viés, percebe-se a relevância de tratar sobre esse tema, visto que são notórias as implicações que revestem esse viés.

Em síntese, vale partir do pressuposto dos objetivos traçados. Assim, destaca-se que efetuamos entrevistas com 3 pessoas que ocupam espaços diferentes dentro do tema em discussão, sendo um(a) profissional do jornalismo, um(a) popular que colabora com a imprensa através do fornecimento de fotografias e um(a) popular que apenas consome imagens noticiosas.



Diante disso, conseguimos fazer um recorte de como as imagens advindas do jornalismo colaborativo podem interferir no andar da ética no fotojornalismo, dado que foi ressaltado pelos(as) entrevistados, cada um dentro das suas particularidades, pontos negativos relacionados as imagens que são repassadas possuindo inverdade, ao mesmo tempo, entendemos que para essas imagens serem ou não transmitidas nos meios de comunicação, dependerá das regras de checagem que o profissional que exerce essa função dentro da redação segue. Entretanto, quando se trata do compartilhamento através dos aparatos tecnológicos, não há como ter um controle sobre, pois dependerá apenas da ética individual de quem está propagando.

Além disso, foi possível entender como são recebidas e interpretadas as notícias que chegam até a população, em que foi frisado que, quando é uma informação fornecida por algum veículo de credibilidade, a notícia é lida e acatada como verdade, mas quando advém de algum meio de procedência duvidosa, é apenas ignorado, mas não há, de fato, uma busca para conferir se é verdade ou não. Todavia, há a possibilidade de haver populares que não possuem conhecimento sobre quais meios comunicacionais são ou não confiáveis, assim, essas pessoas irão apenas consumir e adotar como um fato.

Para mais, foi entendido que dentro do veículo de comunicação há uma parceria com os populares que fornecem imagens e a relevância dada pelo veículo a isso, em termos de verificação da veracidade da fotografia, o profissional da redação busca entrar em contato com envolvidos ou instituições envolvidas no que está sendo repassado pela imagem, para assim, checar a veracidade da mesma.

Tornando verídicos os pontos que foram postos como hipóteses, o(a) profissional do jornalismo deixou em evidência a importância de conferir se as imagens advindas do jornalismo colaborativo são ou não verdadeiras, também foi possível receber falas do(a) entrevistado(a) A que é atuante no jornalismo colaborativo as implicações causadas pelas imagens com perfil antiético, pois o(a) próprio(a) destacou que já foi vítima de fotos que repassam inverdades e, por fim, o(a) entrevistado(a) B que apenas consome informações ressaltou que já sofreu particularmente com uma fotografia que circulou nas redes sociais, como também já acreditou em notícias falsas por ser enviado por alguém próximo.

Para tanto, acreditamos que esse artigo científico abre oportunidades para a continuidade de pesquisas futuras que seguem o viés desse tema, onde pode ser buscado efetuar entrevistas mais amplas e com um maior número de respondentes sobre os pontos positivos e negativos trazidos pelos avanços tecnológicos e a maneira a qual eles proporcionam um vasto alcance de imagens que possuem inverdades para variadas categorias sociais, que podem ou não interpretar

o que há de errado nessas imagens, trazendo as principais consequências sofridas por esse público.

## Referências

AMARAL, M. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

BENKLER, Y. **The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom**. New Haven e Londres: Yale University Press, 2006.

CHINALIA, Nelson Sebastião. **Fotojornalismo: A manipulação visual da notícia**. IN: Encontro Paulista de Professores de Jornalismo, Universidade de Sorocaba, São Paulo, organizado pelo FNPJ – Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, 2005.

CRISTINA, A. B. **Ética e Inteligência Artificial**. Revista Computação Brasil, Porto Alegre, 2020.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. Código de Ética do jornalismo no Brasil. Rio de Janeiro, 1985. Disponível em: <https://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

MACÊDO, Raimundo. Ética e inteligência artificial. Revista da sociedade brasileira de computação, Porto Alegre – RS, vol. , N° 43, p. 15 (14 a 22), nov. 2020. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/journals/index.php/comp-br/article/view/1789>. Acesso em: 22 de nov. 2023.

MONTEIRO, Charles. **História e Fotojornalismo: reflexões sobre o conceito e a pesquisa na área**. Revista Tempo e Argumento, vol.8, núm. 17, pp 64-89, 2016.


AUGUSTO, A.C et.al. **Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação de artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011)**. Revista de Economia e Sociologia Rural. Piracicaba, SP, 2014.

SHIRKY, Clay. **Here comes everybody: The Power of Organizing Without Organizations**. New York: The Penguin Press, 2008.

VICENTINI, Ari. **A inquisição digital**. In: I Encontro Paulista de Professores de Jornalismo, Universidade de Sorocaba, São Paulo, Organizado pelo FNPJ – Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, 2005.

VIEIRA, T. M. **O impacto do instagram no fotojornalismo atual**. Centro de Filosofia e Ciências Humanas, UFRJ, Rio de Janeiro, 2016.

# GT 02



## Processos de Comunicação

O Grupo de Trabalho abrange a grande área da comunicação, de forma geral, quanto às mensagens, linguagens, códigos trocados entre emissor e receptor, por qualquer canal. Abarca também o jornalismo, passando pelas relações públicas, marketing e publicidade.

### Coordenação



Prof Me. Jailson Dias

Prof Me. Isael de Sousa Pereira



## O Papel dos Influenciadores Digitais na Construção de Marcas e na Formação de Opinião Pública

Camylla de Sousa SILVA  
Luciana França Pereira PRIMO  
Marilia da Silva ROCHA  
Rita de Cassia Silva do NASCIMENTO  
Debora Maria Dos SANTOS  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### RESUMO

Este artigo analisa o impacto crescente de influenciadores digitais, com ênfase em Laéllyo Mesquita e Virgínia Fonseca, examinando sua influência sobre seguidores, a acessibilidade de suas marcas e o papel das redes sociais, especialmente o *Instagram*. Destaca-se o papel crucial das plataformas na construção de reputação e visibilidade, abordando a transição publicitária para redes sociais e regulamentações para transparência. Avalia as marcas de Laéllyo Mesquita e Virgínia Fonseca, enfocando exclusividade e preços elevados, ressaltando a necessidade de acessibilidade. Explora o impacto da diversidade na esfera digital, reconhecendo a autenticidade de influenciadores em diversas identidades. Destaca a importância do engajamento genuíno na construção de comunidades online duradouras. O artigo oferece análise abrangente do papel dos influenciadores na construção de marcas, enfocando influência, acessibilidade, diversidade e engajamento autêntico. Este estudo adota uma abordagem metodológica inovadora, utilizando a análise de estatísticas para coleta e análise de dados. Este estudo alinha-se e fundamenta-se nos trabalhos de importantes autores, destacando-se Recuero (2009) para as dinâmicas de redes sociais e Karhawi (2020) para a profissionalização na blogosfera de moda. Esta abordagem visa contribuir para uma compreensão abrangente da interseção entre redes sociais, publicidade digital e ética, proporcionando uma visão valiosa para pesquisadores, profissionais de marketing e legisladores.

**Palavras-Chave:** Influenciadores digitais; redes sociais; publicidade; acessibilidade; representatividade.

### Introdução

O cenário contemporâneo testemunha as redes sociais emergirem como ferramentas cruciais para a geração de lucros, especialmente para aqueles que as utilizam como instrumento

de trabalho. O notável aumento no número de influenciadores destaca-se, conferindo a essas personalidades, dotadas de significativos contingentes de seguidores, um poder expressivo sobre seu público-alvo. Esse poder se traduz não apenas em influência, mas também na visibilidade de suas páginas e marcas.

No contexto dessa transformação, este artigo propõe uma análise aprofundada da influência que esses influenciadores exercem sobre seu público, concentrando-se na distinção entre duas grandes figuras do cenário de influência: a local, Laellyo Mesquita, e a nacional, Virgínia Fonseca. Uma investigação adicional abordará a acessibilidade das marcas associadas a esses influenciadores, considerando o impacto da visibilidade na valorização de produtos no mercado.

O *Instagram*, conhecido por ser a plataforma primordial para o engajamento desses influenciadores, será o foco desta pesquisa. Ao explorar as vidas profissionais dos influenciadores, analisaremos suas interações com o público e estratégias publicitárias. É crucial destacar que, devido à sua influência, esses indivíduos carregam uma responsabilidade substancial ao apresentar outras marcas ao seu público.

Este estudo visa desvelar as nuances da forte influência que os influenciadores podem ter sobre as percepções e opiniões de seu público, delineando as implicações sociais e comerciais desse fenômeno em constante evolução.

Neste contexto, faz-se relevante mencionar que a pesquisa fundamenta-se no trabalho de Recuero (2009) sobre redes sociais na internet e Karhawi (2020) sobre a profissionalização da blogosfera de moda brasileira. A metodologia adotada será brevemente discutida, fornecendo a base para a análise crítica da influência exercida por esses influenciadores na vida de seus seguidores.

## **Redes Sociais**

Com o surgimento da internet, as pessoas começaram a ser comunicar de forma mais rápida. O que antes era feito de forma mais prolongada tornou-se algo mais fácil. Pessoas em continentes diferentes conseguem manter contatos imediatos com outras. As informações passaram a ser dadas de forma imediata, aquilo que antes não era permitido devido à dificuldade de comunicação. Essa evolução tecnológica trouxe benefícios para a sociedade, pois sempre está em constante evolução, surgindo novas formas de comunicação, como as redes sociais. As redes sociais são entendidas como uma forma de interação entre seus usuários:

Sites de redes sociais foram definidos por Boyd & Ellison (2007) como aqueles sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um

perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator. Os sites de redes sociais seriam uma categoria do grupo de *softwares sociais*, que seriam *softwares* com aplicação direta para a comunicação mediada por computador (Recuero, 2009, p.102).

Segundo Recuero (2009) as redes sociais permitem criar alguns valores, como: visibilidade, reputação e popularidade. Sobre reputação a autora salienta que: a reputação, assim, pode ser influenciada pelas nossas ações, mas não unicamente por elas, pois depende também das construções dos outros sobre essas ações. (RECUERO, 2009, p.109)

Um dos ponto-chave da construção de redes sociais na Internet é, justamente, o fato de que os sistemas que as suportam permitem um maior controle das impressões que são emitidas e dadas, auxiliando na construção da reputação. Assim, uma das grandes mudanças causadas pela Internet está no fato de que a reputação é mais facilmente construída através de um maior controle sobre as impressões deixadas pelos atores. Ou seja, as redes sociais na Internet são extremamente efetivas para a construção de reputação (Recuero. 2009, p. 109-110).

Ainda segundo Raquel Recuero:

A reputação também não é um valor de apenas alguns nós. Todos os nós possuem em menor ou maior grau, algum tipo de percepção em sua audiência. A reputação, assim, refere-se às qualidades percebidas nos atores pelos demais membros de sua rede social. Ela pode ser gerenciada através dos sites de redes sociais, uma vez que cada ator pode, como já explicamos, construir impressões de forma intencional. Com essa intencionalidade, um determinado nó poderia trabalhar na construção de sua própria reputação, seja através das informações publicadas, seja através da construção de visibilidade social. A reputação, portanto, está associada ao capital social relacional e cognitivo de acordo com a proposta de Bertolini e Bravo (2001). Relacional porque é uma consequência das conexões estabelecidas pelos atores. Cognitivo porque está também relacionada ao tipo de informação publicada pelo ator social (Recuero, 2009, p. 111).

A primeira rede social surgiu na década de 90, nos Estados Unidos. O *SixDegrees*, criado por Andrew Weinreich, era uma ferramenta que permitia a interação entre seus usuários, como criar perfis e grupos, assim como atualmente acontece com redes sociais que estão ativas, ou seja, o *SixDegrees* foi pioneiro nessa construção de variadas formas de comunicação que hoje são oferecidos pelos novos aplicativos (Tectudo, 2022). A rede social, *SixDegrees*, não existe mais desde 1999, mas quando estava ativo chegou a ter mais de 3,5 milhões de usuários. Com o tempo foi surgindo novas ferramentas, como Orkut, *Facebook* e *Instagram*.

O *Facebook* foi criado em 2004, mesmo ano do Orkut, mas com o passar dos anos se popularizou mais. No aplicativo é permitido criar comunidades para que os usuários interajam

entre sim, conhecendo novas pessoas. Mais à frente surgiram outros aplicativos que permitiam essa relação de proximidade entre as pessoas através de *posters*, mensagens entre outros meios.

Logo depois, em 2010, o *Instagram* surgiu tornando-se popular entre essas pessoas, e ganhando mais visibilidade. Devido a isso o número de usuários que possuem contas ativas no aplicativo, conforme dados da CNBC (2021), ultrapassou a marca de 2 bilhões. De início a proposta da plataforma era somente fazer publicações de imagens, mas com o tempo foi surgindo outras formas de interação. Atualmente é considerada a segunda maior rede social do mundo. No Brasil a plataforma é uma das redes sociais mais acessadas.

### **Influenciadores Digitais**

O nome Digital Influencer foi dado para aqueles que de alguma forma influenciam outra pessoa, ou seja, o influenciador lança tendências as quais um determinado grupo irá seguir. O número de pessoas influentes aumenta a cada dia, assim como o número de seus seguidores. O papel desses influenciadores em suas redes sociais é mostrar o dia a dia e compartilhar suas experiências, entre outros acontecimentos. Recuero (2009) define que esses atores, são os elementos principais da construção das redes sociais, são através deles que é possível a criação de laços sociais.

Nesse espaço eles compartilham com seus telespectadores a sua rotina e influenciam sobre um determinado assunto ou produto. E através da sua intimidade que o sujeito consegue visibilidade:

E já que o indivíduo foi deslocado da sua intimidade para o espaço exterior, é justamente sobre a privacidade do sujeito que recai a visibilidade midiática. Não será posto à luz um sujeito capaz de reconhecer interditos, normas e regras, mas aquele que consegue construir sua intimidade e expô-la com sucesso. Uma breve análise de nosso tempo mostra que a realização pessoal contemporânea nada tem a ver com “encaixar-se na norma”. Pelo contrário, cada vez mais o indivíduo é incentivado a encontrar suas particularidades mais íntimas, que o afastam da uniformidade do mundo (Karhawi, 2020).

Ainda sobre o papel dessas blogueiras Issaaf Karhawi ressalta que:

Quando se objetiva entender qual a posição das blogueiras nos ambientes digitais para além da noção de consumidora e/ou produtora, vê-se que as divisões entre os públicos nas redes e os emissores de informações ou formadores de opinião foram extrapoladas (Karhawi, 2020).

Com o passar dos tempos, essas plataformas utilizadas pelos *Influencers* foram dando mais oportunidades de se conectar com o público, e até mesmo permitir que novas formas de

lucrar fossem implantadas. A partir da criação de suas marcas, as oportunidades de lucro através da divulgação em seus perfis aumentaram.

A popularização do *Instagram* facilitou a proximidade e experiência de um contato mais próximo com o público, o aplicativo permite uma interação e criação de conteúdos mais abrangentes. E é através dele que são divulgadas as marcas desses empreendedores.

A rede social apresenta aqueles que já consolidaram suas carreiras dentro da plataforma. Virgínia Fonseca é um dos nomes mais comentados nacionalmente quando o assunto é engajamento, dona de uma das páginas brasileira mais seguida do *Instagram*, a influencer ganha milhões com sua marca e sua publis. Já no âmbito regional, no Piauí, Laéllyo Mesquita conquistou seu espaço, através de seu talento como estilista, o influenciador é dono da marca Laéllyo Mesquita Store, e divulga seu trabalho em seu perfil. Ambos influenciam seus públicos, e de alguma forma impacta na formação da opinião deles. A escolha de Laéllyo Mesquita e Virgínia Fonseca como foco da análise decorre de uma estratégia que visa explorar diferentes escalas de influência. Optou-se por um influenciador local (Laéllyo Mesquita) e um nacional (Virgínia Fonseca) para examinar as distintas dinâmicas de influência que podem surgir em diferentes contextos.

Laéllyo Mesquita, sendo um influenciador local, pode oferecer *insights* valiosos sobre a influência em uma comunidade específica, explorando conexões mais próximas e talvez mais personalizadas com seu público. Por outro lado, Virgínia Fonseca, como uma figura de alcance nacional, representa um escopo mais amplo de influência, com desafios e oportunidades únicas associadas a uma audiência mais extensa e diversificada.

Essa abordagem permite uma análise comparativa, destacando as semelhanças e diferenças nas estratégias, impactos e acessibilidade de suas marcas. Essa escolha visa enriquecer a compreensão da influência dos influenciadores digitais, considerando tanto a dimensão local quanto a nacional.

### **Virgínia Fonseca**

Virgínia Fonseca é uma influenciadora digital brasileira que angariou milhões de seguidores em suas plataformas sociais, notadamente no *Instagram* e *YouTube*. Em seu perfil pessoal no *Instagram*, a influenciadora acumula uma impressionante marca de mais de 44 milhões de seguidores. Dotada de uma personalidade carismática e autêntica, Virgínia destacou-se também no cenário empresarial com o lançamento de sua linha de maquiagem, a "*We Pink*", estabelecida em 2021 em colaboração com sua sócia, Samara Pink.



Virginia não se limita a utilizar suas redes sociais apenas como meio de divulgação de sua marca; ela busca influenciar diretamente seus seguidores a adquirirem seus produtos. Sua presença marcante e envolvimento nas plataformas digitais criaram uma relação de confiança com seu público, conferindo considerável impacto às suas opiniões e recomendações no momento de decisões de compra.

Ao compartilhar fotos e vídeos utilizando seus produtos de maquiagem, Virginia não apenas evidencia a qualidade de sua marca, mas também persuade seus seguidores a adquirirem os produtos, estabelecendo uma conexão emocional. Além disso, a influenciadora oferece promoções exclusivas aos seus seguidores, tornando a experiência de compra ainda mais atrativa.

A autenticidade de Virginia Fonseca é um elemento crucial em sua estratégia de influência. Ao compartilhar suas experiências utilizando os produtos de sua marca, ela demonstra transparência e sinceridade. Essa abordagem faz com que seus seguidores se identifiquem e confiem em suas recomendações, entendendo que Virginia não busca apenas vender, mas genuinamente acredita e utiliza os produtos em seu cotidiano.

É fundamental considerar que, apesar da aparente autenticidade nas redes sociais, o conteúdo compartilhado no *Instagram* é uma construção da realidade. Virginia Fonseca, como outros influenciadores, seleciona cuidadosamente os momentos e aspectos de sua vida que compartilha, criando uma narrativa que contribui para a imagem que deseja projetar. No entanto, essa construção consciente não diminui o impacto de sua influência nas decisões de compra de seus seguidores.

Destaca-se, ainda, que a influência de Virginia vai além da simples venda de produtos, envolvendo a criação de uma comunidade. Ao buscar estabelecer uma relação próxima com seus seguidores, compartilhando momentos de sua vida pessoal e incentivando a comunicação constante, Virginia cria um ambiente propício para a fidelização e engajamento de sua audiência, contribuindo significativamente para o sucesso de sua marca.

### **Laéllyo Mesquita**

Laéllyo Mesquita, natural de Picos, Piauí, emerge como uma figura proeminente no cenário da moda, sendo o cérebro por trás da prestigiada marca Laéllyo Mesquita Store. Sua incursão no universo da moda teve início em 2011, quando ousou investir em sua carreira, criando peças que, em pouco tempo, conquistaram a preferência de celebridades, alavancando sua visibilidade no meio. Atualmente, sua marca ostenta reconhecimento nacional, contando

com uma impressionante base de seguidores que ultrapassa os 70 mil na plataforma *Instagram*. O perfil pessoal do influenciador e estilista, por sua vez, reúne uma audiência ainda mais expressiva, ultrapassando a marca de um milhão e meio de seguidores.

Além das fronteiras da moda, Laéllyo Mesquita diversificou sua atuação ao lançar um livro e imergir no campo da comunicação, destacando-se por entrevistar personalidades renomadas no universo da moda e de outros segmentos.

A marca de Laéllyo ganhou notoriedade ao vestir artistas consagrados e jogadores de futebol, solidificando-se como uma escolha influente no panorama da moda nacional. Paralelamente às suas conquistas profissionais, Laéllyo compartilha de maneira autêntica seu cotidiano e promove ativamente sua marca por meio do *Instagram*. Seu impacto no mundo dos famosos é indiscutível, e ele utiliza estrategicamente sua influência para impulsionar ainda mais a visibilidade e o alcance de sua marca no mercado, conquistando admiradores e consumidores ao longo de sua trajetória ascendente.

## **Publicidade**

A publicidade trabalha com o intuito de convencer o público a comprar determinado produto. Essa técnica existe desde a antiguidade. No entanto, os primeiros registros da chegada da publicidade no Brasil ocorreram depois da metade do século XIX. Com as publicidades e propagandas em alta, surgiu:

A aprovação do Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária (CBARP), em 1978, seguida da criação do Conar, em 1980, marca oficialmente o nascimento do processo de auto-regulamentação do setor publicitário no Brasil (Botelho, 2010. p.126).

No entanto, com a criação da Auto-regulamentação publicitária na época da ditadura militar, as críticas começaram a surgir, com argumentos de que os governantes estavam controlando as publicidades. Também é ressaltado a insatisfação com o Conar, pois segundos autores ele vai contra o interesse público, assim como ressaltam Isabela Henriques e João Lopes Guimarães Júnior:

A influência corporativista é observada principalmente em julgamentos que dizem respeito a questões subjetivas e relativas a valores. Na maioria desses casos, os dispositivos do Código são interpretados de acordo com a ética do mercado, que não é, necessariamente, a mesma da sociedade e nem sempre leva em conta os direitos dos consumidores. Quando interesses comerciais do setor estão em jogo, a decisão quase sempre pende para o lado dos publicitários. Os posicionamentos recentes do Conar evidenciam esse viés (Henriques & Junior, 2007:2).

Antes as publicidades que eram feitas em jornais, atualmente são feitas por influenciadores digitais em suas redes sociais. A influência que essas pessoas exercem permitem que o produto ou marca divulgado seja bastante acessado. São determinadas uma série de regras para aqueles que vão divulgar uma determinada marca, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), fundada em 1980, é o responsável por fiscalizar a divulgação desses produtos.

O Guia de Publicidade Para Influenciadores Digitais, produzindo em janeiro de 2021, traz as regras impostas pela Conar, as quais os influenciadores digitais devem seguir ao fazer publis.

Como influenciador, existem regras indispensáveis que você deve seguir antes de postar qualquer conteúdo comercial. O motivo é simples: ser transparente e mostrar para o seu público que a divulgação daquele produto ou serviço foi paga pela marca (GUIA DE PUBLICIDADE PARA INFLUENCIADORES DIGITAIS, 2021).

O Conar exige que o influencer trabalhe com transparência com seu público, por isso o principal objetivo das novas regras é: “Deixar claro quando o conteúdo é um anúncio publicitário e sinalizar, de maneira transparente, a relação do influenciador com as empresas responsáveis pelas marcas divulgadas”. (GUIA DE PUBLICIDADE PARA INFLUENCIADORES DIGITAIS, 2021). O Guia vem sempre ressaltando a importância de sinalizar as publis. Isso é feito através de *hashtag* presentes nas publicações.

É importante enfatizar que atualmente o Conar ainda sofre duras críticas devido ao seu desempenho com a fiscalização das publicidades. Os consumidores reclamam de anúncios com informações falsas, e há reclamações na área da respeitabilidade, o corpo da mulher, crianças e elementos religiosos estão entre essas denúncias feitas pelo público.

### **Marcas: a difícil acessibilidade para o público**

A Loja Laellyo Mesquita Store tem se destacado no mercado da moda com suas peças únicas e de alta qualidade. No entanto, é inegável que os preços praticados por essa marca não são acessíveis para grande parte da população.

A marca se orgulha de oferecer um estilo diferenciado e exclusivo, com peças feitas com materiais cuidadosamente selecionados e mão de obra especializada. Essa atenção aos detalhes e o compromisso com a qualidade resultam em produtos sofisticados, porém com um preço elevado.

Muitos consumidores têm admirado os designs e a estética da marca, porém, infelizmente, não conseguem adquirir os produtos por causa dos altos valores cobrados. Essa realidade acaba excluindo uma parcela significativa de consumidores que gostariam de utilizar as peças da Laellyo Mesquita, mas não possuem condições financeiras para tal.

Em uma sociedade onde a desigualdade social é uma realidade, é importante refletir sobre o impacto dos preços elevados de marcas como essa. A moda é uma forma de expressão e uma maneira de se sentir confiante e elegante, mas quando isso está disponível apenas para uma parcela privilegiada da população, perpetua-se a exclusão e a divisão entre classes sociais.

É compreensível que uma marca deseje posicionar-se no mercado de luxo, com valores que refletem a qualidade e o status do produto. Porém, é importante levar em consideração que existem diversas estratégias para tornar as peças mais acessíveis, como a criação de linhas mais populares ou até mesmo a disponibilização de promoções e descontos.

É fundamental que as marcas estejam atentas às necessidades e às demandas do público em geral, oferecendo variedade e alternativas para diferentes faixas de renda. Assim, mais pessoas poderão ter acesso a produtos de qualidade e se sentir representadas pela moda, independentemente do seu poder aquisitivo.

Em suma, os preços não acessíveis da Laellyo Mesquita podem ser um obstáculo para muitos consumidores que almejam desfrutar das peças sofisticadas da marca. É necessário que as empresas de moda repensem suas estratégias e busquem formas de tornar seus produtos mais acessíveis, contribuindo para a inclusão social e a democratização da moda.

A marca *Wepink*, da influenciadora Virginia Fonseca, responsável por criar produtos de beleza. Após o seu lançamento foi alvo de reprovação. Ao analisar a empresa, as críticas ressaltavam que a marca da influenciadora apresenta alguns pontos negativos. Embora seja importante reconhecer que o sucesso da marca é resultado do trabalho de Virginia Fonseca e sua equipe, é igualmente válido destacar alguns aspectos negativos levantados.

1. Má qualidade dos produtos: Há relatos de consumidores que não ficaram satisfeitos com a qualidade dos produtos da marca *Wepink*. Alguns usuários mencionam que as maquiagens não possuem uma boa durabilidade, enquanto outros afirmam que os produtos químicos utilizados em certos produtos causam irritações na pele. Essas questões podem afetar a imagem da marca e a confiança dos consumidores.
2. Preços elevados: Os produtos da *Wepink* podem ser considerados bastante caros em comparação com outras marcas semelhantes no mercado. Isso pode dificultar o acesso

aos produtos para uma parcela considerável de consumidores, limitando sua popularidade e crescimento

3. Marketing excessivo: Virginia Fonseca é conhecida por sua estratégia de marketing.

### **Diversidade e representatividade na influência digital**

A presença da representatividade na esfera da influência digital tem um impacto profundo e transformador nas conexões entre influenciadores e seus públicos. Quando os influenciadores refletem uma diversidade genuína de identidades culturais, étnicas, de gênero e orientações sexuais, essa representatividade transcende o aspecto estético, gerando um impacto que vai além do superficial.

A representatividade cria uma conexão autêntica entre influenciadores e seu público. Ao oferecer um espelho que reflete a multiplicidade de experiências e identidades presentes em suas audiências, os influenciadores estabelecem laços mais profundos. Essa conexão vai além de uma simples apreciação estética, proporcionando um senso de pertencimento e validação.

A identificação imediata ocorre quando o público se depara com influenciadores que representam suas próprias experiências. Essa identificação vai além do nível superficial, gerando um senso de conexão imediata. A representatividade cria um espaço onde diferentes vozes são ouvidas e valorizadas, contribuindo para um ambiente online mais inclusivo.

Além disso, a representatividade na influência digital constrói confiança. A autenticidade emanada por influenciadores que genuinamente representam uma diversidade de perspectivas gera uma relação de confiança com o público. Esse vínculo vai além das transações comerciais, transformando-se em uma conexão emocional que influencia positivamente a percepção da marca.

A representatividade não apenas inclui, mas também fomenta a lealdade. Quando os influenciadores incorporam a diversidade em suas narrativas, suas audiências se sentem valorizadas e respeitadas. Isso cria um ambiente propício para a construção de comunidades online mais inclusivas e comprometidas.

Em última análise, a representatividade na influência digital redefine o paradigma da construção de marcas. Marcas que abraçam influenciadores representativos não apenas atendem às demandas de um público diversificado, mas também assumem um papel ativo na promoção da inclusão e igualdade. Essa representação autêntica não só fortalece os laços entre influenciadores e público, mas também desempenha um papel crucial na construção de marcas que refletem verdadeiramente a riqueza da diversidade humana.

## **Engajamento com o público**

O envolvimento do público na era da influência digital vai muito além de métricas quantitativas. É um indicador essencial da autenticidade e do impacto de um influenciador. Ao buscar criar conexões reais e interações significativas, os influenciadores desempenham um papel crucial nesse ecossistema.

O engajamento reside em estabelecer conexões genuínas. Não se trata apenas de cliques e curtidas, mas de construir laços emocionais reais. Os influenciadores buscam que os seguidores não apenas consumam conteúdo, mas se identifiquem e participem ativamente da narrativa, formando uma base sólida para uma comunidade online duradoura.

A interação constante com o público é uma característica marcante do engajamento eficaz. Influenciadores valorizam o feedback de seus seguidores, criando um diálogo significativo. Essa troca contínua de ideias permite ajustes em tempo real, construindo uma relação de confiança. Ir além das curtidas e comentários, os influenciadores buscam a participação ativa. Desafios, enquetes e co-criação de conteúdo incentivam uma abordagem colaborativa, mantendo o público envolvido e fortalecendo o senso de pertencimento à comunidade do influenciador.

O engajamento bem-sucedido humaniza a experiência digital. Ao compartilhar sucessos, desafios e experiências pessoais, os influenciadores criam um ambiente onde os seguidores se sentem mais conectados e inclinados a participar ativamente. A resposta direta aos comentários e mensagens dos seguidores demonstra comprometimento. Essa prontidão em se envolver individualmente constrói uma relação mais próxima e pessoal, gerando uma sensação de valorização por parte do público. A introdução de desafios e iniciativas interativas mantém o público envolvido consistentemente. Esses desafios não apenas aumentam o envolvimento imediato, mas também incentivam a lealdade a longo prazo.

O público valoriza a transparência e autenticidade. Influenciadores que compartilham experiências de forma genuína, incluindo os bastidores de suas vidas, constroem uma conexão mais profunda, ressoando com o público e resultando em um engajamento mais significativo.

O engajamento do público na influência digital é a criação de conexões reais e significativas, transformando não apenas seguidores, mas construindo verdadeiras comunidades online e se tornando uma força motriz para a construção de marcas autênticas.

## Considerações Finais

Nas considerações finais deste estudo, torna-se evidente o impacto substancial dos influenciadores digitais na construção de marcas e na formação da opinião pública. A análise aprofundada das estratégias de dois influenciadores notáveis, Laellyo Mesquita a nível regional e Virgínia Fonseca em âmbito nacional, revela não apenas a amplitude de sua influência, mas também as nuances que caracterizam suas marcas.

A pesquisa sublinha a importância do engajamento como um catalisador fundamental para a visibilidade das páginas e marcas desses influenciadores. A interação contínua no *Instagram*, a principal plataforma de engajamento, desempenha um papel crucial na formação de uma relação autêntica entre os influenciadores e seus seguidores.

A acessibilidade das marcas ao público surge como uma consideração crítica. Enquanto Laellyo Mesquita representa uma marca com preços considerados inacessíveis para muitos, Virgínia Fonseca enfrenta críticas sobre a qualidade e preço de sua marca "*WePink*". Essas divergências destacam a importância de estratégias comerciais transparentes e adaptáveis.

A representatividade na esfera da influência digital emerge como um componente significativo. A autenticidade e diversidade na representação influenciam diretamente na construção de confiança e lealdade. Os influenciadores que genuinamente refletem a multiplicidade de experiências e identidades estabelecem laços profundos com seu público.

Por fim, a responsabilidade ética dos influenciadores ao apresentar outras marcas é enfatizada. A confiança depositada neles exige transparência nas parcerias comerciais, respeitando as regulamentações e orientações éticas. Esta pesquisa destaca a necessidade contínua de reflexão sobre o papel dos influenciadores digitais, sua responsabilidade social e o potencial transformador das redes sociais na era da informação digital.

## REFERÊNCIAS

CNBC. **Instagram ultrapassa 2 bilhões de usuários mensais enquanto supera um ano de turbulência.** 2021 Disponível em: <https://www.cnbc.com/2021/12/14/instagram-surpasses-2-billion-monthly-users.html>

GRUPO DE TRABALHO PARA A PUBLICIDADE DIGITAL. **Guia de publicidade para influenciadores digitais.** Jan/2021

HENRIQUES, I. JÚNIOR, J. L. G (2007). “O Conar e o controle da ética social no Brasil”. Última instância – Revista Jurídica.

LAÉLLYO MESQUITA STORE. Disponível em: <https://www.instagram.com/laellyyomesquitastore?igsh=MzRIODBiNWFIZA==>

MPPR. **Consumidor mais o Conar, mas exagera nas reclamações.** 2014 Disponível em: <https://mppr.mp.br/Noticia/Consumidor-busca-mais-o-Conar-mas-exagera-nas-reclamacoes>  
RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Editora Sulina, Porto Alegre. 2009, p. 102-111

KARHAWI, I. **De Blogueira a Influenciadora:** etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira. Editora Sulina. 2020.

TECHTUDO. **Qual foi a primeira rede social do mundo? Veja evolução das plataformas.** 2022 Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2022/10/qual-foi-a-primeira-rede-social-do-mundo-veja-evolucao-das-plataformas.ghtml>

WEPINK.BR, Disponível em: <https://www.instagram.com/wepink.br?igsh=MzRIODBiNWFIZA==>



## **A ascensão dos streamings no Brasil: Uma análise da Netflix como uma das maiores e mais populares plataformas de streaming em termos de assinantes e catálogo global**

Emilianny Barbosa Pachêco

Ingredy de Andrade Silva

Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

Na atual conjuntura das novas dinâmicas de mercado e consumo, os tradicionais meios como o cinema e a televisão vêm perdendo espaço para o dinamismo estabelecido pelas plataformas de streaming. Em pesquisa, o mercado do cinema no Brasil, Earp e Sroulevich (2009) relatam que o cinema perdeu espaço desde a década de 1970, essa afirmação se dá principalmente em consequência do aparecimento de formas alternativas de entretenimento. Essas novas alternativas, trazidas pelo streaming permitem aos usuários o consumo de conteúdos online e personalizados. Nesta vertente, este artigo pretende compreender a partir de pesquisa bibliográfica o surgimento das plataformas de streaming no Brasil, contextualizando como ocorreu a migração do cinema para os serviços de streaming, com foco na análise da atuação da empresa Netflix como player de maior consumo do mercado audiovisual brasileiro.

### **Introdução**

O audiovisual tem se modificado ao longo dos séculos. Inventos foram criados para aprimorar as técnicas de captura, luz, sombra, reflexão e refração. As formas de entretenimento audiovisual se desenvolveram rapidamente. Os anos compreendidos entre 1889 a 1985 foram dedicados ao âmbito audiovisual, à criação e aprimoramento de máquinas capazes de captar imagens em movimento. Nomes como William Dickson e Auguste e Louis Lumière fazem-se referência quanto aos processos desenvolvidos nesta fase, como destaca Isabella Thebas ao discorrer parte da história que aborda. A Origem do Cinema na plataforma Instituto do Cinema.

O audiovisual tornou-se meio de lucros milionários para o mercado. Empresas e inventores constantemente disputam descobrir outras formas de fazer dinheiro com o mercado de filmes e séries. Ao afirmar-se como arte no século XX, o cinema consolidou-se no mercado, permitindo que produções multimilionárias ganhassem cada vez mais audiência e vislumbre de lucros altíssimos, é o caso dos filmes como Avatar, produção de 2009 com direção de James

Cameron e Vingadores: Ultimato, de 2019, dirigido por Anthony Russo e Joe Russo, registrados como as maiores bilheterias do cinema mundial de acordo o ranking da *Henancius Entertainment* que listou as 100 maiores bilheterias de todos os tempos. Ainda de acordo o ranking da *Henancius Entertainment* os filmes lucraram cerca de 6 bilhões de dólares.

Devido o audiovisual ser meio de lucros milionários para o mercado, empresas e inventores disputavam descobrir outras formas de fazer dinheiro com o mercado de filmes e séries, com esse intuito surge em 1990 o *streaming*, tecnologia de transmissão de conteúdos pela internet, sem a necessidade de o usuário fazer *download* para ter acesso a filmes, músicas ou livros. Segundo a publicação “A história do *streaming*” da empresa provedora de *streaming* Watch Brasil (2020) a primeira empresa a realizar transmissão via *streaming* online foi a *Progressive Networks*, criadora do Real Áudio, programa de transmissão de áudio via internet. Logo depois, em 1995, foi transmitido o primeiro jogo de beisebol em tempo real na internet. (CORP, TCA) Com o avançar da internet em todo mundo, empresas de audiovisual enxergaram no *streaming* uma nova oportunidade de negócio. Como é o caso do objeto de pesquisa deste estudo, a Netflix.

Fundada em 1997 nos Estados Unidos, a empresa surgiu como um serviço de locadora, que entregava os DVDs de filmes pelo correio. Em 2010, a Netflix começou a oferecer um serviço de *streaming*, colocando os filmes dos DVDs em uma plataforma na internet para que os assinantes do serviço pudessem assistir aos filmes online a qualquer momento. Em abril de 2011, a Netflix já contava com 23 milhões de assinantes só nos Estados Unidos e o faturamento digital total da empresa chegou à marca de US 1,5 bilhão (MORGAN,2019). A análise será realizada a partir de uma pesquisa de natureza básica com revisão bibliográfica e pesquisa explicativa para compreender o surgimento das plataformas de *streaming* no Brasil, contextualizando como ocorreu a migração da audiência do cinema para os serviços de *streaming*, com foco na análise da atuação da empresa Netflix como player de maior consumo do mercado audiovisual brasileiro.

### **Migração da audiência do cinema para o streaming**

Earp e Sroulevich (2009) na pesquisa o mercado do cinema no Brasil relatam que o cinema vem perdendo espaço desde a década de 1970, tanto no Brasil como no resto do mundo, essa afirmação se dá principalmente em consequência do aparecimento de formas alternativas de entretenimento. Canais de Tv abertos e por assinatura, DVDs, locadoras, VHS e *streaming*,

são meios destacam-se por serem formas alternativas para transmissão das produções audiovisuais. Na pesquisa de Earp e Sroulevich (2009) constatou-se que não há uma queda no público das produções audiovisuais, e sim para as salas de cinema. Segundo o estudo, na década de 1970, o brasileiro comprava mais de 200 milhões de ingressos anuais, número que caiu mais da metade na década de 1990, onde apenas 75 milhões de ingressos foram vendidos durante toda a década.

Com o surgimento dos *streamings* no Brasil, o mercado do cinema sofreu mais uma desestabilização e muitos consumidores assíduos das salas de cinema migraram para as plataformas digitais. Desde a chegada ao Brasil em 2011, a Netflix é líder absoluto em assinantes e em audiência das suas produções, em 2016 a empresa superou o número de faturamento do canal SBT, o serviço de *streaming* teve um salto estrondoso e dobrou o número de assinantes em 2016 no Brasil, indo de 3,2 milhões em 2015 para 6 milhões. Em faturamento foi registrado R\$ 1,29 bilhão, valor 30% superior ao que o canal SBT faturou no mesmo período de 2016.

Com o crescimento de assinantes a plataforma investiu em produções audiovisuais próprias para prender seu público, uma estratégia que se mostrou positiva. Filmes e séries da plataforma garantem audiências de grande porte, como é o caso da primeira temporada da série *Round 6* que foi assistida mais de 265,2 milhões de vezes.

A pandemia de Covid-19 provocou um choque severo e repentino na economia mundial. Mudanças de grandes proporções aconteceram, o que afetou drasticamente a indústria do cinema, as salas tiveram que ser fechadas, os filmes tiveram suas produções pausadas e o público passou a se entreter com conteúdos já existentes, que poderiam ser acessados facilmente no isolamento. A pandemia só acelerou um processo em curso, filmes e séries apenas no digital. Segundo um levantamento da *National Research Group*, consultoria cinematográfica, em julho de 2021, 81% dos compradores de ingressos de cinema nos Estados Unidos disseram que se sentiam confortáveis ("muito ou um pouco") sentados em uma sala de cinema.

No final de agosto de 2021, com o aumento da variante Delta, apenas 67% disseram que se sentiam confortáveis. Outro levantamento feito pela empresa de pesquisas Nielsen estimou que a procura por serviços de *streaming* cresceria 60% durante a pandemia, um número que se confirmou, de acordo com pesquisa da Kantar IBOPE Media, 58% dos usuários de internet disseram que viram mais vídeos e TV online em *streaming* pago durante os períodos de isolamento. No cenário global de consumo de entretenimento durante a pandemia, o relatório

da MPA (*Motion Pictures Association*) mostra que houve aumento de 26% na assinatura de plataformas, o que corresponde a 232 milhões de novas contas.

A Netflix foi uma das que mais cresceu nesse período, o *streaming* atingiu a marca de 200 milhões de assinaturas no fim de 2020 e registrou um crescimento recorde, com 37 milhões de novos usuários durante o ano. Já no mesmo período os cinemas registraram perdas, A AMC, uma das maiores redes de salas de cinema do mundo, perdeu US 252 milhões de prejuízo só no 2º trimestre de 2021. No Brasil, segundo levantamento da empresa de dados Comscore, ao longo do ano de 2020, os cinemas brasileiros assistiram a arrecadação despencar 78%. No total, foram 646,3 milhões de reais arrecadados com 40,2 milhões de pagantes em 2020. Em 2019, o número de espectadores foi de 177,2 milhões, 76% maior, e a bilheteria atingiu 2,8 bilhões de reais.

Depois de dois anos fortemente impactados pela pandemia de Covid-19, o setor de exibição em cinemas mostrou uma notável recuperação em 2022. Segundo dados do Sistema de Controle de Bilheteria (SCB), comparando com 2021, houve um aumento significativo de 82% na audiência (totalizando 95,1 milhões) e de 98,8% na receita, totalizando R\$ 1,8 bilhão (CAPUANO, 2020). Embora ainda não tenha retornado aos níveis de 2019 - o último ano antes da pandemia - esses números criam uma expectativa positiva para 2023. Os cinco filmes brasileiros de maior sucesso em 2022 tiveram desempenho semelhante, com o público variando entre aproximadamente 390.000 e 540.000 espectadores: "Turma da Mônica: Lições", "Tô rycal 2", "Detetives do Prédio Azul 3", "Medida Provisória" e "Eduardo e Mônica". Esses números ainda estão significativamente abaixo do último grande sucesso nacional de bilheteria, "Minha mãe é uma peça 3", lançado no final de 2019. Sem lançamentos, ultrapassando a marca de um milhão de espectadores, o cinema brasileiro teve um *market share* modesto em 2022, representando 4,2% do público e 3,9% da receita. O consumo de vídeos por meio de *streaming* mantém seu crescimento no Brasil. Conforme informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad) de Tecnologia da Informação e Comunicação 2022, conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 43,4% dos lares brasileiros que possuem televisão tinham assinatura de serviços de *streaming* em 2022. Esse índice registra um aumento de 4,1 pontos percentuais em comparação com o ano de 2021.

Houve um aumento no total de residências com televisão durante esse período, passando de 69,6 milhões para 71,5 milhões. Contudo, a porcentagem de domicílios com TV diminuiu de 95,5% para 94,9%.

O avanço do *streaming* no Brasil é motivado por diversos elementos, tais como a expansão da cobertura de banda larga fixa e móvel, a redução nos valores dos serviços de *streaming* e a crescente disponibilidade de conteúdo original.

### **Surgimento dos serviços de *streaming* no Brasil**

No Brasil, a primeira manifestação similar ao que viria a ser entendido como *live streaming* foi em 1996 (NSPORTS, 2020). No escritório da Embratel, Gilberto Gil e sua banda transmitiram pela internet, uma performance da música “Pela internet”. Em 2011 a Netflix chegou ao país, o restante da década de 2010 foi decisiva para que o *streaming* conquistasse o espaço que tem atualmente.

Os serviços de *streaming* representam hoje a segunda maior audiência do mercado de entretenimento brasileiro, segundo pesquisa realizada pela Finder, que analisou a população com pelo menos um serviço de *streaming*, o Brasil ocupa o segundo lugar, com 64.8%, atrás somente da Nova Zelândia. O barateamento do acesso à Internet de banda larga, com velocidades coerentes às transmissões oferecidas em alta qualidade e tempo real, o rápido crescimento nas vendas e popularização de dispositivos móveis, como novos *smartphones* e *tablets*, favoráveis ao aproveitamento desses serviços são fatores que agregam a alta do consumo do streaming no Brasil.

A ascensão das plataformas no formato audiovisual está revolucionando o cinema moderno, assim como a produção de conteúdo. O Brasil se destaca com lançamentos aclamados pela crítica internacional, e a inserção de grandes atores e profissionais produzindo para essas plataformas. O que trouxe a possibilidade do cinema e das séries brasileiras figurarem em evidência numa escala global. Com toda essa variedade de plataformas, e presença de conteúdos diversos de cultura, música, e entretenimento, grande parte dos brasileiros incluiu em suas rotinas os serviços pagos, que atendem às necessidades de todas as audiências.

Ao longo de 2020, os brasileiros viram a oferta de plataformas ficar mais ampla. A Disney + chegou ao país em novembro, batendo de frente com empresas populares, como Netflix, Globoplay e Amazon Prime Video. Com a chegada da pandemia causada pela COVID-19, a comodidade de ter acesso a conteúdos de maneira simples e a procura por interação social, principalmente nas *lives*, o *streaming*, em seus mais variados formatos, cresceu fervorosamente no Brasil. Antes mesmo da imposição do isolamento social, o Brasil já era visto entre os dez maiores mercados consumidores desses conteúdos no mundo. Uma pesquisa realizada pela

*Mind Miners* com a participação de 1000 brasileiros aponta que antes da pandemia, apenas 16% das pessoas assistiam vídeos via *streaming* todo dia. A partir do isolamento social, esse número subiu para 31% no consumo de filmes, séries, novelas e outros produtos disponibilizados neste formato. A Netflix é a plataforma mais utilizada no Brasil, somando 31% de participação de mercado.

### **Netflix**

A Netflix começou em 1997 como um website que permitia às pessoas alugar DVDs online, recebê-los pelo correio e devolver da mesma forma. A proposta de atuar como um serviço de entrega de DVDs não foi tão bem recebida pelos investidores, ao contrário do esperado pelo idealizador, Reed Hastings. Até que, em 2005, a Netflix fez uma mudança no serviço oferecido, entrando no mercado de *streaming* digital de conteúdos audiovisuais.

Entre 2012 e 2013, a Netflix estreou seus primeiros programas originais, uma proposta arriscada. Em uma época em que as emissoras de televisão aprovavam conteúdos baseados em restritas métricas de audiência, a Netflix ofereceu aos produtores de séries contratos iniciais para criar até duas temporadas completas. Por volta da mesma época, a Netflix começou a “carregar” de uma só vez temporadas completas, criando a tendência de “*binge-watching*”, em contraste com o modelo semanal da televisão. Hoje, a empresa é dominante na indústria midiática *on demand*, com 238,39 milhões de assinantes pagantes em todo o mundo, tem um catálogo de mais 3.339 títulos de filmes, 1.082 títulos de séries e 32.772 episódios.

A América Latina e o Brasil foram palco para o lançamento da plataforma fora da América do Norte. O CEO e cofundador da Netflix, Reed Hastings, disse em entrevista: “Lembro que, no primeiro ano, éramos muito fracos no Brasil. Hoje o país é um foguete” (Money Time, 2017, p.1). Em 2017, a Netflix tinha aproximadamente 6 milhões de assinantes de conteúdos em *streaming* no Brasil. A entrada da Netflix no mercado abalou toda a indústria cinematográfica, deixando muitas empresas de entretenimento incapazes de alcançá-la. E esse domínio não passou despercebido, os estúdios de filmes de *Hollywood* foram forçados a tomar medidas assertivas.

Nos últimos anos, os estúdios cinematográficos iniciaram um apressado processo de estabelecimento dos seus próprios serviços de *streaming*, incluindo a Disney+ e a Warner Brothers através da HBO Max. Oferecendo aos assinantes vantagens especiais como a possibilidade de transmitir filmes no mesmo dia de sua estreia nos cinemas. Em um artigo

publicado no website da Forbes, What Is The Netflix Effect?, a Netflix é reconhecida como a empresa absoluta dos meios de comunicação modernos, e o seu impacto é sentido numa série de indústrias. O “Efeito Netflix” é quando uma nova série catapulta um ator desconhecido para a fama - da noite para o dia - resultado de milhões de pessoas maratonando uma série.

A implementação de um sistema de aprendizagem mecânica e algoritmos que analisa os hábitos de milhões de usuários com base em múltiplos fatores, exemplifica como a Netflix conseguiu se destacar dentre centenas de outras empresas de comunicação. Justin Basilicco, diretor de engenharia e Chris Alvino, engenheiro de aprendizagem de máquinas explicam o método no Netflix TechBlog (2015), segundo eles a personalização começa na página inicial da Netflix que mostra um grupo de vídeos dispostos em filas horizontais. Cada linha horizontal tem um título que se relaciona com os vídeos desse grupo. A maioria das recomendações personalizadas começa com base na forma como as filas são selecionadas e na ordem em que os artigos são colocados.

Os métodos de produção e difusão iniciados pela Netflix foram, na última década, base para os avanços na, até então, tradicional indústria audiovisual. A Netflix transformou a forma como as pessoas comuns consomem filmes e programas de TV, com o desenvolvimento dos serviços digitais ao longo dos últimos anos, o apetite dos consumidores por conteúdos de *streaming* segue mudando na medida em que os estúdios os produzem e comercializam. Com a constante transformação das relações entre audiência e distribuidor, a Netflix se tornou decisiva não só no “como” temos acesso ao conteúdo, mas também no “que” conteúdo consumimos.

### **A atuação da netflix no mercado digital**

Para compreender as dinâmicas do mercado digital é necessário conceituá-lo e entender como o mesmo funciona. Os avanços tecnológicos permitiram uma ascensão na mobilidade humana e uma praticidade para resolver assuntos que levariam horas ou talvez dias para se resolver. Não foi diferente no quesito de compra e venda de algum produto ou serviço. Com a facilidade veio o aumento no consumo e com esse aumento, veio uma maior demanda nas produções de conteúdos e nos serviços prestados. O mundo digital também trouxe o imediatismo, e é nesse imediatismo e aumento na demanda, que começam a nascer as plataformas de *streaming*. O nascimento e a ascensão dessas plataformas trouxe um novo modelo de consumir filmes e séries, permitindo aos assinantes assistirem aos conteúdos na hora desejada e no conforto de casa. As plataformas de *streaming* funcionam como uma biblioteca

de Alexandria, contendo muito sobre muita coisa, colecionando informações, personalizando assim, o serviço de acordo com o consumidor.

De acordo com CAPUANO (2020) a Netflix foi uma das pioneiras com conteúdos audiovisuais nessa revolução do consumismo, atuando de forma progressiva no mercado digital. A plataforma atua de modo bem sucedido, visto que atende as expectativas de seus assinantes, com conteúdos que prendem o telespectador, além de trabalhar com algoritmos específicos que entregam conteúdos de acordo com o gosto de cada pessoa que usufrui da plataforma de *streaming*.

Para compreender a atuação da Netflix e seu progresso dentro do mercado digital, deve-se atentar para o contexto social em que a plataforma está inserida, além das estratégias elaboradas pelos criadores e colaboradores. As exigências entre os consumidores aumentaram de forma significativa com o passar dos anos, fazendo com que os mesmos busquem consumir produtos e conteúdos de forma prática, fácil, oferecendo uma experiência de controle sobre o que assistir. De acordo com Amaral (2016) a Netflix alterou a forma como o conteúdo chega aos consumidores e a experiência do usuário ao consumir seu produto – de forma a *la carte, anywhere, everywhere*, onde consumidores têm total controle sobre o que querem ver, e sem publicidade. Além dessa facilidade estratégica e a entrega de conteúdos com maior rapidez, fluidez e que passam uma sensação de controle, há um forte mecanismo de divulgação publicitária, fazendo com que essas características citadas acima, sejam vistas de modo dinâmico, atraindo cada vez mais consumidores.

Dentro do mercado digital, essas são estratégias cruciais para caracterização de um bom negócio. Em sua maioria, o que busca esse mercado, é satisfazer o consumidor entregando algo que ele deseja muito, em troca de audiência e um pequeno valor mensal - sendo esse valor realmente pequeno de acordo com o mercado, pelos serviços exclusivos que a plataforma entrega - para ter acesso na palma da mão ou fixada na parede da sala de estar, a qualquer hora. Essas estratégias de venda trazem não só o brilho dos serviços oferecidos, mas contam com um apelo pelo atual, trazendo consigo em suas propagandas de venda, identidades famosas que podem ou não fazer parte do universo Netflix, por exemplo.

A companhia americana, conhecida mundialmente por seu serviço de distribuição de conteúdo via streaming, costuma chamar a atenção com campanhas criativas e divertidas que utiliza para divulgar suas produções originais. Estas peças costumam contar com a participação de personalidades de apelo popular e serem permeadas de referências culturais pop. (AGUIAR e CAMPOS, 2019, p. 51).

Assim como o mundo digital e real vai se revolucionando, as plataformas de séries e filmes como a Netflix, também se revolucionam. A busca pela inovação, principalmente dentro



de um mercado que evolui rapidamente, é quase inevitável, visto que, hoje os gostos por algo são quase instantâneos, passageiros e rápidos. Hoje, existem muitas outras plataformas que disponibilizam séries e filmes por um pequeno preço mensal, todavia, a Netflix ainda se fortalece pela fixação precoce de seus serviços no mercado digital, inovando em suas estratégias de imagem, fortalecendo a demanda de procura por seus serviços não tão exclusivos, porém sempre inovadores.

### **Análise da netflix como maior player do Brasil**

A locação de DVDs como forma de descentralização do entretenimento foi desenvolvida e lançada pelos fundadores da Netflix em 1997. O empreendimento que começou com o aluguel de filmes, já contava nos anos 2000 com 5.200 títulos na sua videoteca e com plano de assinatura mensal. De 2003 a 2006 a experiência do assinante foi aprimorada com as recomendações e sugestões de filmes com base no algoritmo de classificação *Cinematch*. A transição para a internet promoveu a distribuição do conteúdo de forma instantânea para os assinantes em 2007. Neste novo modelo de negócio milhões de dólares foram investidos tornando a Netflix a detentora da mais avançada tecnologia de *streaming* com o maior número de assinantes e títulos.

Após quatro anos a quantidade de players cresceu cerca de 283%, chegando a 23 milhões. Em 2012, vários conglomerados do meio midiático encerraram suas parcerias com a Netflix. Estes objetivavam um lucro ainda maior com a produção, comercialização e distribuição de seus produtos no seu próprio *streaming*. Deste modo, a empresa foi levada a outro patamar como estúdio de TV e cinema. A partir de 2013 conteúdos originais são produzidos e aclamados pela crítica e fãs como o seriado *Stranger Things*, que atraiu ainda mais assinantes e aumentou a lucratividade da empresa gerando mais financiamento para a produção de conteúdo original.

A sua próxima cartada foi cativar o público estrangeiro ao adicionar no catálogo produções como novelas, animes e filmes estrangeiros, além de trazer figuras de renome de diversas culturas e áreas como Whindersson Nunes (humorista), Anitta (cantora), Marie Kondo (escritora), Addison Raeda (tiktok) para a elaboração de trabalhos na plataforma. Realities de sucesso como *The Circle*, *Brincando com Fogo*, *Casamento às Cegas* também ganharam suas versões latinas, européias e asiáticas. De acordo com "JustWatch", os assinantes brasileiros das plataformas de *streaming* têm a Netflix como líder das assinaturas com 30%, logo após a Globoplay, com 23%, e em terceiro a Disney+ com 12%. Graças ao seu pioneirismo e seu

relacionamento com os assinantes, o império da Netflix mantém-se firme diante das novas plataformas concorrentes.

O maior provedor de entretenimento do Brasil e do mundo é um exemplo do que afirma Nilton Hernandes (2020), “não há consumo se não houver a atenção do público, por isso a busca e a manutenção dela tornaram-se vitais para a sobrevivência de qualquer negócio”. Mesmo durante a pandemia, em meio ao isolamento social, a Netflix registrou o crescimento de assinantes. Com cinemas fechados, teatros inoperantes e festivais cancelados, esta forma de lazer alternativo popularizou-se ainda mais nas casas brasileiras ultrapassando o número de assinantes da Tv a cabo.

### **Considerações Finais**

As novas dinâmicas de mercado, advindas das transformações trazidas pelas tecnologias têm transformado as rotinas de consumo. Os usuários não mais necessitam manter-se estagnados em frente às televisões para consumir os programas veiculados, agora podem assisti-los de qualquer lugar e nos momentos que mais considerarem convenientes, graças aos aparelhos eletrônicos e consequente surgimento de plataformas que desempenham a função *streaming*, tecnologia de transmissão de conteúdos pela internet.

Nesta vertente, o presente estudo, através da pesquisa bibliográfica realizada, pretendeu compreender, na análise, como a Netflix, empresa de *streaming*, tornou-se o player de maior consumo do mercado audiovisual brasileiro. Os modos de atuação da Netflix a tornaram o player de maior consumo do mercado audiovisual, incluindo o brasileiro. Através de um sistema de aprendizagem mecânica e algoritmos que permite a plataforma personalizar os conteúdos a partir dos mais consumidos pelos usuários possibilitando que as produções desejadas estejam na “palma da mão” dos consumidores. A plataforma também possui produções autênticas, outro fator determinante para a manutenção de sua atuação em escala global. A Netflix, diferente dos meios de consumo audiovisual tradicionais, como a televisão, chega a proporcionar na plataforma temporadas completas de séries, em que o usuário pode ter acesso a qualquer momento e ainda fazer o *download* dos episódios para consumir quando e como desejar. Trata-se da tendência de “*binge-watching*” que diferencia a plataforma de *streaming* do modelo tradicional implantado pelas televisões que só permite que a audiência vislumbre os programas diários em horários fixos ou semanais.

**REFERÊNCIAS**

AGUIAR E CAMPOS. As estratégias de marketing da Netflix: um estudo de caso sobre Stranger Things. IN Revista (UNAERP), Ribeirão Preto, v.12. set./dez. 2019. Disponível em: . Acesso em: 30 de julho de 2022.

AMARAL, M. R. O VALOR DO NETFLIX PARA CONSUMIDOR BRASILEIRO. Dissertação (Mestrado Executivo em Gestão Empresarial) – Fundação Getúlio Vargas - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: . Acesso em: 30 de julho de 2022.

ALVINO, Chris & BASILICO, Justin. Learning a Personalized Homepage. Netflix TechnoBlog, 2015. Disponível em: . Acesso em: 05 de julho de 2022.

CAPUANO, Amanda. O efeito da pandemia no cinema: bilheteria brasileira caiu 78% em 2020. JANEIRO DE 2021. Disponível em: Acesso em: 12 de julho de 2022.

EARP, SROULEVICH. O mercado do cinema no Brasil. In book: Políticas culturais: reflexões e ações (pp.181-199). Janeiro de 2019. Disponível em: . Acesso em: 11 de julho de 2022.

HERNANDES, Nilton. A MÍDIA E SEUS TRUQUES: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2020. Disponível em: . Acesso em: 12 de julho de 2022.

MORGAN, Blake. What Is The Netflix Effect?. Forbes, 2019. Disponível em: . Acesso em: 05 de julho 2022.

SILVA, Rebecca. Um ano depois do início da pandemia, plataformas de streaming contabilizam ganhos. Março de 2021. Disponível em: . Acesso em: 11 de julho de 2022.

---

## **Jornalismo e Academia em Tempos de “Tiktokização” do Conhecimento Científico: Leituras e Interfaces da Comunicação e Educação**

Marco Antônio de Oliveira TESSAROTTO  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

O contexto pós-pandemia levou para a sala de aula muitos dos desafios, dilemas e afetações da tecnologia no conhecimento e no fazer do ensino na sala de aula. Este trabalho pretende discutir formas e estratégias para “frear” determinados fluxos temporais trazidos à tona com o uso intensivo das plataformas digitais. Pretendemos neste esforço, levantar algumas discussões sobre este novo tempo, tempo do turbo capitalismo (Sodré, 2016) ou de turbilhão vivenciado pelos discentes do curso, imersos em lógicas de “tiktokização” e da desinformação que circula pelas plataformas digitais. Neste trabalho de participação ativa (Gil, 1999) em sala, observamos a partir do processo de construção da notícia através do lide e da leitura de imagem/mídia (Freire, 1964) importantes subsídios e de aportes teóricos-metodológicos para o enfretamento da fragmentação do conhecimento.

**Palavras-Chave:** Jornalismo; TikTok; Plataformas Digitais; Jornalismo e Educação.

### **Introdução**

O contexto pós-pandemia levou para a sala de aula muitos dos desafios, dilemas e afetações da tecnologia no conhecimento e no fazer do ensino na sala de aula. Este trabalho pretende discutir formas e estratégias para “frear” determinados fluxos temporais trazidos à tona com o uso intensivo das plataformas digitais. Observamos à priori, como estas acelerações dos tempos e uma nova forma de ser e estar na sala de aula trouxe consigo ruídos e reflexões acerca do papel do professor e do discente nos cursos de Comunicação, neste caso, da Universidade Estadual do Piauí, campus Professor Barros Araújo em Picos.

Pretendemos neste esforço, levantar algumas discussões sobre este novo tempo, tempo do turbo capitalismo ou de turbilhão vivenciado pelos discentes do curso, imersos em lógicas de “tiktokização” e, do outro lado, docentes atravessados por processos de “usos” e em vias de apropriação destas tecnologias. Uma das problemáticas vivenciadas pelo uso intenso das tecnologias e plataformas de temporalidades mais aceleradas, a exemplo do Instagram e do TikTok que fomentam uma maior dispersão dos discentes/sujeitos quando são provocados a discutirem uma informação audiovisual com mais de 10 minutos de duração. Este fenômeno

pode ser observado diante de um perfil bastante delineado e composto por jovens que vivenciaram a pandemia da covid-19 e o ensino remoto nos últimos anos do Ensino Médio e, na atualidade, são calouros na graduação do curso de Jornalismo.

Este breve relato e problematização do trabalho pretende levantar e trazer indícios sobre o fenômeno: o ensino acadêmico com seus ritos próprios, epistemologias com seus fazeres específicos e, do outro lado, o discente imerso em lógicas de algoritmos e plataformas sociais. O artigo pretende descrever o contexto de sala de aula com suas fragilidades e, ao mesmo, o de apresentar estratégias para o fortalecimento das aprendizagens e de ampliação de leituras de mundo por parte do discente.

Para tanto, este artigo construiu como pergunta-problema o seguinte questionamento: “como reverter a desinformação em tempos de tiktoktização e de plataformas?”. Para tanto desenvolvemos os seguintes objetivos, um mais ampliado que é o de analisar a proposta da leitura de mídia enquanto estratégia de letramento visual e, de forma específica, observar como as perguntas presentes no lide da notícia atuam no fortalecimento do contexto e, de descrever como a leitura de mídia orientada fortalece a ampliação da leitura de mundo/explorando a natureza das informações audiovisuais

Quando falamos neste artigo na proposta de “frear” os efeitos dos fluxos erráticos das plataformas que gera desinformação, intentamos reverter a lógica da notícia/informação que é propositalmente apartada de sua cena, contexto, personagens, lugares, temporalidades. Ao observar este esfacelamento do saber, apresentamos como proposta de decodificação das informações audiovisuais, mobilizar o uso da pirâmide invertida e das perguntas norteadoras do lide da notícia: O quê?; Onde?; Por quê?; Quando?; Como?. E, a partir destas perguntas, acionar a interface da educação com a Leitura de Imagem/Mídia.

No eixo abaixo, de desenvolvimento, passamos a descrever a problemática do tema, uma metodologia empregada com seu referencial teórico e aplicação do modelo didático da leitura de mídia, sequência esta, implementada pela Fundação Roberto Marinho e inspirada em Paulo Freire.

### **Afetações do ser/profissional digital**

Neste ponto passamos a discutir as afetações do fazer/ser jornalista imerso em lógicas de plataformas/superfícies baseadas em algoritmos digitais. O Trabalho de Conclusão de Curso de Vanessa Maria de Carvalho Silva (2023) analisou as formas e os modos de produção do jornalismo na rede social do TikTok, descrevendo como uma jornalista e influenciadora digital, Giovana Braga, mobiliza e agrega valores notícias aos produtos elaborados em seu perfil

naquela plataforma. Um dos pontos a serem destacados é que “(...) os indivíduos se transformam, ao mesmo tempo, em emissores e receptores das informações que circulam em rede. Nesse sentido, o público se tornou proativo e mais participativo” (Silva, 2023). Para tanto, esta transformação nas formas de “contato, a participação e o conteúdo que os indivíduos compartilham entre si, contribuem para definir as formas que o jornalismo atual adota” e as plataformas de mídias digitais são os espaços centrais para esse processo atualmente.

Outro ponto a ser considerado é a disputa por referencialidade naquele espaço de mídia digital, “(...) os cidadãos não-jornalistas também adquirem liberdade para produzir e divulgar informações, o que confere uma reorganização das práticas jornalísticas uma vez que o processo informativo passa de vertical para horizontal” (Silva, 2023), dinâmica esta, que desafia o produtor do conteúdo a se antecipar ao feedback da audiência.

Ao focalizar nas redes sociais com suas lógicas internas, observamos que estas determinam funções e papéis de “desempenho comunicacional de alto valor”. Este desempenho/valor se realiza por uma maior exposição do produto em diversos perfis e linhas de tempo possíveis, cujo sistema de circulação, alimenta expectativas por tentativas de interação em sentido “de e para” o outro.

Este espaço digital, de cidadania ampliada que é propagada pelos instrumentos fornecidos pela informática e distribuídos por uma rede mundial que é a Internet, os novos amadores adquiriram o saber e, este saber-fazer lhes permitem rivalizar com os experts. O pesquisador Patrice Flichy (2016), afirma que o amador produz textos e organiza também os comentários, estimulando a audiência. Naquela época, o autor observava este movimento e transformação, a partir do blog público que, para ele, é uma rede de pontos de vista privados. O amador faz o profissional-especialista descer de seu pedestal, impede que este monopolize os debates públicos. Este amador digital, pode ser comparado à figura do discente que questiona/tensiona o papel do docente, comparado ao especialista que perdeu autoridade/exclusividade, ao preparar um plano de ensino, este mesmo expert pode sofrer um revés quando lidamos com discentes com acesso a uma infinidade de dados/informações em tempo real.

## **Metodologia**

O eixo metodológico apresenta os procedimentos e passos utilizados para a vivência das atividades de leitura de mídia após a exibição de material videográfico. Neste sentido, a proposta de atividade/sequência didática transcorreu pela presença do observador/pesquisador na/durante a execução da sequência. Antonio Carlos Gil (2008) esclarece que esta característica

é “(...) recomendada nos estudos exploratórios, que visam abordar realidades pouco conhecidas pelo pesquisador, ou então oferecer visão aproximativa do problema pesquisado” (Gil, 2008, p. 111). Os estudantes quando direcionados para a vivência/elaboração da atividade, o professor/a atua na condição de “Mediadores de Conhecimento”, circulando entre os grupos, analisando as produções e aprofundando as reflexões com perguntas e subsídios para a formação de uma comunidade de aprendizagem.

A terceira etapa do plano de ensino da disciplina de “Introdução à Comunicação” trata da mídia e cidadania, direitos humanos, racismo. Para tanto, o docente responsável pela disciplina recorreu à linguagem das telenovelas, uma vez que “(...) a telenovela brasileira tornou-se um espaço público de debates de temas representativos da modernidade que se vive no país, convertendo-se assim em um recurso comunicativo” (Lopes, 2011). Neste sentido, para debate e reflexão sobre o tema, recorreremos ao documentário “A Negação do Brasil (2000) de Joel Zito para compreender as afetações do racismo estrutural a partir dos papéis dos negros/pretos na teledramaturgia brasileira entre os anos 60 e 90, analisando como estes personagens refletiam a mentalidade coletiva da população naquele período.

Os estudantes, a partir da técnica da leitura de mídia foram divididos em três eixos, um primeiro de análise visual; o segundo de conceitos e, o último com as noções de cidadania. Os discentes se reuniram em grupos de trabalho, discutindo entre seus membros, estratégias para a decodificação dos saberes e aprendizagens adquiridas a partir do documentário, sistematizando em cartazes/flip charter, os eixos da cidadania, do racismo e dos dilemas sociais do país a partir da teledramaturgia brasileira.

### **Leitura de imagem – esticador de visão de mundo**

A partir da década de 1960, os recursos audiovisuais utilizados para educação de jovens e adultos estimularam diversos pesquisadores da educação a inovarem nesta área. Um destes foi Paulo Freire que fez o uso do epidiascópio, aparelho este, que projetava imagens/desenhos estáticos com o objetivo de apresentar “conceitos básicos visualmente codificados, ou seja, o de apresentar a relação dos seres humanos com o mundo, da natureza com a cultura; da transformação da natureza pelas mulheres e homens; dos padrões de comportamento, a exemplo do ser humano como produtor de cultura. As imagens/ilustrações foram construídas e desenhadas pelo pernambucano Francisco Brennand.

**Figura 1 – Fichas de Brennand utilizadas nos círculos de cultura**



Fonte: Francisco Brennand, 1962

As imagens projetadas e as reflexões suscitadas faziam parte dos círculos de cultura, processo este que Paulo Freire utilizou como método de alfabetização de jovens e adultos que tinha por objetivo fazer com que o aprendiz “(...) seja capaz de ler a palavra está intimamente ligado a ser capaz de ler o mundo, ou seja, analisar as condições políticas e sociais que envolvem a vida das pessoas, para visualizar como essas condições devem ser transformadas” (Guimarães, 2013, p. 93). Neste sentido, nos círculos de cultura, as imagens expostas pelo epidiáscópio “eram o elemento detonador do processo de análise da realidade” (Guimarães, 2013, p. 93). A partir das imagens projetadas, o educador acompanhava o processo de decodificação, fazia perguntas e estimulava os alfabetizandos a trazer para a conversa suas próprias experiências pessoais sobre o que se discutia, movimento este, que pode ser explorado por parte do docente em sala de aula.

A segunda etapa, de letramento e de ampliação de leitura de mundo é constituído pelo processo de leitura de imagem compreende algumas dimensões para o estabelecimento de sentidos para a compreensão do mundo (contexto) e das reflexões sobre a realidade a ser entendida/explorada. Neste sentido, a educadora e pesquisadora Vilma Guimarães (2013) esclarece que a leitura de imagem:

(...) estabelece uma relação entre os conceitos das disciplinas, as imagens apresentadas e o cotidiano; explorar a leitura do texto televisivo e de outros textos; estimular a formação do telespectador e do leitor crítico; propiciar o exercício da observação, do pensar e da construção do discurso; conferir a concretude aos conceitos mais abstratos, auxiliando o processo de construção do conhecimento (GUIMARÃES, 2013, p. 70).

Estes preceitos mobilizados fortalecem o entendimento e a necessidade de decodificação da informação audiovisual e o estímulo para a produção de materiais fortalecendo a importância de uma educação baseada na Teoria das Múltiplas Inteligências de Howard

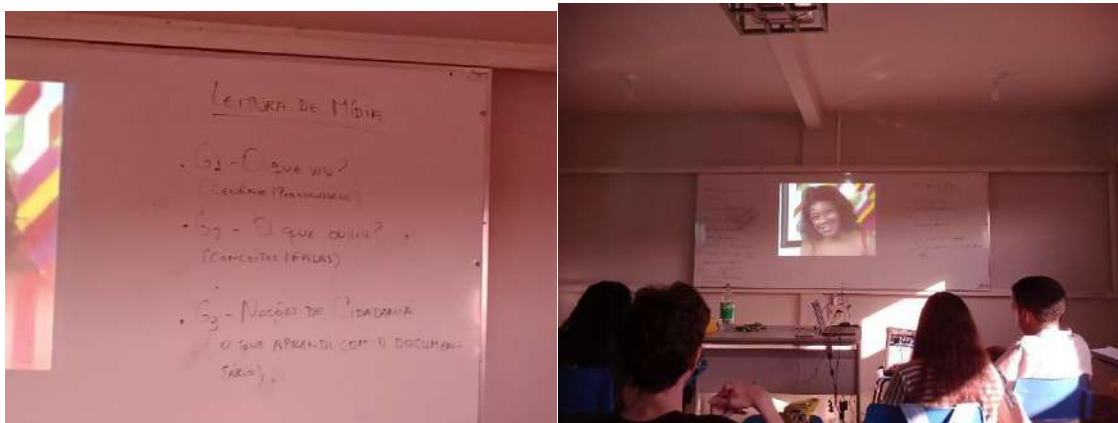


Gardner (1967) que se debruçou sobre o “ (...) estudo sistemático do pensamento artístico e da criatividade, com a missão de incrementar a aprendizagem, o pensamento e a criatividade nas artes e nas disciplinas humanísticas” (Guimarães, 2013, p. 110-111) na qual se insere das Ciências da Comunicação.

### **Da teoria para a prática: operacionalização da leitura de imagem**

Este tópico pretende suscitar uma discussão a partir da operacionalização da reflexão teórica da leitura de mídia, suas origens e aplicabilidade no ensino superior. A aplicação deste conceito surgiu a partir da exibição do material audiovisual proposto no plano de ensino do quarto eixo do componente curricular de “Introdução à Comunicação” com os estudantes do primeiro período de Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí. Neste eixo, os estudantes foram convidados a escolher e refletir sobre dois temas muito caros à comunicação, um primeiro sobre as concessões dos meios de comunicação no Brasil com o documentário “Muito Além do Cidadão Kane”, idealizado pelo inglês Simon Hartog (1993) e, a segunda opção, pela exibição do documentário “A Negação do Brasil” de Joel Zito Araujo (2000). O segundo material audiovisual foi a escolha unânime do grupo. Neste material com uma duração de uma hora e meia de duração, o tema abordado trata da invisibilidade dos personagens negros/pretos na teledramaturgia brasileira.

### **Figura 2 – Exibição do documentário “A Negação do Brasil” e leitura de imagem/mídia direcionada**



Fonte: Do autor, 2023.

Antes da exibição do documentário, a turma foi distribuída entre três grupos, o grupo G1 ficou responsável por decupar os cenários/personagens/personalidades e o que cada um/a

abordou/representou no documentário; o G2 focalizou nas falas dos personagens e nos conceitos trabalhados; o último grupo, o G3 tratou das noções de cidadania, a estabelecer reflexões sobre as aprendizagens adquiridas. Após exibição e coleta de informações pelos grupos, os estudantes são convidados a partilharem a produção do conhecimento em cartolinas/flip charter a serem apresentados, para tanto, os discentes foram instigados a utilizar e explorar os espaços físicos da universidade durante a confecção dos materiais.

**Figura 3 – Construção do conhecimento pelos grupos de leitura de mídia**

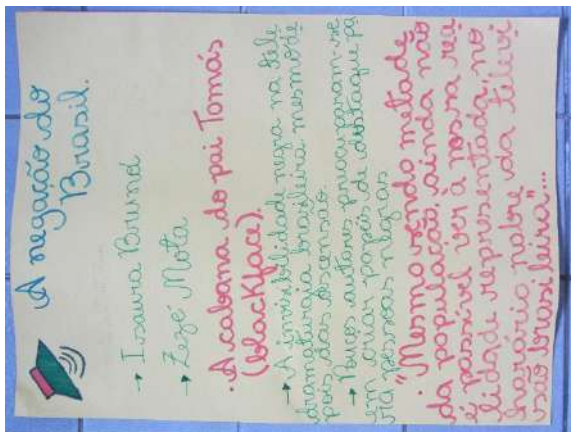


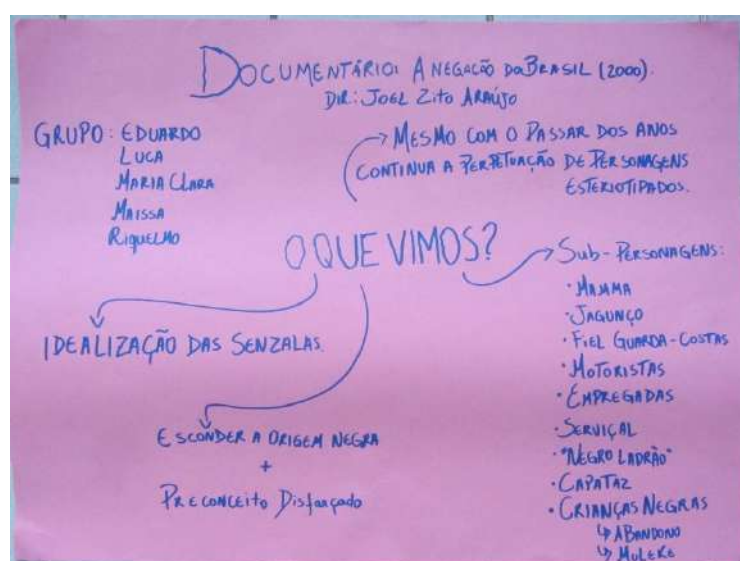
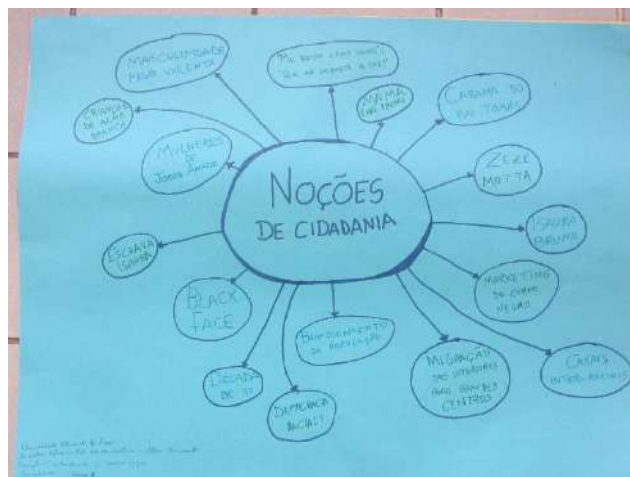


Fonte: Do autor, 2023

A construção coletiva das aprendizagens, da decodificação e reflexão da informação audiovisual é o momento do encontro, da escuta coletiva e do fortalecimento dos laços/ e das leituras/visões de mundo que cada discente porta consigo. Neste momento, o docente atua como mediador, circulando entre os grupos e aprofundando detalhes não percebidos pelo grupo. A mediação pedagógica se articula com o trabalho de planejamento realizado pelo professor/a, sempre problematizando com perguntas geradoras: “Que conceitos os meus estudantes sabem sobre democracia racial?” “O que precisam aprofundar sobre a teledramaturgia brasileira?” “Quais implicações e conexões este conhecimento adquirido dialoga com as disciplinas futuras do curso?”

**Figura 4 – Socialização das aprendizagens**





Superior à esquerda (G1), superior à direita (G2) e abaixo, G3.

Fonte: Do autor, 2023.

Os movimentos de leitura de imagem/decodificação da informação audiovisual empreendem esforços para o “fortalecimento de vínculos”, na transformação de “grupos de alunos” em “equipes-comunidades de colaboração e aprendizagem cuja informações são transformadas em conhecimento, com aplicação prática em projetos/materiais práticos elaborados pelos discentes na presença de um mediador pedagógico (professor/a) no sentido de promover o “reconhecimento, apoio e tempo para aprender” (Guimarães, 2013, p. 29)

Entendendo a necessidade de acionar o processo de sala invertida e, ao mesmo tempo, mobilizar as competências necessárias para a formação acadêmica do jornalista, nos inspiramos em eixos metodológicos para a realização da oficina/sequência didática trabalhada.

### Consideração

O perfil do estudante de Jornalismo neste cenário pós pandêmico provocado pela covid-19 é outro. Este ser/discente mais acoplado com as tecnologias empreende esforços didáticos por parte do docente para que possa construir conhecimentos/saberes que provoquem os estudantes a construírem novos saberes e pontos de vista. O trabalho descreve uma tentativa de consolidação de saberes em tempos de “tiktoktização” das experiências humanas, onde observamos em sala de aula, a urgente necessidade de reconstruir os fragmentos das informações. Sabemos que o jornalismo e a sociedade são parte de uma mesma realidade integrada em um processo temporal objetivo, onde o jornalismo se insere em um modelo de negócios/normatização do factual, entretanto, necessitamos refletir sobre a vertente subjetiva (o desejo humano de transmitir/comunicar algo a alguém/o de ser testemunha ocular).

O artigo descreveu um movimento adaptativo e de interface da comunicação com a educação, onde para tanto, a ponte foi a informação audiovisual que necessita ser decodificada pelos comunicólogos, onde para tanto, acionamos dois recursos/estratégias de ação: uma pela leitura de imagem direcionada: divisão de grupos de estudo para decodificar a informação audiovisual, do documentário “A Negação do Brasil” e, a segunda pelo trabalho de mediação docente que mobiliza entre os estudantes e os respectivos grupos de trabalho na leitura de mídia, acionando as perguntas-chave do lide noticioso: **O quê?** este cenário/personagem/conceito envolve; **Onde?** ele se situa no tempo/espço da sociedade descrita no documentário; **Por quê?** o autor utilizou desta estratégia de dialogar as cenas das novelas com atores negros; **Quando?** o documentário foi produzido; **Como?** ele (documentário) pode nos “descrever/mostrar” uma dada realidade do passado para entendermos o presente.

Esta fase de criação de possibilidades surge permeada pelas vivências e experimentações da sala de aula, no contato direto com os estudantes, observando os silêncios, as distrações, formas de interação entre eles, as dissonâncias e, a partir desta diagnose, estabelecer os pactos necessários para sedimentar saberes, reconstruir fragmentos de conceitos esfacelados pelos tempos de turbilhão, dos dispositivos móveis, plataformas e algoritmos, cabendo ao educador/a, resgatar os contextos e exercitar os princípios do jornalismo representado pelo lide da notícia alinhado com a leitura de mídia para o enfrentamento à desinformação e descontextualização do conhecimento.

**REFERÊNCIAS**

- A NEGAÇÃO DO BRASIL. Direção e Produção: Joel Zito Araujo. YouTube. Data de publicação do vídeo: 23 de nov. de 2016. Duração: 90 minutos. Ano: 2000, cor e p&b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BijtXd2QTOK>. Acesso em: 18 dez. 2023.
- FLICHY, Patrice; Jairo Ferreira; Adriana Amaral. (Org.). **Redes digitais: um mundo para os amadores**. Novas relações entre mediadores, mediações e mídiatizações. 1ed.Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016,
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008, p.111.
- GUIMARÃES, Vilma. **Incluir para transformar: metodologia telessala em cinco movimentos**. Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho, 2013.
- LOPES, M. I. V. de. **Telenovela como recurso comunicativo**. MATRIZES, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 21-47, 2011. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38239>. Acesso em: 7 jan. 2024.
- MUITO ALÉM DO CIDADÃO KANE. Direção: Simon Hartog. Produção: John Ellis. YouTube. Data de publicação do vídeo: 31 de ago. de 2013. Duração: 93 minutos. Ano: 1993, cor e p&b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=s-8scOe31D0>. Acesso em: 18 dez. 2023.
- SILVA, V. M. de C. **Jornalismo no TikTok: análise da produção de conteúdo da jornalista Giovana Braga**. 102f. Monografia (Graduação em jornalismo) - Universidade Estadual do Piauí, Picos, 2023.

## Notas para pensar como a violência policial pode ser lembrada na comunicação

Victória Souza NASCIMENTO  
Thamyres SOUSA de Oliveira  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo, através do método hipotético-dedutivo, propor caminhos para que a violência policial seja lembrada pela comunicação rizomática dentro de territórios periféricos na Região Metropolitana de São Paulo, além de refletir sobre as práticas comunicacionais acerca da divulgação de abusos por parte dos agentes de segurança pública. Trata-se de um estudo qualitativo com base em pesquisa documental que se utiliza de autores como Rolim (2023), Rifiotis (1999), Cardia (1997), Halbwachs (1968), Pollak (1989 e 1992) e outros. A pesquisa evidencia a necessidade de maiores espaços de fala legitimados aos moradores das favelas para que possam ter seus direitos básicos garantidos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação rizomática; Violência policial; Periferias;

### Introdução

Ao pesquisarmos manchetes recentes que fazem menção às comunidades periféricas do Estado de São Paulo (tabela 1) somos capazes de observar a posição que os moradores da periferia ocupam na maioria dos casos: vítimas da violência policial. A ação violenta por parte dos agentes da segurança pública não é recente e tampouco parece próxima do fim, cabe então a tentativa de expor formas que ajam em retidão com a lei para, de alguma maneira, resguardar os direitos básicos dos cidadãos desses espaços marginalizados.

Em 1997 houve a transmissão em rede nacional daquele que seria o primeiro caso de violência policial contra os moradores das favelas do Estado de São Paulo e foi a partir da leitura da obra documental de Rifiotis (1999) que houve a disposição do estudo qualitativo da prática da ação policial a fim de entender os aspectos comportamentais da população periférica que sofre essas violações até os dias atuais.

O intuito dessa exposição de casos aqui, para além da denúncia em si do abuso do uso da força por parte da polícia, é direcionar um olhar crítico ao papel do jornalismo e da comunicação, dos seus atores e sujeitos, a vivência dessas pessoas e como, muitas vezes, o fato noticiado deixa de ser absurdo e revoltante e cai na soma das estatísticas que crescem ao longo

dos dias nos remetendo a perplexidade do mundo moderno diante da “banalidade do mal” (Rifiotis, 1999 apud H. Arendt, 1998, p. 28).

Além de analisar o fato noticiado, é necessário analisar também o que se forma a partir dele, se o dinamismo empregado na exibição é suficiente para a criação da lembrança e a construção da memória ou se ao sair do ao vivo ele cai no campo do silenciamento e do esquecimento.

Algo que rapidamente chama atenção na exposição de tais violações, são os atores que noticiam o fato, sempre ligados a emissoras que fazem parte da grande mídia que pouco tendem a sentir a dor do acontecido, pois muitas vezes não fazem parte da comunidade que sofreu o abuso, ou seja, são pessoas de fora que não estão dispostas a provocar mudanças e usam a dor do outro em benefício próprio.

Fato semelhante aconteceu na atuação de Dorothea Lange com sua fotografia da Mãe Migrante. Diante de fatos que devem causar manifestações e mudanças, é necessário que haja legitimidade por parte de quem conta a ocorrência; “a legitimidade de quem fala e do que se fala no espaço público requer a condição de vítima que espera ser atendida pelo governo [...]” (Carvalho & Lisovsky, 2008, p. 89)

Em busca da legitimidade da enunciação de tais violações sofridas pelas comunidades periféricas da cidade de São Paulo, o propósito deste é problematizar a forma como as denúncias são feitas atualmente e propor através da dedução do uso da ferramenta de *streaming Spotify*, for Podcasters um novo caminho com base na comunicação rizomática para evitar que haja o silenciamento das vítimas.

Para serem contrários a esse regime violento é preciso que a comunidade se enxergue como um rizoma – pontos que podem ser conectados sem necessariamente ter um referencial hierárquico – e se coloque à frente dos processos comunicacionais a respeito do que acontece dentro de seus espaços; “A comunicação rizomática surge por pensar no protagonismo da população frente à mídia e a outros processos comunicacionais, configurando-se um movimento de resistência [...]” (Antunes & Coqueiro, 2022, p. 22).

Presentes na Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 há dois artigos que serão fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho, sendo eles: Artigo 19º e Artigo 22º; o primeiro afirma o direito à comunicação – receber e difundir informações e ideias – e o último assegura o direito de todos os cidadãos à segurança social.

Para operacionalizarmos a pesquisa, inicialmente abordamos a ação da força policial da Região Metropolitana de São Paulo dentro de territórios periféricos. Posteriormente, buscamos pela construção da lembrança e memória coletiva dos acontecimentos e como essas podem ser



utilizadas através do direito à liberdade de expressão de receber e transmitir informações por quaisquer meios, para expor para a sociedade geral o que acontece nas favelas e, por fim, a utilização da ferramenta gratuita da plataforma de *streaming Spotify*.

### **Violência policial: casos isolados ou sistemáticos?**

Quando se aborda o tema da violência policial a primeira pauta é a falta de preparo das guarnições, o que em parte é verdade visto que há pouco treinamento a respeito dos direitos humanos e cultural dos respectivos territórios que serão o foco; há a questão dos salários baixos, a corrupção interna, a falta de apoio psicológico etc.

Porém, vendo a polícia pensada a partir dos interesses governamentais que ficaram em evidência no governo de extrema direita durante os anos de 2019 a 2022, a força policial em ação é preparada e rende frutos a quem possa interessar: a morte dos marginalizados, principalmente de jovens periféricos e negros.

A polícia hoje é treinada como um exército e o objetivo de qualquer exército é extermínio (Rolim, 2023, p. 256). A forma que muitos policiais em ação agem não abre espaço para o consenso social público de seu trabalho, o que torna a comunicação entre a periferia e os agentes inviável, pois um não vê sentido, verdade ou sequer entende a presença do outro no contexto em que estão inseridos.

O trabalho policial necessita de uma legitimidade pública e de um elevado patamar de consenso social, como evidenciou Rolim (2023), quando as pessoas são abordadas pela polícia elas precisam compartilhar determinadas expectativas a respeito da necessidade daquele trabalho na sociedade e também saber sobre seus padrões de qualidade para que possam legitimar as atividades policiais, dessa forma, a abordagem será mais eficaz.

Rifiotis (1999) analisa a evolução do progresso social desigualmente distribuído e como o avanço das tecnologias coloca a violência como sendo uma palavra indispensável para toda essa construção, um mal necessário para que o controle do mundo permaneça. “A violência é uma palavra ícone da modernidade em crise. Os discursos que se identificam com a modernidade têm na violência uma espécie de “parte maldita” (G. Bataille), um “resquício”, um elo da corrente que nos prende ao passado. [...]” (Rifiotis, 1999, p. 28)

Com o definhamento do governo ditatorial (1964 – 1985) que esteve à frente do país, por volta do ano de 1983 é possível notar que parte da população brasileira se sentia segura a ponto de realizar manifestações a respeito das eleições diretas e como a partir daí, olhando em aspecto amplo fora das periferias, a presença da polícia foi aos poucos sendo moldada para atender a demanda popular.

Ao voltarmos nossos olhares para a realidade dentro das favelas, a situação era contrária. A violência policial continuava e mais do que isso, havia a certeza de que a polícia não entrava para garantir segurança e tampouco exibir o comportamento democrático que começava a surgir fora do território das comunidades.

Em seu trabalho, Cardia (1997), relatou o medo que os moradores possuíam da polícia e como se mantinham preparados para as “batidas” dos agentes que eram frequentes guardando consigo todas as notas fiscais dos móveis, quaisquer objetos e até mesmo alimentos que entravam em suas residências porque as revistas aconteciam a todo instante e qualquer coisa que eles julgassem contravenção era motivo de brutalidade.

A possibilidade de violência não era remota: era diária. Foi assim que descobri que para viver em um ambiente violento consome-se muita energia desenvolvendo estratégias de sobrevivência e antecipando os eventos. Quando o que temem acontece, precisam estar previamente preparados para não se perderem no pânico. Foi também quando concluí que se as classes média e alta tinham conseguido se libertar do medo, o mesmo não havia ocorrido com as classes trabalhadoras que moravam em áreas consideradas ilegais ou abandonadas pelo Estado (Cardia, 1997, p. 251).

Segundo Rifiotis (1999), no ano de 1997 temos o primeiro caso que chamou atenção nacional para o abuso da força por parte dos policiais com moradores dentro das favelas da cidade. O Caso da Favela Naval, localizada no município de Diadema, foi divulgado pela Rede Globo no dia 31 de março de 1997, após a emissora comprar as fitas do cinegrafista amador que havia filmado nos dias 3, 5 e 7 daquele mês, a crueldade empregada no espancamento e morte de morador – que não oferecia perigo aos agentes e não tinha consigo armas ou drogas – pelos PMs da 2ª Companhia do 24º Batalhão da Polícia Metropolitana do Estado de São Paulo.

A partir da exibição em rede nacional das filmagens – que vale dizer, foi seguida de outras denúncias contra a polícia não só no Estado de São Paulo naquele ano – a violência policial passou a ser tema de discussões também fora do território das comunidades porque, como foi dito por um entrevistado da Folha de S. Paulo à época, o que gerou maior comoção nas imagens não foi a violência em si, mas sim ela ser praticada contra trabalhadores.

Muitas respostas surgiram dos questionamentos da mídia da época ao Estado de São Paulo e a partir delas a população começou a compreender a desorganização e a impunidade que havia dentro do próprio regime estatal.

O comando da PM situou os casos como isolados; o Tenente-Coronel J.P. Lira disse: “A PM não compactua com este tipo de atitude. Eles serão punidos criminalmente e disciplinarmente. Posso garantir que na Polícia Militar não existe corporativismo nem impunidade.” (Tortura dura 8 minutos e terminou com um tiro. Folha de S. Paulo, São Paulo,

01 de abril de 1997) enquanto o deputado Hélio Bicudo que não se disse surpreso e confirmou “acontece há dez anos, ontem e amanhã [...] O problema é que toda a investigação é feita pela própria Polícia Militar. Isto significa que o processo vai resultar na impunidade.” (Jobim diz que ação de PMs foi “monstruosa”. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 01 de abril de 1997).

Além desses, os próprios policiais que atuaram nos crimes ocorridos na Favela Naval foram ouvidos e em suas declarações a problemática da denúncia se tornou outra, para eles era motivo de indignação que os policiais estivessem sendo filmados: “Parecia 1984”, afirmou posteriormente um dos ex-policiais implicados no caso ao ver as cenas gravadas, para expressar a preocupação de estar sendo observado em ação, o vigia vigiado, o policial policiado.” (Rifiotis, 1999, p. 34)

Mesmo que toda a população estivesse impactada com as imagens de brutalidade policial, pouco se fez a respeito do crime e, atualmente, continuamos vendo os mesmos casos acontecendo, nos mesmos territórios marginalizados e sendo classificados da mesma forma como casos isolados. A denúncia do Caso da Favela Naval trouxe questionamentos para a Justiça Militar, jogou luz nos muitos problemas que haviam dentro das corporações e deixou claro que era preciso haver uma mudança na imagem da segurança pública do Estado.

Era necessário a construção de uma nova imagem, uma reformulação dos ensinamentos fundamentais dos policiais e a abertura do “diálogo com os policiais enquanto categoria profissional” (Rifiotis, 1999, p. 29), mas o que se seguiu na mídia nos meses seguintes, as formas descontextualizadas e despolitizadas, evidenciaram o que disse Bourdieu (1997): as imagens da mídia podem suscitar um interesse humanitário, mas nenhum envolvimento prático.

Talvez o motivo pelo qual as ocorrências ainda sejam as mesmas 26 anos depois do Caso da Favela Naval esteja justamente na problemática levantada por Rolim (2023) que revela a prática do policiamento como sendo reativa e a posição de autoridade dos policiais quando, em teoria, o seu serviço é uma designação de responsabilidades funcionais a favor das comunidades. No lugar da legitimidade, a força policial com suas práticas truculentas é vista como o pior serviço do Estado que gera mais intranquilidade do que segurança.

Os entrevistados concordam com os dados da pesquisa PNAD (1988) que revelou que as pessoas preferem não recorrer à polícia ou registrar queixa [...] Solicitados a explicar porque as pessoas não procuram a polícia os entrevistados referiram-se à “falta de credibilidade da polícia” (24), por ser “inútil” (18), porque a polícia é corrupta (10), porque é negligente/incompetente (10), porque atende mal a população (9) e provoca medo nas pessoas (4) [...] (Cardia, 1997, p. 254)

Ao atuarem de forma desrespeitosa e violenta com todos – suspeitos ou não – o que a polícia faz é causar pânico e voltar contra si os moradores que em outro cenário poderiam atuar como seus aliados para manter a pacificidade dentro de territórios com histórico violento causados por facções e milícias. E falando sobre milícias, “policiais que são coniventes com a violência ou que estimulam práticas abusivas no trato com os suspeitos irão reproduzir um perfil antiprofissional e, seguramente, se envolverão – de modo incontrollável e ameaçador - com a corrupção.” (Rolim, 2023, p. 259)

Ao realizarmos uma rápida busca na barra de pesquisas do Google colocando as palavras-chave: violência policial e periferias em SP, os primeiros resultados demonstram o medo e a desconfiança da população perante os agentes eleitos para trabalhar pela Secretaria de Segurança Pública (SSP) em locais marginalizados, saltam os títulos que evidenciam a truculência das operações policiais e também é possível encontrar a contrapartida do governo em matérias que classificam os casos como isolados.

**Tabela 1 – Links para matérias que apontam violência policial**

<b>Adolescente negro é encontrado morto após ser sequestrado e família suspeita de PMs</b>	<a href="https://ponte.org/adolescente-negro-e-encontrado-morto-apos-ser-sequestrado-e-familia-suspeita-de-pms/">https://ponte.org/adolescente-negro-e-encontrado-morto-apos-ser-sequestrado-e-familia-suspeita-de-pms/</a>
<b>“Disparo acidental”, diz SSP sobre morte de jovem rendido por policial em São Paulo</b>	<a href="https://www.cartacapital.com.br/sociedade/disparo-acidental-diz-ssp-sobre-morte-de-jovem-rendido-por-policial-em-sao-paulo/">https://www.cartacapital.com.br/sociedade/disparo-acidental-diz-ssp-sobre-morte-de-jovem-rendido-por-policial-em-sao-paulo/</a>
<b>Família diz que PM atirou e matou menino de 11 anos na noite de natal em SP</b>	<a href="https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/01/07/crianca-11-anos-morta-pm-de-folga-sp.htm">https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/01/07/crianca-11-anos-morta-pm-de-folga-sp.htm</a>
<b>PMs ameaçam vizinhos e familiares de jovem negro morto na zona sul de SP</b>	<a href="https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/01/20/morte-richard-jardim-souza-zs-sp.htm">https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/01/20/morte-richard-jardim-souza-zs-sp.htm</a>

<b>Polícia de São Paulo mata inocente e intimida população da Vila Baiana, no Guarujá</b>	<a href="https://averdade.org.br/2023/07/policia-militar-assassina-jovem-no-guaruja-e-ameaca-matar-mais-moradores/">https://averdade.org.br/2023/07/policia-militar-assassina-jovem-no-guaruja-e-ameaca-matar-mais-moradores/</a>
<b>Jovem é morto pela PM durante abordagem na zona sul de SP</b>	<a href="https://exame.com/brasil/jovem-e-morto-pela-pm-durante-abordagem-na-zona-sul-de-sp/">https://exame.com/brasil/jovem-e-morto-pela-pm-durante-abordagem-na-zona-sul-de-sp/</a>
<b>PMs tapam câmeras das fardas e matam jovem negro no litoral de SP</b>	<a href="https://ponte.org/pms-tapam-cameras-das-fardas-e-matam-jovem-negro-no-litoral-de-sp/">https://ponte.org/pms-tapam-cameras-das-fardas-e-matam-jovem-negro-no-litoral-de-sp/</a>
<b>Mulher pisada por PM em SP diz que ‘achou que ia morrer como George Floyd’</b>	<a href="https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/07/14/mulher-agredida-por-policial-em-sp-achou-que-ia-morrer-como-george-floyd.htm">https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/07/14/mulher-agredida-por-policial-em-sp-achou-que-ia-morrer-como-george-floyd.htm</a>
<b>Operação Escudo: PM mata adolescente de 15 anos no Guarujá e número de vítimas da violência policial na cidade chega a 23</b>	<a href="https://www.brasildefato.com.br/2023/08/28/operacao-escudo-pm-mata-adolescente-de-15-anos-no-guaruja-e-numero-de-vitimas-da-violencia-policial-na-cidade-chega-a-23">https://www.brasildefato.com.br/2023/08/28/operacao-escudo-pm-mata-adolescente-de-15-anos-no-guaruja-e-numero-de-vitimas-da-violencia-policial-na-cidade-chega-a-23</a>
<b>Ação da PM que deixou 9 mortos e 12 feridos em Paraisópolis completa um mês; 31 polícias são investigados</b>	<a href="https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/01/01/acao-da-pm-que-deixou-9-mortos-e-12-feridos-em-paraisopolis-completa-um-mes-31-policiais-sao-investigados.ghtml">https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/01/01/acao-da-pm-que-deixou-9-mortos-e-12-feridos-em-paraisopolis-completa-um-mes-31-policiais-sao-investigados.ghtml</a>
<b>Letalidade da PM paulista cresce em 11% nos seis</b>	<a href="https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/letalidade-da-pm-paulista-cresce-11-nos-seis-primeiros-meses-da-gestao-tarcisio/">https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/letalidade-da-pm-paulista-cresce-11-nos-seis-primeiros-meses-da-gestao-tarcisio/</a>

<b>primeiros meses da gestão de Tarcísio</b>	
<b>Secretário diz que violência policial ‘excessiva’ é isolada em SP</b>	<a href="https://mobilidade.estadao.com.br/na-perifa/secretario-diz-que-violencia-policial-excessiva-e-isolada-em-sp/">https://mobilidade.estadao.com.br/na-perifa/secretario-diz-que-violencia-policial-excessiva-e-isolada-em-sp/</a>

*Fonte: Elaboração própria*

### **O impacto da fotografia vinculada ao fato**

Quando as imagens da violência policial sofrida pelos moradores da Favela Naval foram exibidas na televisão aberta e em horário nobre, o choque por parte da população que não fazia parte desse emaranhado marginalizado foi grande e a indignação tomou conta de todo o país. As cenas que estavam sendo exibidas eram de trabalhadores sendo humilhados, torturados e essas imagens capturadas, para além de denunciarem o fato que ocorria, viraram testemunha do acontecimento.

A potencialidade trágica do que foi exibido encontrou um lugar de compaixão nos brasileiros; “o fotojornalismo tende a explorar os caminhos da sensibilidade, dirigindo-se frequentemente à emoção e utilizando, amiúde, a fotochoque.” (Sousa, 2000, p. 152) e como disse um entrevistado na época “Quem gravou os policiais para a TV libertou esta Favela” (Folha de São Paulo, São Paulo, 02 de abril de 1997).

O vídeo transmitido pela emissora serviu de base para jornais capturarem imagens a partir dele para estampar suas capas e complementar seus textos. A importância da veiculação de uma fotografia apresentada juntamente a um texto é o que dá maior sentido a ele visto que o papel primordial do fotojornalismo é provocar uma opinião imediata do leitor a respeito do fato narrado; “Imagem e texto são a evidência chocante que atesta a existência de um sofrimento causado por uma injustiça, por um abuso, e, assim, pretendem servir como um documento para afetar a legislação” (Sekulla, 1982, p. 104-105)

Outro ponto é a confirmação da veracidade do que está noticiado; “O caráter de testemunha da fotografia é contíguo ao de objetividade. [...] A ação do objeto passa a ser “congelada” instantaneamente: logo, a imagem não mentiria.” (Lohmann & Barros, 2012, p. 2)

O uso da fotografia como meio investigativo que denuncia sofrimento e busca provocar mudanças na legislação de um país através da mobilização das causas sociais não é recente. Vimos isso acontecer nos Estados Unidos pelas lentes Lewis Hine, no início do século XX,

quando denunciava o trabalho infantil e também através da captura da imagem “A Madonna dos cortiços” quando junto com a Revista Survey buscava uma reforma na legislação ao tornar pública as “condições de vida e trabalho” da população. (Carvalho & Lissovsky, 2008, p. 79).

Outro exemplo de representação do sofrimento através da imagem capturada é fotografia da “Mãe Migrante” de Dorothea Lange, sob os indicadores da Farm Security Administration (FSA), que estava em busca de estimular a recuperação da economia rural e dos agricultores norte-americanos; “A “Mãe migrante” e a “Madonna dos cortiços” têm ambas uma motivação social e política [...] (Carvalho & Lissovsky, 2008, p. 82)

Um ponto muito importante que distingue ambos os casos das fotografias mencionadas, mas que acabam gerando o mesmo problema no final, é a forma como foram capturadas e a contextualização dos seus atores perante os sujeitos registrados.

Hine, quando tirou a foto que iria representar a maternidade entre os pobres, criou uma cena “a partir dos ângulos usados na concepção de Rafael Sanzio em sua pintura da Madonna na cadeira” (Trachtenberg, 1989, p.193) e a partir do momento em que a cena foi montada a legitimidade do acontecimento foi retirada do fato, pois o sofrimento deixou de pertencer ao sujeito e passou a ser apenas peça de trabalho do ator que informa.

Da mesma maneira, a fotografia capturada por Dorothea não busca legitimar o sofrimento do sujeito na imagem – a mãe com seus filhos – para trazer possíveis melhorias, a fotógrafa se aproveitou da vulnerabilidade da família para testemunhar a favor de seu trabalho com a Farm Security Administration (FSA); “eu vi e me aproximei da mãe faminta e desesperada, como se atraída por um ímã. Não me lembro como expliquei a minha presença ou a da câmera para ela. [...] Não perguntei seu nome nem sua história...” (Clarke, 1997, p. 151)

Ambas imagens estavam em busca da solidariedade do país e foram usadas para promover o desejo coletivo de reconstrução nacional norte-americana, elas possuíam uma ideologia que agregasse a posição do governo perante as classes médias e altas. A interação do ator que captura e do sujeito que se expõe em momento algum conteve, de fato, a vontade de mudança real para a população registrada e o problema da legitimidade do registro se encontra exatamente aqui. “As histórias de sofrimento devem ser contadas em primeira pessoa, devem ter a legitimidade de uma experiência de dor.” (Carvalho & Lissovsky, 2008, p. 87)

Quando temos um morador filmando a operação violenta da polícia temos legitimidade, pois a ocorrência se dá dentro de seu espaço e a experiência de dor vivenciada ultrapassa os limites do acontecimento com o outro, porque poderia ser ele no lugar do trabalhador espancado e morto pelos agentes, afinal dividem o mesmo espaço de convivência e dividem as mesmas experiências de vida.

Em 1997, na época do Caso da Favela Naval, a única forma de fazer essa denúncia era através das grandes emissoras de mídia que continham o oligopólio da comunicação, porém hoje, com o avanço da internet, ferramentas virtuais e gratuitas é necessário que os atores comunicacionais mudem. É preciso que os moradores das comunidades periféricas comecem a exercer plenamente o seu direito básico constituído na Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) de “transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.”

Existem atualmente portais de comunicação que são voltados para as demandas das comunidades da Região Metropolitana de São Paulo, como a Agência Mural – Agência de Jornalismo das Periferias e a produtora independente de jornalismo, Periferia em Movimento, ambas tratam de assuntos relacionados a vivência coletiva dentro das comunidades, possuindo espaços próprios para tratar sobre cada zona da cidade e fazem um trabalho exemplar de levar informações sobre cultura, saúde e noções de democracia ao público alvo.

Mas ainda falta nesse meio comunicacional com a favela, um espaço exclusivo para abordar gradativamente as denúncias de violência policial que acontecem diariamente dentro de seus espaços e que precisam de atenção constante para possibilitar melhorias efetivas na vida dos moradores. A criação de uma editoria específica para tratar o assunto seria uma alternativa, uma vez que é um tema bastante latente e que precisa de notoriedade e amplo debate.

Se faz necessário que as periferias construam uma comunicação rizomática que se refere, pertence e é própria das favelas, que aborde constantemente o abuso do uso da força por parte dos agentes da segurança pública, para que essas denúncias e a possibilidade da perpetuação de vida digna dos moradores em seus próprios territórios tenham visibilidade.

Quando a violação é enunciada pela comunidade que sofre constantemente com ela, essa comunidade tem a chance de escapar do esquecimento e silenciamento forçados, pelo que LeGoff (1988) denomina de “mecanismos de grupos de indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas [...] tornando-se senhores da memória e do esquecimento” (Lucas, 1998).

### **A possibilidade de construção da lembrança e memória coletiva do fato através da ferramenta spotify. for podcasters**

Quando abordamos temas como a violência policial que nos devem trazer indignação, somos motivados a buscar transformações na atuação do poder público, na nossa relação com



esses territórios marginalizados alvos das violações e precisamos ter ciência que para essas mudanças acontecerem é necessário que a lembrança das ocorrências estejam vivas em nosso consciente e que a memória do fato em si não seja, aos poucos, transformada na invalidação da violência situando-as como “casos isolados”.

Para isso, é importante que haja um meio de comunicação próprio das comunidades vítimas de violência policial, pois “ a vitalidade das relações sociais do grupo dá vitalidade às imagens, que constituem a lembrança.” (Schmidt, & Mahfoud, 1993, p. 288) e nele relembre de forma regular os acontecimentos para que a lembrança esteja viva na memória social e possa, de alguma forma, trazer justiça para as vítimas.

Uma opção para esse meio de comunicação que se refere e é próprio das comunidades periféricas pode ser a ferramenta de *streaming Spotify. for Podcasters*, que de forma gratuita possibilita a criação, edição, distribuição e até mesmo monetização do *podcast* criado na plataforma. Podendo ser utilizada através de um celular ou de um computador, a ferramenta possibilita a gravação de episódios com a frequência em que os moderadores do *podcast* optarem – diários, quinzenais, mensais – podendo inclusive carregar junto ao áudio um vídeo ou colocar uma fotografia de capa que estampa o que será abordado na narração.

A ferramenta é interessante para o uso de denúncias das violações abordadas nesse trabalho, pois além do uso simplificado, os usuários recebem suporte do próprio provedor para sanar dúvidas. O material fica online de forma gratuita podendo ser acessado por pessoas em todos os lugares e há a possibilidade de ganhar dinheiro fazendo isso. Dessa forma, há também maior possibilidade de perpetuação da notícia na lembrança popular através da realização de manifestações com o dinheiro arrecadado, por exemplo.

Fazendo um exercício de imaginação poderíamos ter o seguinte cenário: aconteceu uma patrulha policial dentro de um território periférico e o abuso de força dos policiais envolvidos resultou na morte de moradores do local que não tiveram a chance de defesa, pois os agentes atuaram também como juízes e decretaram a pena de morte, que vale salientar, não é permitida no território nacional desde o século XIX.

Outros moradores que estavam escondidos em suas residências conseguiram capturar imagens e áudios do acontecido. Esses moradores, de forma anônima, conhecendo a ferramenta, fazem *upload* do material para o perfil daquela comunidade específica dentro da plataforma e conseguem materializar a memória do crime que aconteceu com seus moradores para o mundo fora da favela.

Ao longo dos dias podem fazer atualizações no *podcast* a respeito do crime, assim como a imprensa comum faz ocasionalmente com o suíte – jargão jornalístico para sequência – a

respeito dos desdobramentos do caso e podem também fazer sua própria cobertura midiática do fato, trazendo entrevistas com outras testemunhas se utilizando da ferramenta de modificação de voz da plataforma para garantir a segurança de quem fala; ‘‘ainda que seja tecnicamente difícil ou impossível captar todas essas lembranças em objetos de memória a sequência de cenas é o melhor suporte para fazê-lo [...] Ele se dirige não apenas às capacidades cognitivas, mas capta as emoções.’’ (Pollak, 1986, p. 11)

Ao passar do tempo, com o compartilhamento dos episódios o número de ouvintes do *podcast* cresce e sua popularidade sobe de forma exponencial, junto à crescente dos números, a monetização se torna possível, os moradores responsáveis pelo perfil da comunidade com acesso ao valor resultante da monetização podem promover manifestações e arcar com os custos de deslocamento, compra de material como cartazes, tintas, confecção de camisetas com imagens da ocorrência etc.

E isso poderia ser feito com todas as ocorrências que acontecerem dentro daquele território e todas as denúncias podem, ao mesmo tempo, coexistir dentro do perfil do *podcast* sendo sempre abordadas e lembradas enquanto necessário, com os episódios sendo intitulados com as datas dos crimes e a atualização para que não haja confusão e mistura entre as ocorrências.

Leal (2012) evidencia que é preciso que haja um testemunho para que o fato se perpetue e se torne memória para um grupo. Logo, tal atividade seria de extrema importância para a construção da lembrança, não só dos moradores do local, mas também dos moradores externos da sociedade geral, podendo fortalecer a construção social da memória coletiva sobre o fato (Schmidt & Mahfoud, 1993) para que futuramente ele não venha a se repetir e não seja colocado na conta, mais uma vez, das exceções.

O avanço tecnológico, de forma quase democrática, possibilitou que os atores de narração da notícia mudassem e que a legitimidade dos fatos contados esteja intrínseca em si, pois ‘‘com a internet a produção de notícias passou a ser compartilhada por produtores, que publicam e compartilham suas próprias imagens, textos e vídeos.’’ (Fernandes, 2014, p. 3)

Ao utilizar essa ferramenta para compartilhar a vida da favela com os moradores de fora se cria um laço afetivo, pois o grupo específico que sofre a violação tem o apoio dos grupos que não sofrem com ela e se encontravam desprovidos de informações realistas sobre a vivência periférica.

Uma vez que potencializa o compartilhamento de ideias e valores que antes só poderiam ser vivenciados isoladamente ou por pequenos grupos [...] esses ideais passam a ser compartilhados em larga escala a partir de uma

---

comunicação livre, horizontal, em que todos os seus interlocutores se sintam igualmente envolvidos (Pereira & Coutinho, 2015, p. 6).

E é importante trabalharmos com a definição de lembrança e memória nesses casos, tirando o peso de memória clandestina, pois a memória é a construção sólida dos quadros sociais e também é a reconstrução desses mesmos quadros onde a lembrança de um fato ocorrido permanece e pode articular como testemunha a favor, nesse caso específico, dos marginalizados pelo Estado. “Uma vez rompido o tabu, uma vez que as memórias subterrâneas conseguem invadir o espaço público, reivindicações múltiplas e dificilmente previsíveis se acoplam a essa disputa da memória [...]” (Pollak, 1986, p. 5)

Quando conseguimos que o próprio sujeito do sofrimento fale por si, tiramos a problemática da construção de uma memória oficial feita por quem não sente e não vive naquele meio; “o problema de toda memória oficial é o de sua credibilidade” (Pollak, 1986, p. 9)

O acontecimento deixa de ser construído de forma arbitrária com o fim de trazer mais audiência para uma rede de emissora ou para a comoção momentânea usada em discurso político que usa por conveniência a dor do outro para ganhar espaço; a legitimidade do fato garante que a sua denúncia busca atingir, em todos os graus, melhoria de vida para a comunidade em que os moradores estão narrando suas próprias vivências.

Brasiliense & Ribeiro (2006) ao utilizarem da definição de memória seletiva como resultado de enquadramento de Pollak (1992), questionam sobre a quem deve caber a guarda da memória quando os meios de comunicação tradicionais são um dos principais atores de enquadramento da memória do passado coletivo, sendo eles também responsáveis pelo controle através de “testemunhas autorizadas” quando o jornalista interfere com a reconstrução de valores em sua mediação entre o fato e o leitor.

### **Considerações Finais**

Como estamos imersos em uma realidade em que não conseguimos nos dissociar dos meios tecnológicos e de seus avanços, é importante que, para além do entretenimento, possamos procurar meios de fazer seu uso também para provocar mudanças no mundo real, mudanças palpáveis e que vão garantir o direito básico de segurança que todo cidadão tem.

Registrar nesses meios tecnológicos as lembranças de crimes ocorridos, das violações praticadas por quem deveria, em teoria, proteger, se torna uma forma de não esquecer agora do que acontece fora do nosso olhar e também tornar vivida para o futuro a memória do que não pode continuar se repetindo com moradores periféricos. (Lucas, 1998)

A partir do momento em que uma comunicação rizomática se estabelece em uma comunidade marginalizada, podemos assumir que para além das denúncias dos casos de violação policial que ocorrem, essas comunidades terão de volta algo que nunca lhes poderia ter sido tirado: a dignidade. Ao passo que estão sob a vista da sociedade geral, contando o seu lado da história, corroborado com imagens, áudios etc. Servindo de prova e testemunha dos acontecimentos, as comunidades se empoderam e podem, com o passar do tempo, abandonar o medo daqueles que tem como trabalho exercer o dever de garantir segurança pública instaurada por lei.

A favela deixaria de ser refém dentro do seu próprio território e os seus moradores passariam do lugar de sujeito aterrorizado para ocupar o lugar de sujeito reativo que expõe o problema e busca melhorias concretas através dos meios de comunicação e de sua legitimidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Assembleia Geral das Nações Unidas (resolução 217 A III), dez. 1948.

<https://www.tjsp.jus.br/Download/Portal/Neddif/AtosNormativos/DeclaracaoUniversalDireitosHumanos.pdf>.

Agência Mural – Agência de Jornalismo das Periferias. <https://www.agenciamural.org.br/>

ANTUNES, M. N. & COQUEIRO, J. M. **Comunicação rizomática: reflexões sobre os movimentos de resistência em tempos de COVID-19**. Saúde Debate, Rio de Janeiro, v. 46, n. 132, p. 200-210, 2022.

BRASILIENSE, D.R & RIBEIRO, A. P. **A matança dos inocentes: questões de memória e narrativa jornalística**. UNIrevista-Revista eletrônica da Universidade do Vale dos Sinos, n. 1, p. 1-12, 2006.

CARDIA, N. **O medo da polícia e as graves violações dos direitos humanos**. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 9(1): 249-265. Maio, 1997.

CARVALHO, C. S & LISSOVKSY, M. **Fotografia e representação do sofrimento**. Revista Galáxia, n.15, p. 77-90, 2008.

LEAL, L. A. M. **Memória, rememoração e lembrança em Maurice Halbwachs**. Revista Linguagem, v. 18, n. 1, 2012.

LOHMANN, R. & BARROS, A. T. M. P. **A objetividade no fotojornalismo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Chapecó, 2012.

LUCAS, C. R. **Os senhores da memória e do esquecimento**. Transinformação, v. 10, n. 1, p. 87-96. Jan/Abr, 1998.

PEREIRA, C. M & COUTINHO, I. **Circulação audiovisual e comunicação pública: A internet como espaço para o exercício da pluralidade e do direito à comunicação**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Rio de Janeiro, 2015.

Periferia em Movimento – Produtora independente de Jornalismo de Quebrada.  
<https://periferiaemmovimento.com.br/>.

POLLAK, M. **Memória e identidade social**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

POLLAK, M. **Memória, esquecimento, silêncio**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

RIFIOTIS, T. **Violência Policial e imprensa: o caso da Favela Naval**. XXI Encontro Anual da Anpocs, Caxambu, 1999. p. 28-41, 2004.

ROLIM, M. **Guerreiros ou guardiões? Notas sobre o conceito de polícia**. Revista Direito e Práx., Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 248-269, 2023.

SCHMIDT, M.L.S & MAHFOUD, M. **Halbwachs: memória coletiva e experiência**. Psicol. USP, São Paulo, v. 4, n. 1-2, p. 285-298, 1993.

Spotify. for Podcasters. <https://podcasters.spotify.com/>

## **Corpo feminino como mercadoria: Como a mídia produz, distribui e cria consumidores**

Kássia Letícia Ribeiro da Costa FERNANDES  
Universidade Federal do Piauí, Teresina, Piauí

### **Resumo**

Este artigo permite uma reflexão teórico-crítica sobre a percepção do corpo feminino na contemporaneidade como mercadoria pela indústria capitalista, considerando a mídia e suas tecnologias como os lugares condutores e propositores de padrões de comportamento. Ao fim desta análise, argumentamos que as redes sociais têm-se utilizado de padrões inalcançáveis de beleza para que nessa busca o mercado continue a produzir e distribuir novas mercadorias voltadas à cultura do consumo do corpo feminino.

**Palavras-Chave:** Corpo Feminino; Cultura do consumo; redes sociais.

### **Introdução**

O imaginário relativo ao corpo contemporâneo, difere de qualquer outro período histórico já presenciado. Nunca se teve uma preocupação tão grande com a beleza, a juventude e o prazer. A eterna busca pelo hedonismo se apresenta, também, como fator determinante nesse processo (Maroun e Vieira, 2008). Essa cultura corporal na sociedade contemporânea vem fazendo com que um número cada vez maior de pessoas tente adequar-se aos padrões de beleza vigente, visando a uma perfeição física praticamente inalcançável.

Desde os tempos mais remotos da história e da pré-história, o ser humano faz do seu corpo um objeto cultural. Relatos em que os povos primitivos usavam substâncias para maquiagem e embelezamento, demonstrando a preocupação com aparência são facilmente encontrados na literatura, em que rostos e corpos eram pintados e tatuados para agradar aos deuses e afugentar os maus espíritos. Neste período o homem vivia em busca apenas da sobrevivência, com atividades voltadas para alimentação, fuga de animais e rituais dirigidos aos seus deuses. Já na Grécia clássica, período compreendido entre os anos V e IV a.C, os gregos nos transmitiram o gosto pela harmonia, pela proporção das formas e pelo equilíbrio perfeito, e os padrões de beleza e harmonia criados nesse período são imitados até hoje. (Suenaga. et al 2012).

Termos como: shape, trincada, esculpida, “sarada”, tem se propagado desde as últimas décadas do século passado como signo do homem contemporâneo. O cotidiano funciona como

fundamento da referida tendência, na medida em que a importância atribuída ao presente justifica a prática de consumo da cultura do corpo, por parte dos indivíduos, e a “necessidade” da mídia de pautar e refletir esta temática. (Cruz, 2010). Por meio do corpo, o homem apropria-se da substância de sua vida traduzindo-a para os outros, servindo-se dos sistemas simbólicos que compartilha com os membros da comunidade (Le Breton, 2007). Para Trinca (2008), a ênfase na precariedade da carne, na imperfeição, na falta de resistência, no envelhecimento progressivo e na morte como ameaça constante alimentam o imaginário social referente ao descrédito para com o corpo real e amparam diversas pesquisas científicas e numerosas práticas que pretendem remediar as deficiências do orgânico por meio de procedimentos técnicos e métodos de gestão e controle. A era do “pós-orgânico” e da “pós-humanidade” celebra a condição do corpo-máquina. Nesta perspectiva, Foucault (2002) salienta que o tipo de investimento do corpo necessário ao funcionamento da sociedade capitalista se transformou à medida que os corpos se tornaram úteis e adestrados. O corpo é valorizado e, assim, pode-se ressaltar que o mercado o descobre, o liberta, para em seguida aprisioná-lo em uma malha de necessidades e exigências sem fim.

Segundo Moreira (2020), neste cenário, mulheres são particularmente afetadas, uma vez que na cultura do consumo, a mulher é direcionada a adequar-se ao padrão hegemônico de beleza estipulado pelos regimes de visibilidade, estimuladas a práticas de atividades físicas, cirurgias plásticas, uso de cosméticos e muitas outras práticas de embelezamento e hipervalorização da construção corporal disseminadas pela mídia. Em consequência, quanto mais insatisfeita com a sua imagem a mulher estiver, possivelmente, a compra de serviços que trazem a promessa de beleza será maior, e os dados que liberam estarão à disposição para serem utilizados como fonte para a sugestão de novos produtos que “irão” nos causar bem-estar. (Oliveira et al., 2020)

Para Brittos (2006), a mídia e suas tecnologias seriam lugares, por excelência condutores e provocadores da cristalização de uma sociedade marcada por relações de poder desiguais, atuando como dinamizadoras do controle social. Este autor afirma ainda que as mídias exercem um papel fundamental, na medida em que contribuem com tecnologias de observação e ainda propõem padrões de comportamento. Para Oliveira et al. (2020), o mito da mulher sempre bela é reforçado pelo machismo que em uma sociedade patriarcal se retroalimenta, onde a mulher deve estar sempre bonita em qualquer situação da vida. É dessa maneira que o capitalismo pode inferir ao mercado melhores produtos e fomentar a ideia da vida cada vez mais permeada de plasticidade e artificialidade, uma vez que as mulheres buscam se adequar aos corpos “virtuais” apresentados pelas mídias.

Dessa forma, analisaremos o corpo feminino como uma construção sociocultural, ou seja, além do seu aspecto biológico, porém daremos ênfase ao contexto cronológico do capitalismo, com discussões em torno da corporeidade e da maneira como está se apresenta nas redes sociais.

### **Método**

O trabalho parte de uma abordagem analítico-descritiva e perspectiva crítica a partir do contexto histórico, político e social em que os eventos acontecem no observável. Para isso, Gil (2002) afirma que as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

Dourado (2008), aponta o método materialista histórico dialético como quadro referencial desta pesquisa, por contemplar a importância da capacidade de conceber o conhecimento a partir de interpretações ativas da realidade, construídas pela experiência social única para cada indivíduo, e que produz o raciocínio lógico necessário para a interpretação das regras próprias do ambiente pesquisado. Dessa forma pretende-se tentar responder a questão-problema e alcançar os objetivos por meio da sustentação teórica da Economia política da Comunicação - EPC.

São inúmeras as áreas e especialidades capazes de estudar, analisar e interpretar questões relacionadas ao corpo feminino, neste sentido, buscamos articular algumas delas a fim de compreender de forma dialética o corpo feminino e suas manifestações. No entanto, o núcleo metodológico predominante em nossa análise é dialético-materialista, desta forma, reúne diferentes contribuições como elementos mediadores na construção do fenômeno em sua totalidade concreta. Nesta pesquisa realizamos uma análise acerca da forma como as redes sociais influenciam nesta imagem que as mulheres têm dos seus corpos e do padrão que desejam alcançar, observando de que forma o *Instagram* influencia nos padrões criados e recriados de acordo com o tempo ou as exigências do mercado direcionados ao público feminino. Para Trinca (2008) os estudos que têm preocupação com a corporeidade humana ao focalizar criticamente sua transformação em mercadoria, mostram a economia enquanto esfera privilegiada na análise de como o corpo disciplinado e dominado se relaciona e se constrói por meio do processo de produção e consumo, ao considerar a mercadoria como mediadora das relações sociais estabelecidas no capitalismo.



## **Resultados e discussões**

A modernidade capitalista, com suas profundas transformações sociais, culturais e econômicas, trazidas pelas revoluções burguesas, pelo desenvolvimento das forças produtivas e pela reconstrução do espaço urbano, nos oferece elementos históricos para fundamentação de nossa análise, pois além da implantação de um novo modo de produção, estabeleceu-se um amplo e dinâmico processo civilizatório, o qual além de implicar em uma mudança societal de âmbito global, promoveu alterações na subjetividade humana, entre elas as que estão associadas às novas expectativas com relação ao corpo. Jameson (1994), nos desafia a caminhar em direção à história do corpo, buscando inseri-lo sempre num contexto social capaz de nos levar a compreender os nexos estabelecidos entre o fenômeno particular investigado e as dimensões mais gerais de uma totalidade em movimento. Ao se tratar do corpo feminino, se faz ainda mais necessário buscar a historicização deste corpo afim de compreender o atual cenário a respeito do corpo feminino.

De acordo com Colling (2014), ao recuarmos no tempo à procura da construção inicial deste discurso a respeito da “natureza feminina”, podemos constatar que ele foi definido pelas gregos no início da cultura ocidental, condicionando a cultura até chegar à percepção de que este é destinado unicamente para a reprodução e apto para a maternidade. Para elas, ao serem consideradas imperfeitas por natureza, as mulheres teriam menos valor e seriam inferiores aos homens, logo, deveriam ser submetidas a eles. Dessa forma, sendo o corpo o primeiro lugar de inscrição, a sociedade sempre enxergou a mulher, primeiramente, a partir de seu corpo e de seus frutos, limitando-a na reprodução e na afetividade discurso tão enraizado que pouco se era questionado. Colling (2014) conclui que, por consequência, a maioria das mulheres acomodava-se na instituição familiar dominada pelos homens, que lhe garantia subsistência, lhe oferecia um companheiro para toda a vida e fornecia um sentimento de proteção frente ao cotidiano da vida, em que viviam para seus maridos, esquecidas, esqueciam de pensar sobre si mesmas.

Fontinele e Costa (2020) aponta, a partir da perspectiva foucaultiana, que a materialidade do gênero acontece através da prática contínua de reforço das normas regulatórias que qualificam os corpos, sendo estas, efeitos das relações de poder construídas nas sociedades. São estas normas que regulam a forma como os indivíduos se colocam no mundo, criando uma subjetividade que seja de acordo com os valores definidos social e politicamente. Os discursos produzem uma “verdade” sobre os sujeitos e sobre seus corpos quando sugerem o que vestir, o que usar, o que falar, como se comportar, etc, constituindo identidades. Esta produção de

identidades pelos discursos, ao mesmo tempo que inspira liberdade, organiza práticas de disciplinamento e de controle (Colling, 2014). A transformação dos corpos na atualidade, prisioneiros do discurso da eterna juventude, transforma homens e mulheres em máscaras mal feitas de uma mesma formatação. No entanto, essa formatação sempre foi mais imposta a mulheres do que a homens, uma vez que, ainda na infância meninas são conduzidas à forma como devem se comportar, como vestir, como sentar, o tom de voz e a forma de se expressar. O que se pode perceber, é que desde que nascem, mulheres são cobradas a se adequarem a padrões impostos pela sociedade.

Jameson (1994) mostra que as linguagens midiáticas alteraram definitivamente a subjetividade e os modos de viver após a Segunda Guerra. A cultura baseada na imagem, servindo-se de meios como a televisão, o computador, o cinema e a publicidade, se sobrepôs ao instrumental da imprensa escrita e à cultura literária anteriormente predominante, apontando, deste modo, a onipresença da imagem nos mais diferentes setores da vida. Anderson (1999) salienta que o grande divisor de águas tecnológico que demarcou o pós-moderno e possibilitou a implantação da sociedade da imagem foi a invenção da televisão. Jameson (1994) lembra que a simbiose entre mídia e mercado assinala a identificação gradual da mercadoria com sua imagem (ou marca, ou logotipo). Nela as fronteiras ficam submersas (configurando o pós-moderno) e a “indiferenciação de níveis” aos poucos toma o lugar da divisão entre cultura e economia.

No Brasil, desde meados do século XIX, os desejos de modernidade se expandiram, sob o influxo da expansão urbana e crescimento das atividades agro exportadoras. Junto com essas transformações urbanas e comerciais, destacava-se a expansão da circulação de periódicos, jornais diários e revistas que veiculavam cada vez mais e de forma diversificada anúncios de produtos, que também apareciam em cartazes espelhados pelas cidades. Por meio da publicidade, buscava-se divulgar as novidades do mercado, existência de novos produtos, marcas e serviços, de modo a despertar o desejo de consumo nos leitores. Matos (2010), afirma ainda que desde 1850 os produtores de remédios e cosméticos eram os maiores anunciantes e possuíam uma grande influência e impacto perante o público. Assim, diferentemente de outros momentos históricos, em que o consumo se voltava aos adornos que serviam de ostentação da beleza, atualmente os sujeitos investem na própria imagem, ou seja, consomem a fim de que a representação de sua aparência se aproxime ao máximo das imagens que são veiculadas pela mídia e publicidade (Fontinele e Costa, 2020).

É nesta cobrança por estar sempre bela, dentro do esperado pela sociedade, as mulheres vivem em busca de práticas corporais, produtos e procedimentos estéticos que as ajudem a

encontrar o padrão imposto pelo mercado. Soares e Barros (2014), aponta que já em 1920-22 cerca de 35% das publicidades apresentadas mensalmente nas edições da revista eram direcionadas especificamente à modelagem do corpo, se apresentando como remédio ou cosmético, numa função múltipla de cuidar, tratar e embelezar. As propagandas veiculadas em periódicos disseminam muito mais que as possibilidades de simples aquisição e incuti gostos, hábitos e discursos em seus leitores através das propagandas, sendo, portanto, espaços de convencimento (Silvia Sasaki, 2010). Durante muitos anos, as publicações das revistas funcionaram como um dos principais dispositivos de controle do corpo na sociedade, apontando noções de beleza e medidas corporais que deveriam ser seguidas a para alcançar o “corpo perfeito”. Na contemporaneidade, novas formas de agenciamento dos corpos são disseminadas na sociedade com a emergência das redes sociais e a adesão em massa a elas. Essas redes atravessam o corpo por meio de práticas discursivas e não discursivas traçadas por enunciados e imagens, que o circundam e para o qual convergem saberes, poderes, agenciamentos, controle e policiamento (Fontinele e Costa, 2020).

A valorização do corpo em um momento histórico no qual se apresenta um brutal investimento da tecnociência em direção à superação do limite da materialidade humana, aspirando a concretização do chamado homem-máquina parece indicar mais um dos paradoxos presentes na atualidade (Trinca, 2008). O corpo, compreendido a partir dessa lógica, passa a ser concebido como uma mercadoria, passível de investimentos que se apresentam na forma de atitudes e esforços com o intuito de modificá-lo. (Fontinele e Costa, 2020). Assim, é possível questionar como corpos cada vez mais livres se aprisionam a modelos e padrões ditados pela cultura do consumo, e que se remodelam à medida que surge um novo padrão estabelecido pelo mercado:

O sistema capitalista cria ou busca captar para os seus propósitos o conjunto de mediações sociais, o que mostra uma relação entre elas. Esta processualidade atende a um todo econômico, muito mais do que político, de onde a articulação desarticulada é evidente, tendo em vista não haver uma orquestração ou qualquer ausência de contradição, mas um macro interesse comum (a lucratividade), em nome do qual as partes podem abrir-se a uma variedade de angulações, já que as metas são mais de curto prazo (BRITTOS, 2006).

Trinca (2008) pontua que o capital se empenha ininterruptamente em moldar os corpos de acordo com suas próprias demandas, ao mesmo tempo em que internaliza em seu *modus operandi* efeitos de desejos corporais, vontades, necessidades e relações sociais em mudança e interminavelmente inacabados. Bauman (2008) aponta que a padronização de nossa conduta está baseada nas imposições do mercado. Quanto mais insatisfeita com a sua imagem a mulher

estiver, possivelmente, a compra de serviços que trazem a promessa de beleza será maior, e os dados que liberam estarão à disposição para serem utilizados como fonte para a sugestão de novos produtos que “irão” nos causar bem-estar (Oliveira et al., 2000). Harvey (2004) acredita que é desta maneira que esse processo interfere nas formas de subjetividade e modela muitas esferas da vida social.

As redes sociais “pregam” uma vida de falsa felicidade, desse modo, a aparência está relacionada com padrões esteticamente definidos pela indústria da moda, de formas perfeitas, isto é, os padrões de beleza irreais definem uma busca incessante para uma forma de “parecer aceitável” pela nova sociedade. Nesse processo de transformação dos sujeitos em mercadorias, as mulheres ocupam um lugar de destaque, visto que a sociedade patriarcal machista estabelece o que é belo ou feio de acordo com determinados padrões. Assim, a padronização da beleza produz lucratividade para o sistema capitalista, desse modo, compreender como o comportamento da sociedade está ligado a um modelo de consumo nas redes sociais é fundamental para compreender como o Capitalismo de Vigilância pode influenciar na forma como as mulheres “se percebem” (Oliveira et al.2020).

Como o crescimento do mercado de estética no mundo, vemos cada vez mais pessoas tentando se adequar aos padrões criados por ele, seja em procedimentos estéticos ou em práticas corporais que prometem resultados possíveis, ou não. Segundo Vigarello (2006), o corpo se tornou “o nosso mais belo objeto de consumo”. Ao longo da história, a humanidade sempre se preocupou em prolongar a vida e a juventude, preservando o corpo e a saúde. No mundo atual, tais práticas têm um aparato científico, aliando a biologia e a informática em especial, que produz incessantemente novos recursos, tecnologias e produtos no intuito de alcançarmos a ‘saúde perfeita’ (Santos, 2008).

Para Trinca (2008) o destaque e a busca por um corpo “perfeito, saudável e jovem” não apenas revela os paradoxos em que se encontra a sociedade, mas também a incongruência de um modo de vida calcado numa racionalidade instrumental que, ao mesmo tempo em que notabiliza o corpo como local de felicidade, de representação da identidade social, o encaminha para uma obsolescência permeada pela lógica da mercadoria. Assim, de acordo com Medeiros (2015), a mídia vende um estereótipo, uma imagem de sonho perfeito que passará a ser perseguido incansavelmente e onde o corpo que fuja aos parâmetros preestabelecidos será totalmente rejeitado. Oliveira et al. (2020) afirma que nesse processo de transformação dos sujeitos em mercadorias, as mulheres ocupam um lugar de destaque, visto que a sociedade patriarcal machista estabelece o que é belo ou feio de acordo com determinados padrões.

Cesar Bolaño (2014) pontua que o modelo de capitalismo industrial (monopolista) que se desenvolveu ao longo do século XX, sobretudo no pós-guerra, proporcionou a estrutura

necessária para que a informação, o conhecimento e a cultura fossem produzidos, utilizados e organizados da forma que conhecemos hoje, como instrumentos de poder político e econômico de tipo particular. Nesta mesma perspectiva, o filósofo Foucault elaborou uma análise sobre o sistema prisional moderno em sua obra *Em Vigiante e Punir*, onde aponta que para além das mudanças formais no direito e nas formas de controle social, foi se constituindo uma nova economia política sobre o corpo com as instituições disciplinares modernas. Agora com a intenção de adestrá-lo e exercitá-lo para que seja reduzido à capacidade de revolta e resistência, na intenção de fabricar corpos que ele denomina “dóceis”. Ou seja, Foucault descreve que a rede do poder disciplinar produz comportamentos e fabrica o tipo de homem necessário ao funcionamento e manutenção da sociedade industrial capitalista: um homem que seja ao mesmo tempo obediente e eficaz. Desta maneira, pode-se perceber que, para que a indústria capitalista mantenha o seu funcionamento e lucratividade neste setor, precisa vender um ideal de beleza cada vez mais inalcançável, no qual produza maior quantidade e variedade de produtos e serviços com este fim. Portanto, se o padrão de felicidade relacionado ao ideal de beleza, juventude e saúde fosse facilmente atingido, inviabilizaria a própria indústria da beleza e da moda, ou melhor, o consumo como um todo, especialmente no que tange a construção da aparência física (Trinca, 2008). A normalização do corpo engendrada pela mídia não ocorre apenas pela imposição de modelos ideais de beleza, mas, sim, pela afirmação contínua de que se pode ter o corpo desejável e perfeito, bastando somente que se queira tê-lo. Tal enunciado tem como consequência principal a atribuição da responsabilidade da aparência ao próprio indivíduo (Fontinele e Costa, 2020).

De acordo com Britos (2006), observa-se a mídia e suas tecnologias como os lugares por excelência condutores e provocadores da cristalização de uma sociedade marcada por relações de poder desiguais, atuando como dinamizadoras do controle social.

De um lado, os meios de comunicação distribuem uma cultura (não raro já presente no mundo da vida, mas que é industrializada, o que pressupõe incorporada aos moldes capitalistas) que tende a reforçar os limites da sociedade de consumo, o que implica em condutas que atendem aos interesses do poder, já que marcadas por um controle social. De outro lado, as tecnologias midiáticas espalham-se pelos mais diversos espaços, passando a integrar a sociabilidade, vendendo posturas definidas como adequadas e confirmando lógicas que podem acabar sendo introjetadas pela subjetividade (Britos, 2006).

Para ele as mídias exercem um papel fundamental, na medida em que contribuem com tecnologias de observação e ainda propõem padrões de comportamento, mecanismos indispensáveis à introjeção das ideias que conduzem a uma auto-censura. Seguindo esta direção, o próprio Foucault posicionou corretamente a produção e distribuição de comunicação na

contemporaneidade. Ele alerta para “os componentes materiais e econômicos da opinião”, constituindo-se as mídias em “uma materialidade que obedece aos mecanismos da economia e do poder em forma de imprensa, edição, depois de cinema e televisão”. O poder exercido pelas mídias sociais invade a subjetividade dos sujeitos possibilitando que a esfera pública e privada se confunda, aprisionando os indivíduos em alienação demarcada pelos valores mercadológicos. Nessa linha de raciocínio, ser feliz está relacionado com possuir bens de consumo, além disso, a identidade dos sujeitos desaparece frente às identidades fornecidas pelo capital, especialmente, aquelas que se relacionam com beleza e sucesso (Bauman, 2008).

Os hábitos informativos desenvolvidos contemporaneamente vêm se alterando à medida em que se modifica a máquina de comunicação presente na sociedade, onde os processos enunciativos dados na sociedade dita moderna, que estavam seguramente distribuídos e institucionalizados, se embaralham, e assim os lugares e as formas de produção da verdade se reconfiguram, exigindo novos modos de produção e interpretação (Reis, 2016). Nesta perspectiva das tecnologias midiáticas, hoje podemos citar as redes sociais como um desses meios propositores de padrões de comportamento. De acordo com Reis (2016), nas análises de redes sociais, uma boa parte das visualizações de interações realizadas, é possível constatar a forte presença das mídias jornalísticas na produção do debate público.

Para Bolaño (2014), uma rede social pode ser definida como uma estrutura composta por pessoas ou organizações, conectadas entre si através de laços sociais e partilhando interesses em comum. Os primeiros sites de redes sociais surgiram no final da década de 1990, quando a Internet começou a se popularizar de fato entre os usuários comuns.

Em síntese, seu principal objetivo não é produzir um saber sobre um indivíduo específico, mas usar um conjunto de informações pessoais para agir sobre outros indivíduos, que permanecem desconhecidos até se transformarem em perfis que despertem interesses de qualquer natureza. Inicialmente os bancos de dados se situam num nível inividual. Eles não têm apenas a função de arquivo, mas uma função conjugada de registro, classificação, predição e intervenção. É exatamente este conjunto de informações que dá às corporações que captam a subjetividade coletiva através de plataformas de internet um grande poder de mercado (Bolaño, 2014).

Vender visões de mundo parece ser o que resta ao sistema tradicional de mídia, acomodado ao modelo corporativo mercadológico. Com a hegemonização do digital, a eles não restará sequer a provisão da infraestrutura de circulação (gráficas, distribuidoras de jornais, redes de radiodifusão), bem essencial para atrair as verbas de publicidade que lhes permitem financiar a produção (Anderson, Bell e Shirky, 2013). Acrescente-se ainda a emergência dos algoritmos, a inteligência artificial, que também retiram outra parte das atribuições até então humanas e operadas pelo campo do jornalismo de seleção e edição de notícias (Reis, 2016). No

entanto, o fato de o cotidiano das plataformas ser conduzido e gerenciado em tempo real por algoritmos não elimina o de que são os seus acionistas majoritários que definem, delimitam e comandam seus códigos e parâmetros. Os capitalistas determinam o que os algoritmos devem buscar, mas dificilmente definem como devem realizar suas operações. A coleta de todo e qualquer dado das pessoas passou a ser considerada imprescindível para formar o melhor perfil de cada consumidor. Com o conhecimento minucioso de cada perfil, será possível tentar modular as suas necessidades e escolhas. Essa constatação reforça a coleta de dados e a expansão do mercado de dados pessoais, assim, seus algoritmos, ao interagirem com os dados, vão buscando definir padrões conforme os objetivos inicialmente definidos (Silveira, 2020).

A venda, nos anúncios publicitários tem sido cada vez menos feita em termos de comando imperativo. Usa-se agora os termos de uma dramatização de uma situação idealizada de consumo no qual se empregam representações sociais do que seja ideal (Brittos, 2016). Atualmente os anúncios são feitos por meio de histórias contadas e aplicadas em um contexto onde o receptor é induzido a se identificar e conseqüentemente sentir a necessidade ou o desejo do produto apresentado. Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005) afirmam: A configuração em rede é peculiar ao ser humano, ele se agrupa com seus semelhantes e vai estabelecendo relações de trabalho, de amizade, enfim relações de interesses que se desenvolvem e se modificam conforme a sua trajetória. Assim, o indivíduo vai delineando e expandindo sua rede conforme sua inserção na realidade social. As redes sociais constituem uma das estratégias subjacentes utilizadas pela sociedade para o compartilhamento da informação e do conhecimento, mediante as relações entre atores que as integram.

De Medeiros Santos (2016) corroboram com as afirmações anteriores quando afirma que nas redes sociais é possível ver uma cultura de emergência, onde se preza pela instantaneidade das informações e cada vez mais se tornam comuns a disseminação e produção de conteúdo com fins publicitários. É dessa maneira que funciona o aplicativo *Instagram*, que está entres os aplicativos mais populares do mundo, sendo o 4º aplicativo mais baixado no Brasil em 2015, e é considerado um dos melhores representantes de uma cultura visual e da tendência de redes sociais online baseadas em compartilhamento de imagem e vídeos (Stolarski, 2018). O *Instagram* é um aplicativo gratuito, o que contribui para que ele se torne um aplicativo mais acessível, e sua base de relacionamentos se mantém em torno de ter amigos ou seguidores, ou seja, indivíduos que estão vinculados à conta de usuários, com o intuito de acompanhar continuamente as atualizações do outro na rede (Piza, 2012).

Com o passar dos anos e de forma rápida, esta plataforma evoluiu, ganhou novas ferramentas de compartilhamento, inclusive de imagens e vídeos em tempo real. Dessa forma,

o aplicativo que inicialmente foi criado apenas com a intenção de compartilhamento de fotos de forma nostálgica, tornou-se uma das principais ferramentas de marketing utilizada pelas empresas e ganhou mais espaço no meio digital. O selo de verificação, por exemplo, que objetiva ajudar a encontrar as contas reais de pessoas e marcas, antes só seria disponibilizado após o cumprimento de alguns requisitos solicitados pela plataforma, mas a partir de 2023 o selo pode ser obtido através de uma assinatura mensal no valor de R\$ 55 mensais.

A construção e solidificação de um relacionamento de confiança nas redes sociais entre um influenciador e seu público são de suma importância para que essa relação seja de sucesso e tenha em seu público uma maior receptividade do conteúdo que é ofertado, e por isso observamos uma grande utilização dessas ferramentas como forma de utilização para fins publicitários. Para Montelatto (2015), o Influenciador é uma pessoa que consegue influenciar sua audiência, usando de sua reputação adquirida através de blogs, sites ou redes sociais, a praticar determinada ação, seja comprar, ir a um evento, ou experimentar determinado serviço. No entanto Moraes & Saback (2021), afirmam que a profissão de Influenciador Digital nasce para alimentar o capitalismo contemporâneo, que tem como premissa a manutenção do consumo desenfreado de bens e transforma as pessoas em mercadoria. O *Instagram* é, na contemporaneidade, a mídia social que mais promove o engajamento dos consumidores com marcas, a uma taxa de 4,21%. Isso significa que a interação dos consumidores, neste aplicativo, presentes na mídia com as marcas é 58 vezes maior que no *Facebook* e 120 vezes maior que no *Twitter*, por exemplo. Esses números representam forte impacto nas oportunidades empresariais dentro do *Instagram* (Stolarski, 2018).

Com base nessas informações conseguimos visualizar como o fluxo ininterrupto de imagens está em todo ambiente e os enredos dos meios de comunicação de massa concebem um “real” ou “hiper-real” que substitui a vida cotidiana pelo que ocorre a partir dos monitores. Porém, como afirma Ricardo Melani (2011), enquanto imagens trabalhadas com “bisturi digital” (em softwares como o Photoshop) os modelos eleitos são impossíveis de serem conquistados, o ajuste, então, nunca é completo, havendo, com isso, sempre distinção entre o corpo real e o corpo ideal, até mesmo porque a estética plástica do corpo ideal vai se modificando num movimento contínuo de distanciamento do corpo real. Para Santos (2008), é dessa forma que os indivíduos permanecem na corrida em busca da beleza ideal, ditada pela supremacia da aparência.



### **Considerações finais**

A cultura do consumo dentro da perspectiva do mercado do corpo, se ela pode ser definida, poderia ser dita como um acordo social onde a relação entre cultura vivida e recursos sociais, entre modos de vida significativos e os recursos materiais e simbólicos dos quais dependem, são mediados pelos mercados que segundo (Slater, 2001). A cultura do consumo define um sistema em que o consumo é dominado pelo consumo de mercadorias, e onde a reprodução cultural é geralmente compreendida como algo a ser realizado por meio do exercício do livre-arbítrio pessoal na esfera privada da vida cotidiana.

Assim, é importante observar como o capitalismo através das mídias plataformizadas, conseguem influenciar no cotidiano das mulheres ao impor um padrão estético inatingível. Nesta busca, ao serem confrontadas com a própria realidade, são gerados confrontos internos capazes de proporcionar risco à saúde mental por meio de distúrbios de imagem, ansiedade e depressão.

Pela importância da valorização da subjetividade dos corpos, questões relacionadas ao corpo, mesmo sendo explorada de forma contínua no meio acadêmico, sempre permitirão novos olhares das mais diferentes perspectivas.

### **Referências Bibliográficas**

ANDERSON, Christopher W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo ESPM, v. 5, n. 3, p. 30-89, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2008.

BOLAÑO, César RS; VIEIRA, Eloy S. Economia política da internet e os sites de redes sociais. Revista Eptic Online, v. 16, n. 2, 2014.

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

COLLING, Ana Maria. Tempos diferentes, discursos iguais: a construção do corpo feminino na história. Universidade Federal da Grande Dourados, 2014.

CRUZ, Patrícia Monteiro et al. Dos contornos do corpo às formas do eu: a construção de subjetividades femininas na revista Sou+ Eu!. 2010.

---

DE MEDEIROS SANTOS, Samir Magoya; DA SILVA, Pablo Petterson Praxedes; DOS SANTOS, Joseylson Fagner. Gabriela Pugliesi: uma análise sobre o marketing de influência na rede social Instagram. Intercom, Caruaru, PE, 2016.

DOURADO, Jacqueline Lima. A telenovela Duas Caras e as estratégias da Rede Globo de Televisão na esfera da cidadania. Economia Política da Comunicação: Estratégias e desafios no capitalismo global. São Leopoldo: Ed. Unisinos, p. 111-130, 2008.

FONTINELE, Thaís Pinto; DE ARAUJO COSTA, Márcio José. A normatização do corpo feminino e os modos de subjetivação na contemporaneidade. Revista Subjetividades, v. 20, n. 1, 2020

FOUCAULT, Michael. Vigiar e punir: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1987.

\_\_\_\_\_, Michael. Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Graal, 2002.

GIL, Antonio Carlos et al. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2002.

HARVEY, David. Espaços de esperança. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

JAMESON, Fredric. Reificação e utopia na cultura de massa. Crítica marxista, v. 1, n. 1, p. 1-25, 1994.

LE BRETON, David. A sociologia do corpo (SMS Fuhrmann, Trad.). Petrópolis, RJ: Vozes.(Original publicado em 1992), 2007.

MAROUN, Kalya; VIEIRA, Valdo. Corpo: uma mercadoria na pós-modernidade. Psicologia em Revista, v. 14, n. 2, p. 171-186, 2008.

MEDEIROS, Vívía Gomes de et al. A cultura da boa forma nas redes sociais da internet: o corpo como consumo na sociedade contemporânea. 2015.

MELANI, Ricardo. Mundo, corpo e fragmentação. Motricidade humana: a práxis do possível. Editora da Universidade Federal de Sergipe. Aracaju/SE, p. 45-66, 2011.

MORAES, Lilian Saback De Sa. Questões sobre a comunicação em uma sociedade de consumo. Revista CREatividade, v. 2023, n. 1, 2021.

MOREIRA, Marília Diógenes. A construção da imagem corporal nas redes sociais: padrões de beleza e discursos de influenciadores digitais. PERcursos Linguísticos, v. 10, n. 25, p. 144-162, 2020.

- OLIVEIRA, Evellin Bianca Souza de; ANDRADE, Larisse Silva; SANTOS, Maria Rita. Capitalismo de Vigilância: Uma discussão filosófica sobre a influência de redes sociais na autoimagem da mulher. *Linguagem em (Re) vista*, v. 15, n. 30, p. 38-58, 2020.
- PIZA, Mariana Vassallo. *O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica*. 2012.
- REIS, Ruth. A nova economia política da comunicação em rede e o futuro do jornalismo. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2016. p. 01-15.
- SANTOS, Ligia Amparo da Silva. *O corpo, o comer e a comida: um estudo sobre as práticas corporais alimentares cotidianas a partir da cidade de Salvador*. Edufba, 2008
- SASAKI, Silvia. Smoking Fetiche. As representações femininas nas propagandas de cigarro (1940-1960). Seminário Internacional Fazendo Gênero 9: Diásporas, Diversidades, Deslocamentos. –Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2010
- SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Responsabilidade algorítmica, personalidade eletrônica e democracia. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura* (ISSN: 1518-2487), v. 22, n. 2, p. 83-96, 2020.
- SLATER, Don. *Cultura do consumo & modernidade–Exame*. NBL Editora, 2001.
- STOLARSKI, Graciele et al. Blogueiros fitness no Instagram: o corpo e o merchandising editorial de suplementos alimentares. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, v. 12, n. 4, 2018.
- SOARES, Ana Carolina Eiras Coelho; BARROS, Neide Célia Ferreira. As propagandas da Revista Feminina (1914-1936): a invenção do mito da beleza. *Oficina do Historiador*, v. 7, n. 1, p. 106-120, 2014.
- SUENAGA, Camila et al. Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética. Universidade do vale do Itajaí-UNIVALI. Florianópolis, 2012.
- TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. *Ciência da informação*, v. 34, p. 93-104, 2005.
- TRINCA, Tatiane Pacanaro. *O corpo-imagem na cultura do consumo: uma análise histórico-social sobre a supremacia da aparência no capitalismo avançado*. 2008.
- VIGARELLO, Georges. *História da beleza*. Rio de Janeiro: Ediouro, p. 127-146, 2006.

---

## A (re)construção do ser masculino: Uma análise do conteúdo no aplicativo grinder em Juazeiro-Ba em 2023

Joel Bastos Alves

Ceres Santos

Universidade do Estado da Bahia (UNEB)- Juazeiro-BA

### Resumo

Nesse artigo analisamos as representações de masculinidades nos conteúdos de perfis do aplicativo *Grindr*, direcionado para relacionamentos na comunidade LGBTQIA+ na cidade de Juazeiro-Ba. Entende-se a importância dessa pesquisa pois, são as interações nas redes sociais como o *Grindr*, que pessoas externam muitas expressões de masculinidades, o que pode gerar exclusões em nossa sociedade. No total foram 37 capturas de telas (prints) de perfis do aplicativo no dia 01 e 02 do mês de junho de 2023, logo, só foram analisadas 08 delas. De natureza qualitativa, usando a netnografia, a partir da análise do conteúdo, tendo como base teórica Saffioti (2015), Judith Butler (2003), Connell & Messerschmidt (2018). Os conteúdos representados nos perfis selecionados, evidenciaram um interesse pelo padrão de masculinidade heteronormativa (másculos, machões e ativos), e uma rejeição aos gays afeminados e passivos.

**Palavras-chave:** Masculinidades; representações sociais; análise do discurso; Educação.

### Introdução

Os meios de comunicação vêm crescendo ao longo do tempo e com ela as relações sociais. Para Batista (2018) o crescimento da internet ocorrido no início do século XXI, colaborou para invenção de novas formas das pessoas se conectarem. As redes sociais são um desses exemplos, que aparecem como um instrumento comunicacional e de estabelecimento das relações. Para o autor, diante de uma plataforma virtual, pessoas conectadas à internet, em diferentes áreas do mundo, são capazes de se comunicar e compartilhar informações. Logo, há uma rapidez de trocas de conteúdos através das redes sociais.

Entre as redes sociais elaboradas, temos os aplicativos de relacionamento, que apareceram com o objetivo de promover o encontro de indivíduos com interesses semelhantes. As utilizações destas plataformas têm sido cada vez mais preferida, por ser vista

como um meio seguro e/ou apropriado de conhecer pessoas. Os parâmetros de identificação para criar um perfil, ajuda aos usuários encontrarem indivíduos com características em comum a partir de sua idealização de parceria.

É nas interações nas redes sociais como o *Grindr*, que pessoas externam muitas expressões de masculinidades. A diversas manifestações de masculinidades, em aplicativos de relacionamento, pela qual cada usuário demonstra suas preferências. Nesse sentido, é perceptível as categorizações e agrupamentos que demonstram maior ou menor preferência, enquanto que outras, configuram como prática de segregação, fruto da masculinidade hegemônica, que coloca qualquer outra forma de masculinidade em posição subalterna (MISKOLCI, 2015, p, 73).

Historicamente, as construções de estereótipos concernentes ao gênero foram frutos da sociedade patriarcal e, que, contribuíram até hoje para a legitimação das desigualdades sociais, das relações de poder, da discriminação e entrave dos sujeitos que destoam de pensamentos, comportamentos hegemônicos.

A masculinidade sendo abrangida como uma dessas categorias gênero, enquanto lugar característico que assinala atitudes, comportamentos, sentimentos, ações a serem constituídas como modelo hegemônico atribuído socialmente e culturalmente para referência e afirmação da expectativa gerada de homem na sociedade. A conformação sobre a estrutura da família patriarcal, é caracterizada pela superioridade masculina culturalmente em relação à mulher. O homem viril, que detém a força e racionalidade, de outro lado, a mulher, sensível, passiva e reprodutora.

Durante as aulas do mestrado como aluno especial na UPE (Universidade do estado de Pernambuco) tive a oportunidade de cursar a disciplina de “Gênero e Sexualidade”, tendo como professora, Janaína Guimarães da Fonseca e Silva, ela solicitou que eu fizesse um trabalho sobre as reproduções da masculinidade em nossa sociedade. Com o passar do tempo, mais precisamente no primeiro semestre de 2023, na condição de aluno regular do mestrado na Universidade do Estado da Bahia – UNEB, tive a oportunidade de estudar a disciplina de Gênero, Sexualidade, Trabalho e Etnias na Educação, onde fora pedido para que fizéssemos um artigo com base nos referenciais teóricos que foram utilizados durante as aulas desta disciplina, nesse sentido, eu juntamente com uma colega de curso, decidimos falar sobre tal temática.

## Fundamentação Teórica

Para compreender o conceito de linguagem e entender como está refletido na identidade Illouz (2011) assinala que:

Primeiro, a identidade é construída mediante sua decomposição em categorias distintas de gostos, opiniões, personalidade e temperamento, e, portanto, é levada a conhecer um outro com base na ideia e na ideologia da compatibilidade psicológica e afetiva. Segundo o ato de permitir a postagem de um perfil faz com que a internet, à semelhança de outras formas culturais psicológicas como os programas de entrevistas e os grupos de apoio, converta o eu privado numa representação pública. Por fim, como grande parte do credo psicológico, a internet contribui para uma textualização da subjetividade, ou seja, para uma forma de apreensão de si mesmo em que o eu é externalizado e objetificado através de meios visuais de representação e linguagem. Em outras palavras, o encontro virtual é literalmente organizado dentro da estrutura do mercado (Illouz, 2011, p. 48-49).

Logo, a autora entende que a identidade dos sujeitos é construída a partir de diferentes formas de ser e sentir. Para isso, um conceito fundamental nesse estudo é o de performatividade do gênero. Segundo Butler (2003):

[...] a “performatividade” deve ser entendida não como um “ato” singular e deliberado, mas antes como a prática reiterativa e referencial mediante a qual o discurso produz os efeitos que nomeia. As normas reguladoras do “sexo” agiriam de uma maneira performativa para construir a materialidade dos corpos e, mais especificamente, para materializar o sexo do corpo, a diferença sexual, visando consolidar o imperativo heterossexual. [...] (BUTLER, 2003, p. 196).

A partir da perspectiva da autora, entende-se que, as normas criadas em nossa sociedade acabam regulando os sujeitos, bem como, as suas práticas. Para tanto, será importante entendermos se os perfis selecionados nesse estudo, tendo em vista que são da comunidade LGBTQUIA+, se aceitam e assumem a sua orientação sexual, se reprimem, ou, se possuem alguma característica ou comportamento que não condiz com seu sexo biológico (macho). Esse estudo desvela também como esses sujeitos estudados estão (re)reconstruindo os discursos, atentando-se ao lugar que residem, no semiárido da Bahia, numa região nordestina, terra do cabra macho, assim:

[...]Um macho tem opiniões firmes e incontestáveis, tem uma só palavra, não aceita ser contrariado ou contestado, notadamente por mulheres. Um macho não adoce, não tem fragilidades nem físicas, nem emocionais, frescuras. Um macho é um ser competitivo, está sempre disputando com outros machos a posse das coisas e das pessoas. Um macho é objetivo, racional, até frio e cruel, calculista, não se deixando levar por sentimentos.

---

Um macho é desleixado, sem vaidade, é um homem natural, sem artifício, sem polidez[...] (ALBUQUERQUE, 2010, pg. 24).

Mediante o exposto podemos inferir através das palavras do autor que na nossa sociedade patriarcal para um homem ser considerado como verdadeiro “cabra macho” ele deve ser forte em todos os sentidos o que de fato não seria um problema, no entanto, a maneira como os homens foram e ainda são ensinados a demonstrarem essa tal força, certamente é nela que reside o problema da masculinidade, no sentido de confundir demonstração de força com agressividade. Sobre “(...) o poder é macho, branco e, de preferência, heterossexual” Saffioti (2015, p. 33).

### **Aplicativo *Grindr***

A escolha do aplicativo *Grindr* se deu devido a ser um programa direcionado à comunidade LGBTQIA+, bem como, o número crescente de usuários anualmente. A plataforma utiliza a geolocalização, para aproximar as pessoas no intuito de estabelecer a comunicação, bem como configura-se como um aplicativo que além da diversão agrega a comunidade LGBTQ+, por meio da expansão à outras plataformas a exemplo do *Facebook* e *Instagram*. Assim a problemática desse estudo é analisar de que forma as representações de masculinidades aparecem nos conteúdos dos perfis do aplicativo *Grindr*?

O *Grindr* foi o primeiro aplicativo criado para a comunidade LGBTQIA+, em 2009, em *Los Angeles*, nos Estados Unidos Da América e serviu, inicialmente como um localizador de indivíduos considerados gays. Através do GPS (*Global Positioning System*), de *smarthphones* e *tablets*, o *Grindr* estabelece uma relação de perfis ordenados, inicialmente pela distância. Atualmente, a plataforma aporta bilhões de usuários em todo o planeta e afirma trabalhar por um mundo seguro, justo e inclusivo para todas as orientações sexuais e identidades de gênero (GRINDR, 2019).

Com a finalidade de proporcionar socialização entre o público LGBTQIA+, o *Grindr* foi o pioneiro para tal propósito. A tela inicial do aplicativo apresenta várias fotos de cada perfil, assim que clica em um deles, já aparece dados pessoais oferecidos pelo usuário como: tipo físico do corpo, desejos, preferências, etc. O *Grindr* dar a possibilidade de preencher também informações relativas à idade, altura, peso, etnia, orientação sexual, expressões de masculinidades, identidade de gênero e saúde sexual (status HIV e data do último teste de detecção para o HIV) (GRINDR, 2019).

## Metodologia

A pesquisa foi organizada, metodologicamente, como uma pesquisa qualitativa que utilizando como abordagem a Netnografia para a coleta dos posts os perfis selecionados no aplicativo *Grinder*. Justifica se a realização do estudo por meio da Netnografia, pois, essa metodologia possibilita a investigação dos significados por trás das relações (KOZINETS, 2014). Conforme orientação de Kozinets (2014, pág.34), “como uma adaptação da etnografia ao meio digital, a netnografia pura é indicada para estudos em que a coleta de dados só pode ser realizada online”, como é o caso deste estudo”. Segundo Konizets (1988, p. 367) a netnografia pode ser utilizada de três diferentes maneiras principais: 1) como metodologia para estudar culturas cibernéticas e comunidades virtuais; 2) como ferramenta metodológica para estudar culturas cibernéticas e comunidades virtuais derivadas; e 3) como ferramenta exploratória para estudar tópicos em geral.

Existe algumas etapas metodológicas para se cumprir na Netnografia. Há quatro procedimentos básicos específicos. São eles:

**Figura 01: Etapas e procedimentos da Netnografia.**

ETAPAS	PROCEDIMENTOS
Entrée cultural	Nessa primeira etapa, o pesquisador precisa preparar-se para iniciar sua pesquisa netnográfica. Para isso ele precisa levantar quais questões e objetos específicos ele deseja analisar; e em que tipo de grupos, comunidades, fóruns, ou páginas pode obter respostas importantes e suficientes ao seu estudo;



Coleta e análise de dados	Nessa etapa há três tipos de captura de dados: Inicialmente os dados são coletados diretamente dos indivíduos das páginas das comunidades analisadas. A segunda coleta é feita através da observação pelo pesquisador das interações comunicacionais dos membros do grupo analisado. E a terceira são colhidos dados de entrevistas particulares com os membros desses grupos, sendo feita por troca de mensagens, e mails, chats, etc;
Ética de pesquisa	É eticamente recomendável que o pesquisador, ao entrar nesses ambientes virtuais a fim de análise, identifique-se como tal. É importante que ele também identifique o interesse de sua pesquisa, e que ele peça permissão aos membros para o uso das informações e das mensagens trocadas entre eles;
Feedback e checagem de informações	O pesquisador precisa garantir a confiabilidade dos dados coletados, e para isso, é interessante

<p>Que ele verifique o que foi coletado com os membros do grupo. A opinião dos indivíduos acerca do que foi colhido garante maior credibilidade à pesquisa e pode fazer o pesquisador perceber algumas observações não pensadas antes.</p>
--

*Fonte: Dados coletados e interpretados pelas pesquisa 2023.*

No primeiro critério, selecionou-se duas categorias, pois chamavam a atenção nos perfis selecionados. As descrições que apresentavam desejos por determinados papéis sexuais e ideais de corpo, como um homem “ másculo”, “ativo” “macho” e “discreto”, era o grupo 01. Por outro lado, os perfis fazem questão de mencionar seus desinteresses aos gays “afeminados e “passivos”, o grupo 02.

Já no último critério, procuramos identificar quais eram as faixas etárias dos(as) usuários(as), para compreender se elas poderiam apontar diferenças em suas prioridades, expectativas e comportamentos. Segundo (Mannheim, 1928: 135-136), as gerações [...] “estão ligados a uma posição comum na dimensão histórica do processo social, um certo modo característico de pensamento e experiência e um tipo característico de ação historicamente relevante” [...]. Ou seja, para o autor, cada faixa etária tem algumas características específicas e modos de pensar, agir, aprender, de comportamento em diferentes ambientes para os indivíduos que pertencem à mesma geração. Não há consenso, mas a maioria das referências sobre o tema.

Observando a figura acima, podemos perceber que diante dos perfis analisados na pesquisa, no aplicativo *Grindr* existe uma diversidade de faixas etárias distintas, abarcando usuários de diferentes gerações.

Os dados foram analisados pela técnica de análise de conteúdo. A análise foi realizada a partir das etapas destacadas por Bardin (1979), a saber: a pré-análise; a exploração do material e o tratamento dos dados, que inclui a inferência e a interpretação. As categorias utilizadas para as análises foram: as narrativas de masculinidades e a faixa etária.

Para a análise do Conteúdo, utilizamos as técnicas mencionadas acima por Bardin (2011), analisando os conteúdos descritos nos perfis selecionados no aplicativo *Grinder*, a partir dos escritos e ao final, interpreta-los. Bardin (2011, p.6), defende que a [...] “análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa científica baseada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos[...].

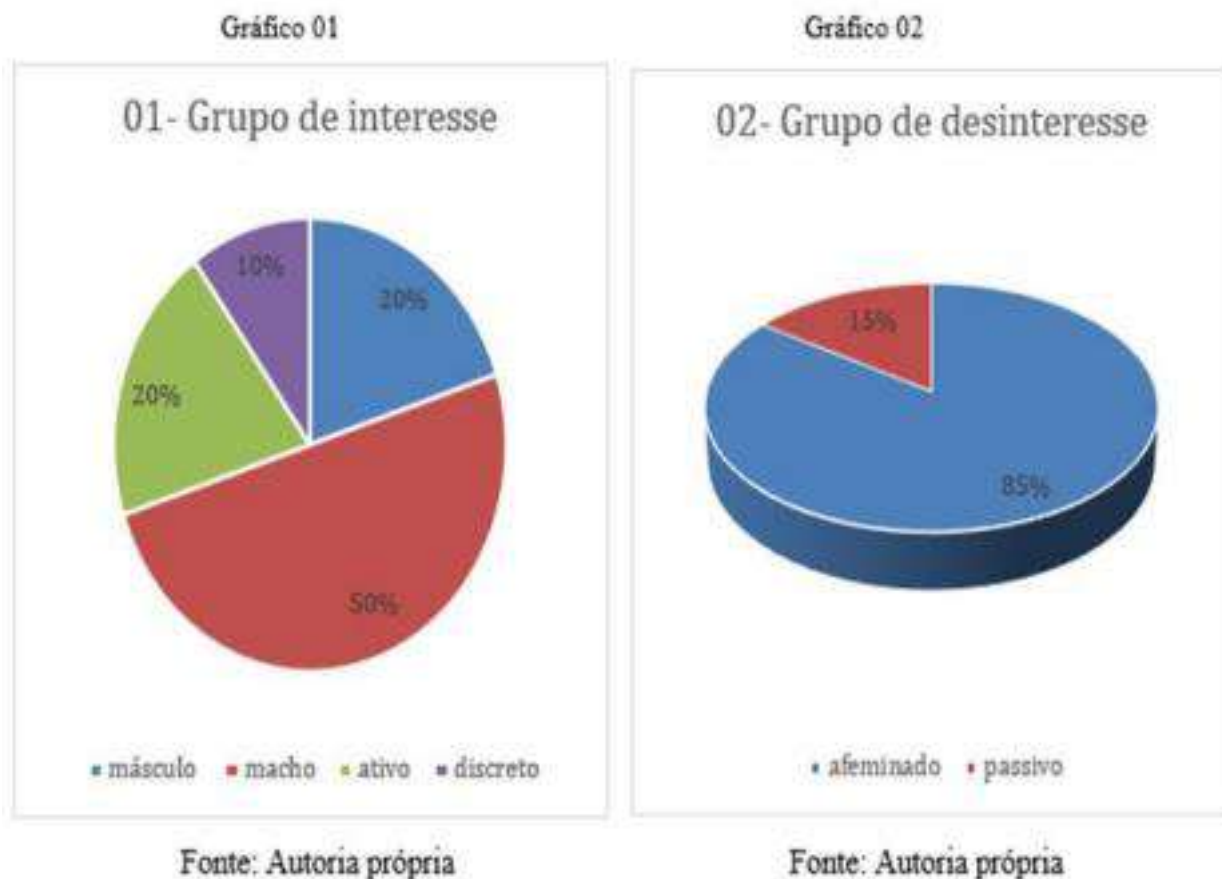
Os dados extraídos para esse estudo, foram retirados da página principal de apresentação do usuário no *Grindr*. Não houve nenhuma forma de interação através do bate papo pelos/as pesquisadores/as. Dessa forma, foram identificadas 37 capturas de telas (prints) de perfis do aplicativo. Porém, selecionamos oito perfis – cerca de 22,8% do total de usuários(as) da cidade de Juazeiro-Ba nos dias 1 e 2 de junho de 2023.

A partir desse recorte fizemos a categorização dos perfis a partir de dois critérios durante a coleta de dados dos perfis: a) o primeiro foi a partir das narrativas de masculinidade e, b) a partir da faixa etária dos usuários. No primeiro critério, selecionamos duas categorias, as que mais chamavam a atenção nos perfis selecionados. As descrições que apresentavam desejos por determinados papéis sexuais e ideais de corpo, como um homem “ másculo”,

“ativo” “macho” e “discreto”, estão no grupo 01. Já os perfis que destacam desinteresses aos gays “afeminados e “passivos”, foram reunidos no grupo 02.

### Dados da Pesquisa

A Partir do uso da metodologia aqui exposta, chegamos a alguns dados:



Os dados pesquisados demonstram que metade (50%) dos perfis se descrevem ou tem maior interesse por “machos”. Enquanto que, mais de 85% fazem questão de mencionar um desinteresse por “afeminados”. Já no último critério, identificação das faixas etárias dos(as) usuários(as), observamos se ele serviria para identificar diferenças em suas prioridades, expectativas e comportamentos. Não há consenso, mas a maioria das referências sobre o tema, apresenta a seguinte classificação:

## 01: Gerações dos perfis analisados e suas faixas etárias.

Perfis analisados	Faixas etárias e gerações
18 anos	Geração Z (2002)
24 anos	Geração Z (1999)
28 anos	Geração Z (1993)
38 anos	Geração Y ou <u>Millenniaus</u> (1984)
40 anos	Geração Y (1983)
43 anos	Geração X (1980)

Fonte: Dados extraídos em 2023 da pesquisa de MANNHEIM, Karl (1964).

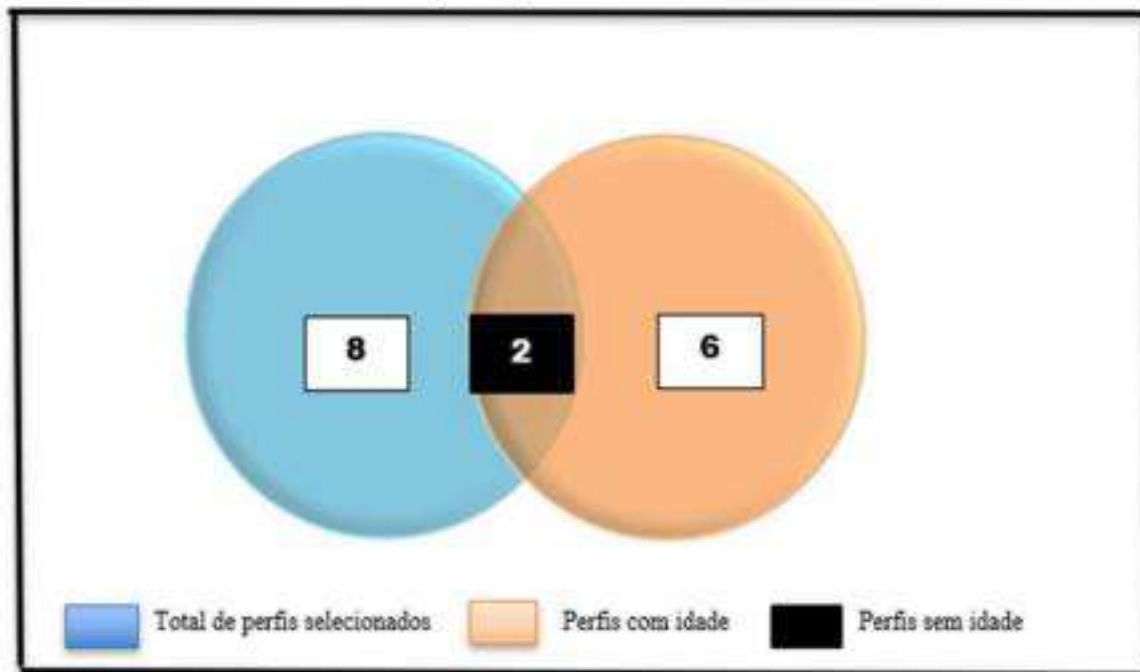
Observando a figura acima, podemos perceber que diante dos perfis analisados na pesquisa, no aplicativo *Grindr* existe uma diversidade de faixas etárias distintas, abrangendo usuários de diferentes gerações. Cada época é marcada por acontecimentos culturais, políticos, sociais e econômicos que impactam o contexto de vida, a visão de mundo e a forma de se relacionar das pessoas que nascem e vivem em determinado período.

Gráfico 3: Faixa etária dos perfis selecionados para pesquisa.



O gráfico abaixo, representa apenas a quantidade de perfis que foram analisados na pesquisa, 37 que correspondem a 200% e os oito perfis analisados, 22,8. Observamos que seis apresentaram em seus perfis a sua idade, o que corresponde a 75%. A intersecção, demonstra que apenas dois do total não forneceram a idade, o que corresponde a 25%.

Gráfico 04: Total de perfis que identificaram ou não a idade.



Fonte: Autoria própria

### Considerações Finais

Analisando o conteúdo representado nos perfis selecionados, percebe-se um padrão de masculinidade, ( másculos, machões e ativos) que corrobora para a propagação de diversos estereótipos criados historicamente desde a sociedade patriarcal, fortalecendo os pensamentos e comportamentos que um “macho de verdade” desse assumir.

As narrativas dos perfis selecionados demonstram uma rejeição aos gays afeminados e passivos, operando assim em prol de um dispositivo que ordena exclusão a qualquer performance de feminilidade e a tudo que a ela é ligada. A masculinidade foi/é socialmente construída, logo, está ligada à educação, aos valores e costumes perpassados durante o processo de socialização, enquanto espaços que guiam a construção de identidade em diversos segmentos sociais.

Contudo, os dados netnográficos do estudo auxiliaram a compreensão dos conteúdos analisados nos perfis, evidenciando como o poder opera por meio da linguagem. Neste caso, uma linguagem que performa um modelo de masculinidade unido ao discurso que fora construído outrora até hoje em nossa sociedade. Também observamos nesse estudo que a linguagem, as narrativas nesse contexto, demonstra uma política do corpo, constituindo padrões que superiorizam ou inferiorizam indivíduos dentro da comunidade LGBTQIA+, havendo assim uma hierarquização.

### Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE Junior, Durval Muniz de. **Máquina de fazer machos: gênero e práticas culturais, desafio para o encontro das diferenças**. Campina Grande: EDUEPB, 2010.

ANATEL. 01 de outubro de 2019. **Brasil registra 229 milhões de linhas móveis em dezembro**. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/dados/acessos-telefonia-movel>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2020.

Expressões de Masculinidades de Homens Usuários do Aplicativo Grindr. BAPTISTA, Rafael Ferraz. **Masculinidades em Aplicativos de Encontros Gays: Análise da Negociação das Masculinidades e da Auto-Representação dos Corpos**.

Revista Áskesis, São Carlos, v.7, n.1, p. 68-78, jan/jun, 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Traduzido por Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

MANNHEIM, Karl (1964). **“Das Problem der Generationen”**, in idem, Wissenssoziologie [introdução e organização: Kurt H. Wolff], Neuwied: Luchterhand, pp. 509-565.

MISKOLCI, Richard. **"Discreto e fora do meio"** - Notas sobre a visibilidade sexual contemporânea\*. Cad. Pagu, Campinas, n. 44, p. 61-90, jun. 2015.

SAFFIOTI, H. **Gênero, patriarcado, violência**. 2ª ed. São Paulo: Expressão Popular: Fundação Perseu Abramo, 2015.

## Comercialização de imagem de artistas póstumos sob a óptica da indústria cultural

Antônio Cesar de Lima PEREIRA  
Beatriz de Sousa SILVA  
Cainan Goncalves Vieira Da SILVA  
Davi Barbosa PETROLA  
Debora Maria dos SANTOS  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### Resumo

O presente artigo aborda o uso de imagens de personalidades póstumas para fins comerciais/publicitários, explorando não só questões legais que envolvem a temática, mas também questões éticas que perpassam esse debate. O artigo também se aprofunda no campo jurídico ao adentrar nas discussões que envolvem direitos de imagem. O objetivo do trabalho é possibilitar uma análise acerca das questões éticas e legais e os dilemas que envolvem o uso de imagens de personalidades falecidas para fins comerciais.

**Palavras-Chave:** Indústria cultural, Inteligência artificial (IA), Artistas póstumos, Comercialização, Necropublicidade;

### Introdução

A indústria cultural é um conceito desenvolvido pelos filósofos e sociólogos Theodor Adorno e Max Horkheimer no livro "Dialética do Esclarecimento", publicado em 1947. Segundo eles, a indústria cultural é um sistema de produção em massa de bens culturais, como filmes, música, televisão, entre outros, que tem como objetivo a padronização e alienação da sociedade.

Nela fragmenta-se a realidade em partes isoladas e tratáveis, que são transformadas em produtos que podem ser vendidos e consumidos em larga escala. Isso resulta em uma cultura homogênea, que cria padrões de consumo e pensamento, influenciando a maneira como as pessoas enxergam o mundo e se relacionam com a cultura. É um tema amplamente estudado e discutido no campo das ciências sociais e da comunicação.

Neste artigo falaremos sobre a necropublicidade que se refere à exploração da morte e do sofrimento humano na publicidade. É um termo cunhado por Jean-Jacques Cheval, é uma prática publicitária que busca atrair a atenção do público explorando temas relacionados à

morte, doença, tragédia e outros aspectos negativos da vida para fins publicitários, buscando atrair a atenção do público e impulsionar vendas.

O termo foi discutido em detalhes no livro "Publicidade e Necropolítica: A lógica da comunicação na contemporaneidade", escrito por Cheval, que explora como essa abordagem desafia os limites éticos e emocionais da publicidade moderna. A relação da necropublicidade com a teoria da comunicação se dá no contexto da ética e dos valores compartilhados na sociedade. A necropublicidade levanta questões sobre a responsabilidade das empresas e dos profissionais de comunicação em relação ao uso da imagem de pessoas falecidas para fins comerciais.

Traz também a teoria da comunicação, a indústria cultural. Essa interseção entre comunicação e temas sensíveis tem gerado debates acalorados sobre ética e responsabilidade na indústria publicitária. Essa abordagem ética questionável tem levantado debates acerca da responsabilidade das empresas em relação ao respeito e à sensibilidade que devem ser mantidos em momentos de luto. É fundamental que a indústria repense suas estratégias de marketing, buscando formas mais éticas e respeitadas de se comunicar com o público. O jornalismo desempenha um papel importante na denúncia dessas práticas. Ao investigar e divulgar casos antiéticos na indústria, os veículos de comunicação despertam a atenção da sociedade para essa problemática e estimulam o debate sobre ética e responsabilidade social. Além disso, contribuem para que as pessoas possam fazer escolhas mais conscientes ao contratar serviços ou adquirir produtos relacionados a empresas com essas atitudes.

Para investigar de maneira aprofundada a interconexão entre a indústria cultural, tal como formulada por Adorno e Horkheimer, e a comercialização da imagem de artistas póstumos, esta pesquisa adotará uma abordagem metodológica abrangente. Este método engloba, estudos de caso e revisão da literatura pertinente, almejando lançar luz sobre como a indústria cultural se entrelaça com práticas publicitárias e que exploram temas sensíveis como a morte e o sofrimento humano.

### **A indústria cultural e a arte**

A indústria cultural tem desempenhado um papel significativo na influência da arte e da criação artística. Com o advento da tecnologia e a globalização, a cultura midiática tem se tornado cada vez mais prevalente, moldando a maneira como a arte é produzida, consumida e percebida.



---

É um tipo de mercadoria, preparado, inserido, assimilado à produção industrial, adquirível e fungível, mas o gênero de mercadoria arte, que vivia do fato de ser vendida, e de, entretanto, ser invendável, torna-se – hipocritamente – o absolutamente invendável quando o lucro não é mais só a sua intenção, mas o seu princípio exclusivo (Horkheimer; Adorno, 2002, p. 36-37).

Ela tem a capacidade de atingir um público amplo, o que significa que a arte produzida dentro desse contexto tem o potencial de influenciar uma grande quantidade de pessoas. Isso pode ser visto na maneira como certos estilos de arte ou artistas específicos se tornam populares devido à sua promoção dentro desse sistema (Rezende,2020).

A indústria cultural revela um processo intrincado de homogeneização e padronização que visa otimizar a produção de produtos culturais, visando um consumo massivo (Rezende,2020). Esse fenômeno, delineado pela escola de pensamento *frankfurtiana*, sugere que a indústria cultural não apenas cria produtos para o consumo, mas também molda ativamente os gostos, percepções e até mesmo a consciência dos consumidores.

Ao buscar a homogeneização, a cultura de massa opera na criação de produtos que se enquadram em padrões preestabelecidos, muitas vezes refletindo fórmulas de sucesso previamente identificadas. Essa abordagem, embora eficiente do ponto de vista comercial, tende a reduzir a diversidade e a singularidade das expressões culturais. O consumo imediato é um imperativo nesse contexto, já que esse sistema visa capturar a atenção e a fidelidade do maior número possível de consumidores em um curto espaço de tempo (BERTON, 2001).

Nesse processo, o indivíduo, que deveria ser um receptor ativo da cultura, torna-se, paradoxalmente, um objeto passivo de consumo. O espectador, ouvinte ou leitor se vê abstraído da realidade, imerso em um universo cultural fabricado e muitas vezes distante de experiências autênticas (BERTON, 2001). A indústria cultural, ao atuar sobre o estado de consciência e inconsciência das pessoas, molda não apenas suas preferências, mas também suas percepções de realidade.

Esse controle sobre a consciência individual levanta questões profundas em relação à autonomia do sujeito diante das forças massificadoras da cultura de massa. A capacidade de determinar o consumo ao influenciar a consciência sugere um poder significativo que transcende o simples mercado de bens culturais, penetrando nos domínios da subjetividade e da construção de identidades.

Destacando não apenas a comercialização da cultura, mas também a influência penetrante que ela exerce sobre a maneira como percebemos, pensamos e nos relacionamos com o mundo ao nosso redor.

Quando a Indústria Cultural privilegia um produto pseudo-artístico padronizado, calculado tecnicamente para surtir efeitos determinados de modo a serem por todos desejados e repetidos, na forma e na medida adequados a garantir o poder e o lucro do sistema dominante, gera uma necessidade compulsiva generalizada que afasta o “não-idêntico” como exótico, indesejado, incômodo ou doente. Tal repetição vem camuflada com outros produtos que, não obstante a variação aparente, repetem os mesmos modelos, esquemas ou características impostas, tendendo a manter o público sob controle, cada vez mais massificado, inconsciente e compulsivamente preso à corrente de produção. (Reis, 1996, p. 44-45).

Nesse contexto, a produção cultural é moldada de maneira a gerar uma necessidade compulsiva generalizada, onde a repetição constante desses produtos, apesar da aparente variação, mantém o público sob controle, massificado e inconsciente. Esse fenômeno tem implicações significativas na compreensão contemporânea da cultura, especialmente quando consideramos a comercialização da imagem de artistas póstumos por meio da inteligência artificial (IA).

O fenômeno de moldar a produção cultural para gerar uma necessidade compulsiva, assume uma nova dimensão quando mediado pela IA. A repetição de características artísticas, impulsionada por esses algoritmos, pode criar uma ilusão de diversidade, mas, na verdade, apenas reforça os padrões estabelecidos pela Indústria Cultural. Dessa forma, a análise crítica do controle exercido pela padronização artística na produção cultural, como apontado por Reis, destaca-se como um componente essencial para entendermos as dinâmicas contemporâneas de comercialização de artistas póstumos, especialmente quando mediadas por tecnologias como a IA.

A IA, ao analisar dados de preferência do público e padrões de consumo, pode gerar conteúdos que se alinham estritamente às expectativas convencionais, limitando a verdadeira inovação e a expressão artística autêntica. O risco é que, ao confiar excessivamente em algoritmos, a autenticidade e a diversidade que caracterizam a verdadeira arte podem ser comprometidas (Kaufman, Santaella, 2020). A criação de conteúdos por meio da IA pode resultar em uma homogeneização inadvertida, onde a singularidade do trabalho de artistas falecidos é diluída em fórmulas previsíveis, limitando a riqueza e a complexidade inerentes à expressão artística única.

A necessidade de uma abordagem crítica e ética no uso da IA na produção cultural se torna ainda mais premente. Preservar a integridade da criação artística e evitar uma mera repetição de tendências estabelecidas requer um equilíbrio delicado entre a eficiência da

tecnologia e o respeito pela diversidade e autenticidade artística. O diálogo contínuo sobre como a IA molda a criação cultural é essencial para garantir que avanços tecnológicos não comprometam a essência e a originalidade da expressão artística, especialmente quando se trata da imagem e do legado de artistas póstumos.

### **Comercialização de imagens de artistas póstumos**

A relação entre a arte e a publicidade muitas vezes transcende a própria vida, estendendo-se para além dos túmulos. Nos fazendo questionar a que ponto chega a complexa interação entre expressão artística e os interesses comerciais. À medida que a indústria cultural evolui, as maneiras de lucrar estão ficando cada vez mais inusitadas, e a utilização de inteligência artificial (IA) tem sido um método muito presente.

Uma prática que vem sendo usada recorrentemente nos últimos tempos é a ressurreição digital de artistas falecidos por meio da IA inserindo-os de maneira surpreendente em contextos contemporâneos. Essa prática busca “Reviver” artistas que já faleceram e inseri-los em contextos contemporâneos. Um exemplo impactante dessa prática foi a campanha publicitária da Volkswagen em comemoração aos 70 anos da marca, que resolveu unir a cantora Elis Regina, falecida em 1982 para cantar com sua filha Maria Rita.

Neste caso específico, a inteligência artificial criou uma representação digital de Elis Regina, permitindo que sua figura e voz fossem apresentadas ao público de uma maneira completamente nova. Na peça publicitária, Elis Regina é representada ao lado de sua filha, a cantora Maria Rita, que conduz um modelo contemporâneo de Kombi da marca contratante. Juntas, elas cantam a canção "Como Nossos Pais", transmitindo a impressão de uma cena real, sendo que na realidade, foram empregados recursos tecnológicos, incluindo a utilização de uma dublê de Elis. Esta possibilidade tecnológica reflete não apenas uma estratégia publicitária ousada, mas também levanta questões sobre a ética envolvida na manipulação digital da imagem de artistas póstumos. Como foi o que ocorreu.

Surgiram muitos questionamentos sobre os valores ideológicos e políticos que a cantora possuía, o fariam se relacionar com a marca se viva fosse. Gerando a abertura de uma representação ética pelo Conselho Nacional de Gerando a abertura de uma representação ética pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR). Em um comunicado enviado à CNN, a Conar esclareceu que a representação foi desencadeada por reclamações de consumidores. Entre as preocupações levantadas pelos consumidores, destaca-se a indagação sobre a ética do uso de inteligência artificial (IA) para fins publicitários, destacando questões relacionadas ao "respeito à personalidade e existência da artista, bem como à veracidade".

O avanço acelerado da tecnologia, especialmente na utilização da inteligência artificial para ressuscitar digitalmente artistas póstumos, traz consigo uma série de perigos e desafios éticos. À medida que a linha entre o real e o virtual se torna mais tênue, cresce a ameaça de manipulação e distorção das figuras artísticas. A criação de representações digitais convincentes não apenas corre o risco de distorcer a memória e a identidade dos artistas falecidos, mas também abre espaço para uma exploração comercial descontrolada. A questão central gira em torno da preservação do respeito à personalidade dos artistas e da autenticidade de seu legado. O avanço irresponsável dessa tecnologia destaca a urgência de uma avaliação criteriosa dos limites éticos, legais e culturais, assegurando a integridade do patrimônio artístico e a manutenção da confiança do público.

### **Implicações éticas e legais**

O campo da comunicação é um dos campos de estudos que mais são aptos às mutações ocorridas nas mais diferentes sociedades. Como a comunicação está intrinsecamente ligada às evoluções tecnológicas e sociais, esse fato possibilita uma maior probabilidade de estudos nas mais diferentes áreas de atuação, já que a comunicação tem impacto em muitos aspectos da vida humana.

Como falado anteriormente, as condições de possibilidades de estudos no campo da comunicação acabam também abrindo espaço para discussões aprofundadas sobre questões éticas e legais sobre temas, como é o caso do direito de imagens de personalidades póstumas. Essa discussão sobre o que é ético, legal; enfim; acaba por colocar os estudos em perspectivas teóricas distintas quanto às implicações legais sobre esse tema.

Para além das discussões éticas e legais sobre a comercialização de imagens de artistas póstumos, essa discussão abre margem também para debater questões como direito à privacidade, direitos individuais, uso das imagens para fins comerciais, direito da família sobre questões de herança. Esse capítulo se debruça sobre os mais diferentes aspectos acerca dos mais variados temas que envolvem essa questão da comercialização das imagens de personalidades póstumas, assim como, quais implicações éticas envolvem essa temática.

Para um melhor entendimento sobre os temas sobre questões éticas em situações de personalidades póstumas, pode-se debater questões como o que significa personalidade e quando em qual momento histórico essa etimologia pode ter sido bastante debatida. No século XX podemos encontrar discussões importantes sobre o que de fato signifique personalidade. Segundo Loureiro (2005, p,33):

Em meados do século passado, em especial após a Segunda Guerra Mundial, quando o mundo assistiu atônito às agressões provocadas por governos

totalitários à dignidade humana, retomou-se a preocupação com os direitos da personalidade. Essa inquietação culminou na Assembleia Geral da ONU em 1948, na Convenção Europeia de 1950 e no Pacto Internacional das Nações Unidas 34. Nesse contexto, foi promulgada a Constituição alemã de 23 de maio de 1949 que, logo no seu art. 1º, alínea 1, normatiza princípio superior, incondicional e indisponível da ordem constitucional: a inviolabilidade da dignidade da pessoa humana.

Para além do conceito de personalidade, torna-se crucial estender uma discussão sobre o significado de direito à imagem, já que a tônica deste artigo segue na linha do que seja ético ou não no que tange questões ligadas à publicidade de imagens de personalidades póstumas. Com relação as questões legais sobre o direito a imagem no Brasil, Facchini Neto (2018, p, 290) afirma:

Vê-se, portanto, que, em razão dessa dupla natureza – direito de personalidade e direito fundamental –, à tutela ao direito à imagem é bastante reforçada no Direito brasileiro. A Constituição, repare-se, não diz “a lei protegerá o direito à imagem”, tampouco que “o direito à imagem será protegido nos termos da lei”. Ao contrário, o constituinte disse que a imagem “é inviolável”. É verdade que, em um mundo no qual inexistem direitos absolutos, há evidentes situações em que é possível, sim, violar-se o direito à imagem. Basta pensar na hipótese de colisão do mesmo com outros direitos fundamentais, frente aos quais, topicamente, ele, eventualmente, deva ceder. É o caso de algumas hipóteses de exercício da liberdade da imprensa. Em outras situações, pode haver violação ilegal do direito à imagem. Diante do fato consumado, não resta alternativa senão lançar mão do secundário direito à reparação dos danos extrapatrimoniais.

Os pontos levantados anteriormente possibilitam uma compreensão da complexidade da discussão sobre questões legais do direito à imagem e como é importante trazer debates oriundos de outros campos que não seja o da própria comunicação, como é o caso do direito. Essa gama de possibilidades acaba por viabilizar um aprofundamento sobre a temática do direito à imagem e possibilita discussões no que tange a publicidade de personalidades póstumas.

Percebe-se até aqui que o debate sobre o direito à imagem e os limites éticos que perpassam esse campo de discussão, como falado anteriormente, abre um leque de possibilidades para compreender o cerne da questão. O aprofundamento da discussão atualmente se deve ao fato de que as novas tecnologias estão a cada dia ampliando as possibilidades de atuação, fato que gera pautas sobre a temática.

Segundo Costa (2015), o uso da imagem nos meios de comunicação é um tema extremamente atual e relevante, dada às questões tecnológicas. Os desafios advindos da violação dos direitos da personalidade têm se tornado mais debatidos com o progresso dos meios de comunicação, onde pode abranger desde mídias tradicionais, como escrita e televisiva,

até as mais atuais, como as eletrônicas. Nesse cenário, a proteção dos direitos individuais torna-se de extrema importância.

Adentrando-se mais profundamente sobre o significado de violação da imagem, segundo Filho (2013) o dano à imagem geralmente ocorre quando a imagem é utilizada sem o consentimento do indivíduo, sendo violadas questões legais. Outro fator que potencializa a gravidade do ato é o tipo de ofensa à imagem, sendo essa utilizada maliciosamente, ou negligenciando o indivíduo violado e também o ganho financeiro da imagem.

Adentramos agora mais para o campo proposto do artigo, que é a discussão acerca de questões éticas e legais quanto ao uso de imagens de personalidades já falecidas. Segundo Figueira, Filho e Luca (2022), com o crescente progresso do emprego das plataformas, surgem indagações quanto ao legado digital de personalidades falecidas. Questões como a gestão apropriada do legado digital e, conseqüentemente, sua preservação da privacidade dos entes familiares tornam-se debates cada vez mais necessários, dada a questão da virtualização latente nas sociedades.

Ainda segundo os autores, quanto às questões éticas, obviamente que o uso de Inteligência Artificial (IA) na produção de imagens com finalidade publicitárias acabam sendo objetos de debates nesse campo, isso ocorre por conta da necessidade de transparência no que tange ao uso da tecnologia, onde o consumidor precisa compreender as implicações legais e éticas que envolvem a questão. O uso de IA por si só não é o problema central, a questão é quando o seu uso viola direitos de terceiros ou acaba gerando conteúdos ilícitos.

Todas as questões levantadas nos parágrafos anteriores possibilitam debates quanto às questões não só éticas como legais do uso de imagens de personalidades públicas póstumas. Os capítulos servem como uma ferramenta de indução para o debate sobre a temática e, conseqüentemente, ampliar informações mais técnicas quanto às questões éticas e legais que ali estão alocados.

## **Conclusão**

Diante do complexo cenário que envolve a comercialização de imagens de artistas póstumos sob a ótica da indústria cultural, torna-se imperativo refletir sobre as implicações éticas e legais desencadeadas por essa prática, especialmente com o avanço acelerado das tecnologias, incluindo a inteligência artificial (IA).

A indústria cultural, conforme conceituada por Adorno e Horkheimer, exerce uma influência profunda na produção, consumo e percepção da arte. A homogeneização e padronização buscadas pela indústria cultural não apenas afetam a diversidade cultural, mas

também estabelecem padrões que moldam a maneira como as pessoas veem o mundo. Neste contexto, a comercialização de imagens de artistas póstumos torna-se um ponto crítico, especialmente quando mediada por tecnologias como a IA.

A ressurreição digital de artistas falecidos, como exemplificado pela campanha da Volkswagen com Elis Regina, destaca os perigos dessa prática. A criação de representações digitais convincentes levanta questões éticas sobre a manipulação da memória e identidade dos artistas, além de abrir espaço para uma exploração comercial descontrolada. O desafio está em preservar a integridade da criação artística, evitando a diluição da singularidade em fórmulas previsíveis.

As implicações éticas e legais se estendem ao direito à imagem e à privacidade, especialmente no contexto de personalidades falecidas. A discussão sobre o significado de personalidade e direito à imagem se torna crucial, considerando o progresso tecnológico e as novas possibilidades de atuação. A proteção desses direitos individuais é reforçada no direito brasileiro, e questões éticas emergem quando se utiliza IA para fins publicitários, exigindo transparência e compreensão por parte do consumidor.

A utilização da IA na produção de imagens publicitárias levanta debates sobre sua responsabilidade ética e legal. A necessidade de uma avaliação criteriosa dos limites éticos, legais e culturais se torna urgente, garantindo a integridade do patrimônio artístico e a confiança do público. O avanço irresponsável da tecnologia pode comprometer não apenas a autenticidade da expressão artística, mas também o respeito à personalidade dos artistas póstumos.

Em síntese, a complexa interação entre a indústria cultural, a comercialização de imagens de artistas póstumos e o avanço da IA demanda uma abordagem ética e jurídica cuidadosa. Preservar a diversidade cultural, a autenticidade artística e os direitos individuais são essenciais para mitigar os perigos inerentes a essa prática, garantindo que o legado artístico seja tratado com respeito e responsabilidade nas transformações tecnológicas da sociedade contemporânea.

## REFERÊNCIAS

LOUREIRO, Henrique Vergueiro. **Direito de Imagem**. 2005. Dissertação (Mestrado em Direito) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos**. Trad. de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

ADORNO, T. W., & Horkheimer, M. (1944). **The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception.** In *Dialectic of Enlightenment* (pp. 120-167). Stanford University Press.

BARDIN, L. (2015). **Necropublicidade e ética: o desrespeito ao legado dos artistas mortos.** *Revista Ethos*, 2(1), 53-69.

BAUDRILLARD, J. (1970). **A Sociedade de Consumo.** Rio de Janeiro: Elfos.

BERTONI, L. M.. **Arte, Indústria Cultural e educação.** *Cadernos CEDES*, v. 21, n. 54, p. 76–81, ago. 2001.

BOURDIEU, P. (1984). **Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste.** Harvard University Press.

CAVALLARO FILHO, Hélio Donisete. **RESPONSABILIDADE CIVIL POR VIOLAÇÃO À IMAGEM NAS MÍDIAS SOCIAIS.** *Revista Intellectus*, Campinas, ed. 24, ano 2013, p. 47-65.

CONAR abre representação ética contra propaganda da Volkswagen com Elis Regina. **CNN**, São Paulo, 10 jul. 2023. Disponível em: [https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/conar-abre-representacao-etica-contra-propaganda-da-volkswagen-com-elis-regina/#:~:text=O%20Conselho%20Nacional%20de%20Autorregulamenta%C3%A7%C3%A3o,Intelig%C3%Aancia%20Artificial%20\(IA\)%E2%80%9D](https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/conar-abre-representacao-etica-contra-propaganda-da-volkswagen-com-elis-regina/#:~:text=O%20Conselho%20Nacional%20de%20Autorregulamenta%C3%A7%C3%A3o,Intelig%C3%Aancia%20Artificial%20(IA)%E2%80%9D). Acesso em: 12 nov. 2023.

Conar abre representação ética contra propaganda que usou imagem de Elis Regina com IA. **NT, Redação**, 12 de julho de 2023. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/super-viral/2023/07/12/conar-abre-representacao-etica-contra-propaganda-que-usou-imagem-de-elis-regina-com-ia-199371.php>. Acesso em: 12 de novembro de 2023.

COSTA, Matheus Raphael Ramsdorf. **A responsabilidade civil pelo uso indevido da imagem na mídia.** Orientador: Gilberto Notário Ligerio. 2015. 56 f. tcc (graduação) - Curso de direito, faculdade de direito de presidente prudente, Presidente Prudente, 2015.

FACCHINI NETO, Eugênio. A proteção aquiliana do direito à imagem no direito comparado. **Revista da AJURIS - QUALIS A2**, [S. l.], v. 45, n. 144, p. 287–308, 2018.

FIGUEIRA, Hector Luiz Martins; RENZETTI Filho, ROGÉRIO NASCIMENTO; LUCA, Guilherme Domingos de. **Herança digital e o caso Elis Regina: implicações jurídicas no uso da imagem de pessoas mortas pela inteligência artificial.** *Revista Jurídica*, Curitiba, ed. 3, ano 2023, n. 75, p. 527-545, 21 nov. 2022.

FEATHERSTONE, M. (1991). **Consumer Culture and Postmodernism.** Sage Publications.

HABERMAS, J. (1989). **Teoria de la acción comunicativa.** Barcelona: Taurus.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. **A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas.** São Paulo: Paz e Terra, 2002. 364p.

KAUFMAN, D.; SANTAELLA, L. **O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais.** *Revista FAMECOS*, [S. l.], v. 27, n. 1, p. e34074, 2020. DOI: 10.15448/1980-3729.2020.1.34074. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/34074>. Acesso em: 16 nov. 2023.

KELLNER, D. (1995). **Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics Between the Modern and the Postmodern.** Routledge.



MARTINO, W. (2014). **Communication theory**: Media, technology and society. Routledge.

PAZERO, Leticia. **Deepfake x IA**: Comercial com imagem de Elis Regina abre discussão sobre perigos no futuro. CNN, São Paulo, 05 jul. 2023. Pop. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/deepfake-x-ia-comercial-com-imagem-de-elis-regina-abre-discussao-sobre-perigos-no-futuro/> Acesso em: 12 nov 2023.

REIS, Sandra. Elementos de uma filosofia da educação musical em Theodor W. Adorno. Belo Horizonte: Mãos Unidas, 1996.

Veronese, A. J. (2011). **A utilização da imagem de artistas mortos na publicidade e as tensões entre cultura, direito moral e mercado**. Contemporânea-Revista de Sociologia da UFSCar, 1(2), 215-235.

---

## Do Xote ao Pizeiro: Uma Análise dos Signos de Nordestinidade nas Canções “A triste Partida” (1964) e “Matuto sim sinhô” (2022)<sup>1</sup>

Lana Krishna de Carvalho Moraes<sup>2</sup>

Emilianny Barbosa Pachêco<sup>3</sup>

Ingredy de Andrade Silva<sup>4</sup>

Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### Resumo

Nas mais diversas representações culturais, percebemos o saudosismo emblemático e a força que essas representações culturais têm sobre uma comunidade ou região. As representações culturais do semiárido nordestino são bastante comuns nas músicas, nos filmes, novelas e na literatura. Os estereótipos criados em cima da região semiárida e do homem sertanejo se intensificaram ainda mais, criando assim um tipo de estigma a respeito das características do sertão nordestino e seus habitantes. As dificuldades, a escassez de água, a força que o homem exerce para sua sobrevivência, a fé em dias melhores e o saudosismo ao falar de sua terra, são algumas dessas características.

### Palavras-chave:

Estereótipos; Representações culturais; Semiárido; Signos de nordestinidade

### INTRODUÇÃO

Cheio de mistérios, belezas incomuns e histórias de prender não só a atenção como também o coração, o semiárido carrega consigo uma bagagem cheia, carregada de religiosidade, cultura, música, culinária, alegrias e também tristezas. O sertão nordestino é capaz de encantar o mais cético e assustar, o mais destemido dentre os homens.

Como parte da bagagem do sertão nordestino, encontramos a música como uma expressão artística e cultural funcionando de ferramenta de representação desse espaço, das vivências, das dificuldades e alegrias, fazendo parte também da construção desse mesmo espaço. A música aqui, não serve apenas como mero entretenimento, mas também como um meio didático de ensinar e apresentar o Nordeste ao próprio povo e a outros espaços. Para Dohme (2009, p. 57/58):

[...] o uso da música como um meio de expressão, como um elemento que propicia momentos lúdicos e como este aspecto proporciona o desenvolvimento individual e o convívio em grupo. [...] Não resta dúvida que este contacto é uma forma de despertar, e poderá ser um instrumento para identificar o gosto pela música incentivando o seu estudo e aprimoramento, mas

---

também é verdade que este uso da arte musical leva a experiências outras, como a sociabilização, desinibição, criatividade, descoberta e formação da autoestima [...]. (DOHME, 2009, p. 57/58).

O presente trabalho tem como base o estudo do Semiárido com o foco em uma de suas mais belas riquezas, a música. Na música, como vimos acima, é possível perceber a essência de um lugar, as particularidades de uma história, a luta por um amor impossível, até as dificuldades do trabalho árduo e sem fim. O Nordeste em si, o estilo de vida, é muito representado em alguns ritmos musicais mais comuns da região, como o xote, o forró e o pizeiro. Tendo em vista que esse tipo de representação, podendo ser até uma representação saudosista, é de cunho cultural do próprio lugar. A cultura é algo herdado, que acompanhou gerações e moldou não apenas as perspectivas acerca de um determinado lugar, mas ressignifica práticas e símbolos. Eagleton (2005, p. 184) acerca da cultura diz:

a cultura não é unicamente aquilo que vivemos. Ela também é, em grande medida, aquilo para que vivemos. Afeto, relacionamento, memória, parentesco, lugar, comunidade, satisfação social, prazer intelectual, um sentido de significado último: tudo isso está mais próximo, para a maioria de nós do que as cartas de direitos humanos ou tratados do comércio (EAGLETON, 2005, p. 184).

Como sabemos, a região Nordeste é cercada de estereótipos acerca de suas particularidades regionais, vemos isso de forma mais clara, por exemplo, em uma representação do nordestino em uma novela ou nos cinemas. A forma como representamos algo que não faz parte de nossa vivência é a forma que enxergamos esse algo. Muitas vezes essa representação poderá vir de forma grosseira, com uma caracterização superficial que foi construída com base no que foi lhe apresentado. Ao ser representado como o Nordeste de seca, de fome e dificuldades, o sertanejo como homem que tem muita garra vivendo em meio a dificuldades, o êxodo nordestino, todos esses aspectos contribuem para a criação dos signos de nordestinidade representados.

Nas mais diversas representações culturais, percebemos o saudosismo emblemático e a força que essas representações culturais têm sobre uma comunidade ou região. Costumamos chamar essas representações quando dentro de algum produto como música, filme ou dança de signos, sendo mais específico se tratando de produtos produzidos, consumidos na região Nordeste, chamamos de signos de nordestinidade. O presente artigo analisará de forma qualitativa essas representações culturais dentro de duas músicas regionais nordestinas, sendo elas “A triste partida” de Luiz Gonzaga e “Matuto Sim Sinhô” de Fabinho Testado, levando em consideração a distância de épocas entre as duas obras musicais, e analisando também o contexto regional entre as duas épocas.

## Semiárido Nordeste

A região semiárida se estende por todos os Estados que compõem o Nordeste, com uma quilometragem total de 1.128.697 km<sup>2</sup> ocupando 12% do território nacional. Conhecido pelas suas características climáticas severas, o semiárido abriga uma vegetação incomum aos outros Estados brasileiros, que se adapta facilmente às altas temperaturas, longas estiagens e ao solo. As irregularidades das chuvas e essas altas temperaturas contribuíram para a criação da imagem inóspita do semiárido, no entanto, há períodos curtos onde chuvas torrenciais caem, trazendo a vida e o verde para a região. Assim está dicotomia climática torna o semiárido brasileiro ao mesmo tempo um dos mais habitáveis do mundo e uma região particularmente suscetível às mudanças climáticas, razão pela qual sua climatologia conta com diversos monitoramentos científicos e com a sabedoria popular do povo sertanejo. (INSTITUTO NACIONAL DO SEMIÁRIDO - INSA)

Essas características peculiares da região, trouxeram alguns estigmas e realidades um tanto duras para a região em si e o povo do semiárido. Apesar de hoje os estudos e desenvolvimentos na região serem mais frequentes e a sabedoria do sertanejo acerca da terra ainda ser vívida, as dificuldades são reais e históricas. No entanto, mesmo existindo seus dias chuvosos, sua história é mais evidente por conta da seca, dificuldades pela falta d'água e falta de oportunidades, ocasionando o que chamamos de êxodo.

Mas as questões de fato, que permeiam essas características que muitas vezes são romantizadas no Semiárido são questões políticas e de poder. Desde a chegada dos portugueses na região Nordeste, o primeiro impulso foi de exploração, primeiro com a cana- -de-açúcar, depois com a extração de madeiras para a fabricação de lenha, a exploração do gado e a exploração humana com mão de obra, fez com que o cenário do sertão nordestino caísse nesse estigma de trabalho árduo e intenso para o desenvolvimento de fora.

Essa consciência de que a região serviria apenas para aproveitar os recursos que lá existiam ainda hoje é propagada, talvez não de forma tão intensa como antes, mas as marcas da antiga realidade ainda são muito visíveis. A exploração permeou durante anos fazendo realmente com que a terra ficasse desgastada, juntando com o clima característico da região começou-se o êxodo para as outras regiões do país, deixando o sertão nordestino de certa forma esquecido e longe do ares de desenvolvimento, além de criar essa memória de uma região de dificuldades.

Por conta dessas dificuldades mencionadas acima, as condições socioeconômicas da região tornaram-se de fato precárias, aumentando a vulnerabilidade. Viver da terra, que é a

atividade mais comum no semiárido nordestino, também se torna uma atividade bastante difícil, visto que, por conta do clima quente, longos períodos sem chuva e grande exploração do que a terra consegue produzir, o solo fica empobrecido, dificultando assim o trabalho no mesmo.

No entanto, apesar das dificuldades, a região das secas também é relacionada a uma região de fé, de força e de mistérios. Podemos nos perguntar o porquê dessa ligação, e para uma resposta simples e objetiva, as características climáticas são o princípio desses estereótipos criados e dados a esse lugar e ao povo que vive no semiárido e subsiste por meio dele. A fé tem um papel especial na formação dos indivíduos que vivem na região semiárida, como se fosse uma espécie de formação do caráter humano e a partir dessa fé, a força necessária para enfrentar as dificuldades que surgem. Os mistérios que rodeiam o semiárido também estão de certa forma ligados à fé, como promessas, superstições e até mesmo a resolução da falta d'água baseia-se na fé e superstições para santos ou rezadeiras. Todas essas características contribuíram para a formação das individualidades do sertão nordestino e foram repassadas como forma de herança para as novas gerações.

### **A confluência das representações sociais e estereótipos sobre o semiárido nordestino facilitados pela mídia**

Por décadas, as representações construídas acerca da região Nordeste e do “ser nordestino” têm sido veiculadas revestidas de estereótipos. Estes resumem o Nordeste a um território Semiárido onde predomina a seca, a fome e a miséria, tidas como responsáveis pela pobreza da terra e do povo. Uma região habitada somente por homens de fé, fortes e corajosos que aguardam ansiosamente pelo fenômeno tido como o milagre da vida do Semiárido: a chuva. Essas representações estão enraizadas aos aspectos históricos de divisão e povoamento da região, dominada pelas elites agrárias que difundiram em primeiro momento os aspectos que hoje definem e representam de forma massiva a região do Semiárido Nordeste. As representações sociais são elaboradas dentre os grupos devido à necessidade de definir e caracterizar os diversos aspectos que os rodeiam, no intuito de localizar-se, de definir os papéis que serão desempenhados em sociedade, no modo como devem lidar com as problemáticas que lhes são impostas. As representações são genuinamente sociais e parte relevante no cotidiano dos sujeitos, como define Jodelet (1993, p.1).

Sempre necessitamos saber o que temos a ver com o mundo que nos cerca. É necessário ajustar-se, conduzir-se, localizar-se física ou intelectualmente, identificar e resolver problemas

que ele põe. Eis por que construímos representações. E, da mesma forma que, ante as coisas, pessoas, eventos ou ideais, não somos equipados apenas com automatismos, igualmente não somos isolados em um vazio social: compartilhamos o mundo com outros, neles nos apoiamos – às vezes convergindo; outras, divergindo – para compreender, o gerenciar ou o afrontar. Por isso as representações são sociais e são tão importantes na vida cotidiana. Elas nos guiam na maneira de nomear e definir em conjunto os diferentes aspectos da nossa realidade cotidiana, na maneira de interceptá-los, estatuí-los e, se for o caso, de tomar uma posição a respeito e defendê-la Jodelet (1993, p.1).

Essas representações, em suma, são elaboradas por instituições que detêm e exercem grande poder em sociedade e são capazes de promover em densas maiorias sensação de unanimidade. Essas representações regionais que tangem ao Nordeste e a designação do termo nordestino se condensam de modo a remontar, em meados do século XX, no Diário do Pernambuco. O termo apareceu para designar os habitantes da área ocidental do antigo Norte que estavam prestes a receber um financiamento através de um caixa especial por meio de um parecer do deputado cearense Idelfonso Albano através de um projeto do Deputado do Rio Grande do Norte, Eloy de Sousa, no intuito de fornecer verba para o irrigamento das terras da região, como aponta Albuquerque Jr. (2013, p.137). Ainda segundo o autor, a designação nordestina era mais utilizada para se referir aos habitantes situados entre os estados de Alagoas e Ceará e com menor frequência aos habitantes do Piauí e Maranhão. O termo firmou-se de forma generalizada apenas no final dos de 1930, passando a ser também identidade regional da população. Anteriormente outras nomenclaturas eram comumente utilizadas no Sul e Norte para se referir aos habitantes do Nordeste, dentre elas, nortista, cearense, sertanejos, brejeiros, dentre outras.

Essa terminologia advinda das definições de uma determinada elite concebeu-se no intuito de nomear e tornar comum as características e especificidades representacionais do espaço e da população que habitava determinada região. Essa caracterização transfigurada de um grupo para outro também se deu por meio de interesses políticos e econômicos das elites do Norte do país que dependentes das atividades agrícolas, entram em crise e, ao subordinar-se a região Sul do país encontram como alternativa o potencial político deste tema, resumindo a região Nordeste e suas especificidades à crise hídrica promovida pela ausência das chuvas, evidencia Albuquerque Jr. (2013, p.138):

O Nordestino, assim como o recorte regional Nordeste, nasceram a partir de uma série de práticas regionalistas e de um discurso regional que se intensifica entre as elites do Norte do

país, a partir do final do século XIX, quando o declínio econômico e político desta área levará a uma progressiva subordinação deste espaço em relação ao Sul do país, notadamente São Paulo. Foi na articulação regionalista das elites dos estados que viviam das atividades agrícolas, notadamente do açúcar e do algodão, preteridas pelo Estado Nacional, quanto a sua política fiscal, de créditos, de obras públicas, que favorecem principalmente a área cafeeira, - aliada às reivindicações no sentido de “solucionar o problema da seca”, principal argumento político de que estas elites dispunham para reivindicar obras públicas e investimentos, desde que a partir da seca de 1887-79 haviam descoberto o potencial político desse tema -, que a ideia de Nordeste foi sendo gestada. (ALBUQUERQUE 2013, p.138).

Essa concentração de poder nas mãos de poucos, principalmente das elites agrárias que ainda se sustentam através dessa “indústria da seca” contribuiu para a construção massiva, através de outras instituições detentoras de poder e produtoras de discursos, de uma noção estereotipada e caricata da região e das pessoas que nela habitam. Essa manutenção do poder não se limitou apenas a divisão de terras e comando no território, se estendeu hereditariamente um pequeno estrato da sociedade que fomentou e tornou comum essas representações estereotipadas, estas tomaram forma nas mais diversas produções culturais e comunicacionais que repercutiram o Nordeste e o “ser nordestino” através da literatura, da música, da teledramaturgia, do cinema e dos meios de comunicação. A imagem do Nordeste é um misto de representações, símbolos e mitos, com personagens que marcam a história da região e a tornam um grande patrimônio cultural nacional. Ao longo dos anos essa imagem foi construída e reproduzida através de obras célebres literárias, visuais e midiáticas. Com a produção dessa imagem, origina também a estereotipização do Nordeste, reproduzido a partir de discursos da mídia que exprime sua visão do sertão para todo o Brasil. (PINHEIRO, 2021, p. 27).

A ausência da possibilidade de evidenciar outras vozes em decorrência da concentração hegemônica do poder fez com que essas representações travestidas de estereótipos compusessem também a história do Nordeste, suas características culturais e artísticas. Esses estereótipos, segundo Biroli (2011, p. 1) são frutos das dinâmicas estabelecidas em sociedade e que refletem nas definições dos papéis dos indivíduos e grupos e que estão ligados a momentos específicos em que essas relações de poder estão inseridas.

Esses estereótipos não representam uma versão falseada da realidade, entretanto generalizam essas realidades representadas em detrimentos das vivências específicas dos sujeitos e seus grupos. Como parte intrínseca das representações, esses estereótipos estabelecem vínculos com os indivíduos em um processo de internalização quase que

imperceptível e que inibe que esses indivíduos percebam essa dicotomia entre falseamento e realidade. Nessa dinâmica, esses sujeitos passam a conviver com essas representações estereotipadas, despercebendo a necessidade de questioná-las.

Mas é justamente porque os estereótipos estão na base das representações que são internalizadas pelos próprios indivíduos, orientando suas ações, que não existe uma fronteira clara entre o falseamento e a realidade. Os estereótipos não são representações que deturpam o modo de ser (caráter, personalidade, disposições individuais) que existiriam de maneira prévia ou independente dos processos sociais de definição dos papéis e definições dos valores – eles são parte da dinâmica social na qual se definem caráter, personalidade e disposições sociais. (BIROLI, 2011, p. 5).

Grande parte das matérias produzidas e transmitidas pelos veículos midiáticos enquadram apenas a realidade vivenciada nas pequenas cidades interioranas do semiárido, suspendendo completamente qualquer contato com os centros urbanos que compõem essas regiões. Fazem aparentar que os indivíduos vivem isolados nessas regiões mais remotas, abandonados, lidando corriqueiramente com a escassez de água, com a fome e com a desigualdade. Esse enquadramento dado inibe a responsabilidade da elaboração de políticas públicas pautadas na possibilidade de convivência com o semiárido por parte das instituições detentoras de poder para com essas regiões que são afetadas pela recorrência irregular das chuvas, características do clima semiárido.

Os meios de comunicação como responsáveis pela manutenção dos interesses das elites políticas, em detrimento de seu papel social como instituições veiculadoras de informação de qualidade e pela reprodução massiva dessas representações estereotipadas deixam de cumprir um papel assistencialista para se comportar como meios técnicos de transmissão e manutenção de sentidos que inibem a possibilidade de vislumbrar as realidades através de outras óticas, “Entretanto os meios de comunicação, sobretudo os de massa, teoricamente divulgadores de informações de qualidade, isenta e preocupada com o bem estar social, na prática, não cumprem por completa essa função”. Silva (2013, n.p).

Os olhares sobre o Semiárido nordestino são construídos principalmente através do que é veiculado pelos meios de comunicação e pelos produtos que a indústria da mídia distribui através das produções musicais, da teledramaturgia, das produções cinematográficas e que têm sido reproduzidas de forma positiva pelos artistas em ascensão no atual contemporâneo, visto que, as novas dinâmicas permitidas com a chegada da internet e das plataformas digitais tem possibilitados que essas vozes anteriormente inibidas se manifestem e sejam capazes de mostrar



que há possibilidades de convivência com o semiárido que vai além do que é mostrado nas telas de TV e nos noticiários.

### **Análise**

As representações criadas pela mídia tradicional sobre o semiárido brasileiro, principalmente o do Nordeste do país, foram criadas baseadas em preconceitos e estereótipos, muito possivelmente devido ao predomínio da comunicação tradicional do Brasil está concentrada no eixo Rio-São Paulo. Albuquerque Jr (2001) em A Invenção do Nordeste e outras artes sugere que os leitores olhem atentamente para como o Nordeste é representado na mídia brasileira, o historiador sugere que o Nordeste é retrato com padrões arbitrários. Em seus dez anos de estudo a pesquisadora Carla Paiva (2006) detectou a existência de signos de representação sobre o Nordeste, denominados signos de nordestinidade, sendo eles: o migrante, a violência, o vaqueiro, a religiosidade, nas manifestações folclóricas, a paisagem sertaneja, a influência de Euclides da Cunha, o coronel, a virtude, a injustiça dos governantes, a mulher nordestina, o destino e a fome. Esses estereótipos estão presentes até hoje no jornalismo, nas artes, cinema, literatura, em obras televisivas e na música, na maioria das vezes o Nordeste aparece como um lugar inóspito, sem água, muito quente e violento, com pessoas pobres, sem educação, queimadas pelo sol rachante, que falam errado e se vestem de trapos. Além desses inúmeros problemas, o sotaque nordestino é retratado genericamente, sem levar em consideração a grandeza da região e a diversidade de seus 9 estados.

Entretanto, esse cenário está mudando aos poucos, nos últimos anos as representações caricatas sobre o Nordeste tem gerado constrangimento nos moradores da região. Eles não se veem representados nas obras veiculadas na mídia, pelo contrário, se sentem inferiores e estereotipados. Segundo a pesquisadora Cláudia Vasconcelos, esses discursos produzem incômodo e podem “gerar ao mesmo tempo uma intrigante aceitação do lugar de marginal frente a uma cruel estratégia de estereotipização”. (VASCONCELOS, 2006, p.6).

Diante da perspectiva da mídia sobre o semiárido nordestino, a pesquisa irá analisar os signos de nordestinidade presentes nas músicas A triste partida do cantor/compositor Luiz Gonzaga e Matuto Sim Sinhô do também cantor/compositor Fabinho Testado. Além disso, este artigo busca compreender como a cultura nordestina vem sendo representada no forró e como as representações sobre o Nordeste na música mudaram ao longo dos anos.

### Luiz Gonzaga e o antigo sertão

Pernambucano, nascido no povoado do Araripe, da pacata cidade de Exú Luiz Gonzaga do Nascimento foi o grande responsável pela valorização dos ritmos nordestinos no restante do Brasil. O repertório de Luiz Gonzaga foi construído entre as décadas de 1940, 1950, 1960, 1970 e 1980 com inúmeras representações do Nordeste da época. Temáticas como seca, migração e saudade aparecem frequentemente em suas letras. Nóbrega e Teixeira (2014) afirmam que a partir dessas ideias, o artista consegue construir um discurso midiático sonorizado com elementos de identificação regional que teve grande impacto na indústria de entretenimento em meados do século XX.

Para Nóbrega e Teixeira (2014) a evocação recorrente das memórias nas músicas de Gonzaga confirma a ideia de Nordeste como um espaço de atraso. A região é retratada como imutável, um espaço sem modernidade e sem perspectivas de mudanças. Em geral, a música como elemento de construção da imagem do Nordeste tende a associar a região a um ambiente tradicional, onde o homem e a natureza não se separam, onde as relações comunitárias e a ordem patriarcal estão preservadas. (NÓBREGA, TEIXEIRA . 2014. p.5)

Na letra da música A triste partida de 1964, composta por Patativa do Assaré, Luiz Gonzaga faz menção a um sertão sofrido, com signos de seca, religiosidade, fome e a inevitável migração para uma terra que seja habitável. Na primeira estrofe da canção é mostrada a angústia do sertanejo nordestino nos meses não chuvosos e o medo da fome.

Setembro passou

Outubro e novembro

Já tamo em dezembro

Meu Deus, que é de nós

(Meu Deus, meu Deus)

Assim fala o pobre

Do seco Nordeste

Com medo da peste

Da fome feroz

(Ai, ai, ai, ai) (GONZAGA, 1964)

Logo depois os versos fazem referência a fé e religiosidade, o sertanejo acredita que a região está seca por “castigo de Deus” mas nunca perdendo a esperança da chuva após o período do natal. A letra relata que a estiagem durou mais que o esperado, dificultando sua estadia na região.

A treze do mês  
Ele fez experiência  
Perdeu sua crença  
Nas pedra de sal  
Mas noutra esperança  
Com gosto se agarra  
Pensando na barra  
Do alegre Natal  
(Ai, ai, ai, ai)  
Rompeu-se o Natal  
Porém barra não veio  
O Sol bem vermeio  
Nasceu muito além  
(Meu Deus, meu Deus) (GONZAGA, 1964)

A letra segue fazendo menção ao sofrimento da região com a falta de chuva e o castigo divino (Então o nortista /Pensando consigo/ Diz: Isso é castigo/ Não chove mais não /(Ai, ai, ai, ai). Mais adiante os versos chegam a março e a estiagem continua e mesmo com o santo ajudando a fé vai se despedaçando do sertanejo.

Na estrofe seguinte o signo que mais aparece é o de migração, Jesus (2011) nota que o retirante, “apesar de amar sua terra sabe que o lugar é ponto de culminância com a morte, em contrapartida tem o Sul ou Sudeste como a última esperança de vida” (JESUS,2011 p. 17).

Nos versos seguintes a súplica e o discurso de inferioridade do sertanejo nordestino é ressaltado, Gonzaga ainda canta sobre o sofrimento que é chegar na cidade grande sem emprego e instrução. Além disso, a música faz menção sobre a paisagem do sertão e sua riqueza em tempos de chuva.

Ele segue outra tría  
Chamando a famía  
Eu vendo meu burro  
Meu jegue e o cavalo  
Nós vamo a São Paulo  
Viver ou morrer  
Chegou o triste dia  
Já vai viajar

A seca terrível  
Que tudo devora  
Ai, lhe bota pra fora  
Da terra Natal  
(Ai, ai, ai, ai) (GONZAGA, 1964)

Ao final das estrofes o artista canta sobre as diferenças do sertão nordestino, de como é conviver com pessoas estranhas e de como os nordestinos se submetem a situações precárias de sofrimento para se manterem em outras regiões.

Chegaram em São Paulo  
Sem cobre quebrado  
E o pobre acanhado  
Percura um patrão  
Só vê cara estranha  
De estranha gente  
Tudo é diferente (GONZAGA, 1964)

No restante da música é possível identificar signos a saudade, na estrofe que cita: Saudade de móio/ E as água nos zóio/ Começa a cair, a violência quando ele cita trabalho análogo a escravidão, no trecho: Do mundo afastado/ Ali vive preso/ Sofrendo desprezo/ Devendo ao patrão. Por fim, a letra destaca a virtude da terra (Nordeste) que é seca, mas boa e a bravura do nordestino que aguenta, sempre com fé, todo esse sofrimento.

Distante da terra  
Tão seca, mas boa  
Exposto à garoa  
A lama e o baú/  
Faz pena o nortista  
Tão forte, tão bravo  
Viver como escravo  
No norte e no sul (GONZAGA, 1964)

As representações presentes nas músicas de Luiz Gonzaga, serviam como reflexo do sertão nordestino para as pessoas que não viviam a realidade do Nordeste. Isso aumentava o preconceito que elas já possuíam em relação ao Nordeste, a seca, o atraso e a ignorância. Contudo, as músicas do artista também podem ser associadas à fala de denúncia, mostrando

que a falta de políticas públicas e o desvio do olhar das autoridades, transformava o Nordeste no reflexo que perdura até os dias de hoje.

### **Fabinho Testado e sertão do futuro**

Também pernambucano, da cidade de Belém de São Francisco, Fabinho Testado é a nova aposta de sucesso para o forró. Fabinho começa na música muito novo, tocando trompete em uma banda marcial, mas fez uma pausa quando aos 15 anos se mudou para Recife durante a graduação em jornalismo, logo após anos de hiato volta para a música ao se apaixonar por outro instrumento musical, a sanfona. Cantor e compositor, o artista se inspira musicalmente nas gerações antigas do forró, mas principalmente no forró pé de serra dos anos 80 e usa a exaltação do sertão como o pilar das suas letras. Em suas músicas o sertão nordestino sempre aparece como um lugar aconchegante, cheio de amor, sempre trazendo signos como a paisagem sertaneja e a religiosidade.

Na canção Matuto Sim Sinhô de 2022, Fabinho Testado começa com a religiosidade, agradecendo a Deus pelo sol que aparece após dias de chuva, pelo pasto, pela água nos reservatórios e cita também a paisagem sertaneja mencionando o mato verde. As letras de forró atualmente trazem o vaqueiro como símbolo do Nordeste, como a figura mais imponente do sertão. A virtude e o homem bruto também aparecem com frequência.

O Sol apareceu obrigado meu Deus  
O mato tá verde de novo  
O açude encheu e o gado não morreu  
Plantação cresceu em dobro  
Sou um simples matuto na vida do gado  
Correndo atrás para ser um campeão  
Coração grande, jeito de bruto  
Touro bandido eu derrubo no chão (TESTADO, 2022)

Essa letra ressalta a figura do nordestino como matuto, aquele que demonstra timidez, retraimento e desconfiança, mas mostra isso de uma forma positiva. A fé aparece muito forte quando a letra cita que com muita luta ainda “vou chegar lá”, demonstrando que o sertanejo ainda tem muitos percalços na vida mas não precisa de muito para ser feliz, e que a felicidade sempre vale mais que qualquer coisa.

Vou seguindo com a fé em Deus

Sei que com ele eu vou chegar lá  
Vou chegar lá  
Moro no interior matuto sim sinhô  
Vou cuidando das terras que herdei do meu avô  
Eu e meu cavalo derrubando gado  
Eu sou tão feliz, aqui eu sou feliz (TESTADO, 2022)

Contrárias aos estereótipos presentes nas letras de Luiz Gonzaga, as canções de Fabinho Testado trazem um outro lado do Nordeste, uma exaltação da paisagem sertaneja e representações que carregam de fato, a essência do nordestino.

### **Considerações Finais**

As representações sociais estereotipadas que permeiam o Semiárido nordestino são consequência da atuação política regionalista das elites agrárias que ali se fizeram presentes, como instituições detentoras de poder, produtoras e reprodutoras de sentidos, permaneceram, em processo hereditário, presentes até os dias atuais na região. As políticas por elas suscitadas, principalmente as relacionadas ao combate à seca, facilitaram o processo de intensificação de estereotipização da região do Semiárido nordestino e construção caricata das personalidades que ali resistem e tiram seus meios de sobrevivência.

Essas elites, detentoras de poder estenderam seu grau de atuação para além da posse de terras e do exercício de poder direto sobre a população, passaram a se fazer presente também no âmbito comunicacional ao serem responsáveis por introduzir os meios de comunicação no território, estes vinculados às elites dos grandes centros urbanos detentoras de grande maioria dos meios de comunicação de massa atuantes no Brasil. Essa confluência de poderes facilitou a exploração da imagem do Semiárido nordestino, por um lado beneficiam-se política e economicamente através da exploração de políticas que visam o combate à seca, enquanto os veículos midiáticos faturam com a espetacularização dos enquadramentos que prioriza ao veicular os interesses dessas elites.

De fato, o Semiárido nordestino é caracterizado pelas irregularidades pluviométricas que o faz destacar-se no período de estiagem e que afetam diretamente as famílias que ali habitam, entretanto essa não é a única realidade existente no Semiárido. Não se trata de uma região isolada, que reflete o abandono em decorrência da seca, mas sim, uma região que convive com a ausência de políticas públicas que incentivem a convivência com o Semiárido. Essa realidade é também mantida pelos produtos veiculados pela mídia hegemônica que

preferem a transmissão dessa realidade estereotipada e caricata em decadência de uma comunicação assistencialista capaz evidenciar as demais vozes e discursos ali presentes.

Todavia, através da análise realizada foi possível vislumbrar uma alteração nesse quadro de sentidos entre os períodos suscitados. As novas dinâmicas possibilitadas com a chegada da internet e ascensão das plataformas digitais têm permitido que essas vozes anteriormente inibidas venham a público disseminar sua versão da realidade de possibilidade de convivência com o semiárido. As canções analisadas, do xote ao piseiro, refletem uma mudança de perspectiva quanto a representação do Nordeste para os próprios autores das canções. Matuto Sim Sinhô de Fabinho Testado, lançada em 2022 mostra um vislumbre positivo desse artista para com o Semiárido nordestino, uma exaltação das práticas culturais ali estabelecidas e vivenciadas por ele como indivíduo contendo experiências pessoais e as proporcionadas pelas relações estabelecidas e desenvolvidas em grupo, diferente dos signos de nordestinidade identificadas na canção A triste partida de 1964 de Luiz Gonzaga que retrata com tristeza e pesar esses signos de nordestinidade.

## REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, J.M. de. A invenção do nordeste e outras artes. – 5ª edição. São Paulo: Cortez, 2011. Disponível em : <https://pdfcoffee.com/livro-a-invencao-do-nordeste-outras-artes>. Acesso em: 20 de jan de 2023
- ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. Nordestino: uma invenção do “falo” – uma história do gênero masculino (1940-1920). 2ª ed. São Paulo. Intermeios, 2013, p. 137-208. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4092240/mod\\_resource/content/1/DURVAL%2C%20M.%20Nordestino%20-%20Inven%C3%A7%C3%A3o%20do%20falo%20-%20CAP%20-%20A%20inven%C3%A7%C3%A3o%20de%20uma%20macho.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4092240/mod_resource/content/1/DURVAL%2C%20M.%20Nordestino%20-%20Inven%C3%A7%C3%A3o%20do%20falo%20-%20CAP%20-%20A%20inven%C3%A7%C3%A3o%20de%20uma%20macho.pdf). Acesso em: 20 jan. 2023.
- BARBOSA, P da S. PAIVA, C. C da S. Signos De Nordestinidade: análise da representação das identidades nordestinas no cinema brasileiro no período de 2000 A 2010. ComSertões-Revista de Comunicação e Cultura no Semiárido , v.01, p. 63-78, 2017.Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/comsertoes/article>. Acesso em: 20 jan. 2023.
- NÓBREGA. I. TEIXEIRA. C. O Nordeste no Cinema Brasileiro: Perpetuação de Estereótipos no Filme “Gonzaga, de Pai pra Filho”. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. João Pessoa.2014 P. 13. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0722-2.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2023.
- BIROLI, FLÁVIA. Mídia, Tipificação E Exercícios De Poder: A Reprodução Dos Estereótipos No Discurso Jornalístico. Revista Brasileira de Ciência Política: Revista Brasileira de Ciência Política, p. 71-98, v. 6, dez. 2011. Disponível em: [https://scholar.google.com.br/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=pt-BR&user=Q11\\_T6sAAAJ&citation\\_for\\_view=Q11\\_T6sAAAJ:M3ejUd6NZC8C](https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=Q11_T6sAAAJ&citation_for_view=Q11_T6sAAAJ:M3ejUd6NZC8C). Acesso em: 18 de maio de 2022.

DOHME, V. Atividades lúdicas na educação: o caminho de tijolos amarelos do aprendizado. 5 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TESTADO, FABINHO. Matuto Sim Sinhô. [Merlin] Revelator. 2022. 2:44 minutos.

INSA. Instituto Nacional do Semiárido. O SEMIÁRIDO BRASILEIRO. Portal Gov.br. Disponível em: <https://www.gov.br/insa/pt-br/semiario-brasileiro>. Acesso em: 23 de Janeiro de 2023.

JESUS, K.N.G. de. A música de Luiz Gonzaga na construção da identidade regional. Campina Grande. 2011. p. 26. Disponível em: <https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/>. Acesso em: 19 de Janeiro de 2023.

JODELET, D. Représentations sociales: un domaine em expansion. In: Jodelet (Ed.). Les representations sociales. Paris: PUF, 1989, pp. 31-61. Tradução: Tarso Bonilha Mazzotti. Revisão Técnica: Alda Judith Alves Mazzotti. UFRJ. Faculdade de Educação, dez. 1993. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/324979211\\_Representacoes\\_sociais\\_Um\\_dominio\\_em\\_expansao](https://www.researchgate.net/publication/324979211_Representacoes_sociais_Um_dominio_em_expansao). Acesso em: 14 dez. 2022.

A triste partida - composição: Luiz Gonzaga do Nascimento. Letra: Antônio Gonçalves da Silva [chamado] Patativa do Assaré. In: A triste partida. RCA - Vinyl-album-Reissue-Mono. Brasil, 1964.

NETO, J. L. Fabinho Testado, o novo investimento dos empresários de João Gomes. Diário do Nordeste, 2022. Disponível em: <https://diariodonordeste>. Acesso em: 19/01/2023

PAIVA, C. C da S. A virtude como um signo primordial da nordestinidade: análise das representações da identidade social nordestina nos filmes O Pagador de Promessas (1962) e Sargento Getúlio (1983). Dissertação (Mestrado em Educação e Contemporaneidade), Universidade do Estado da Bahia, Salvador, 2006. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/comsertoes/article/view/4289/2685>. Acesso em: 19 de jan de/2023

PINHEIRO, F. B. Construção de estereótipos do sertão nordestino: das mídias às tatuagens de Kibça, uma análise semiótica. REVISTA GEOMETRIA GRÁFICA. Universidade Federal do Pernambuco, v. 5, n. 2, p. 26-35, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/geometriagrafica/article/view/252735/40125>. Acesso em: 20 jan. 2023.

SILVA, E. D. da C. A MÍDIA E AS DIZIBILIDADES SOBRE O SEMIÁRIDO BRASILEIRO. ComSertões. Universidade do Estado da Bahia, v. 1, n. 1, p. 40, 2013. Disponível em: <https://revistas.uneb.br/index.php/comsertoes/article/view/673>. Acesso em: 20 jan. 2023.

VASCONCELOS, C.P. A construção da imagem do nordestino/sertanejo na constituição da identidade nacional. II ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2006. Disponível em: [http://www.cult.ufba.br/enecul2006/claudia\\_pereira\\_vasconcelos.pdf](http://www.cult.ufba.br/enecul2006/claudia_pereira_vasconcelos.pdf). Acesso em: 29 jan. 2023.



## O Jornal Estudantil *Flâmula* e a memória sobre a seca em Picos-PI

Jailson Dias de Oliveira

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (Faculdade R.Sá).  
Universidade Estadual do Piauí – Campus Professor Barros Araújo

### Resumo

No presente estudo abordaremos como o jornal estudantil *Flâmula* retratou a temática da seca em Picos-PI. O trabalho é oportuno, pois a seca é um fenômeno sempre associado a região Nordeste através de várias representações midiáticas, desde a imprensa até livros, filmes, músicas, que retratam essa região como em situação de perpétuo sofrimento. O *Flâmula* pode ser considerado um lugar de memória, contribuindo para construção da realidade local a partir da visão subjetiva dos seus colaboradores. Para tanto, utilizou-se como referência Nora (1993), Barbosa (1995) e Rego (2014). Como metodologia, dispõe-se da pesquisa qualitativa e análise documental, em Severino (2007), e Análise do Discurso em Foucault (2009; 2019; 2020), o que nos permitirá explicar os textos escolhidos para análise. Chega-se à conclusão de que o *Flâmula* constitui-se em um documento importante sobre a realidade local ao passo que perpetua a imagem de pobreza do nordestino.

**Palavras-Chave:** Flâmula; Seca; Jornal; Nordeste; Memória.

### Introdução

O fenômeno da seca, que devasta plantações, provoca a morte de rebanhos e leva miséria às famílias é comumente associado a região Nordeste do Brasil. Inúmeras são as representações artísticas e midiáticas que contribuem para essa construção discursiva, que retrata os habitantes dessa parte do país como flagelados, famélicos, desprovidos de possibilidades e oportunidades (Albuquerque Júnior, 2011). É como se fosse do interesse do sul retratar o que anteriormente entendia-se como Norte, como algo exótico e imutável, contribuindo assim para a construção de uma verdade (Foucault, 2019) reforçada muitas vezes não apenas pelo olhar de fora, mas daqueles que habitam esse meio.

As falas sobre a estiagem são apresentadas na mídia, e não é de hoje. Acontecimentos específicos como a seca que se abateu sobre o Piauí entre 1889/1890 foram registrados pela imprensa da época através das publicações que endossavam a situação de calamidade, especificamente no sudeste piauiense, o que podemos entender como Centro-Sul (Baptista; Baptista; Nascimento, 2020), onde está o município de Picos.

O jornal constitui-se dessa forma em um lugar de memória conforme Nora (1993) que contribui para a construção do passado através daquilo que nele registraram. O jornalista é, portanto, um senhor da memória (Barbosa, 1995), pois promove a seleção do que vai ser noticiado. Como as páginas de um periódico ficam preservadas, estas se tornam documentos.

Portanto, é do nosso interesse descortinar como o jornal estudantil *Flâmula*, produzido pelo Grêmio Literário da Costa e Silva, a partir do Ginásio Estadual Picoense, entre 1952 e 1953, vai abordar a temática da seca.

Em suas páginas identificamos textos que abordam a seca na região de Picos e a visão que os colaboradores davam a esse episódio. Salienta-se que o tema é oportuno pelo fato da cidade estar situada no sertão piauiense, uma região semiárida, que traz constantemente à tona as irregularidades acerca das precipitações pluviométricas. Embora o *Flâmula* não seja um periódico convencional, ainda assim o mesmo ocupa o papel já mencionado de lugar de memória, pois a sua circulação não se restringia a escola nem a temas relacionados a educação. A publicação ampliava o seu escopo tratando sobre acontecimentos sociais de Picos.

Dessa forma, buscaremos expor as narrativas do jornal sobre a temática da seca; analisar os textos que tratam sobre o assunto; como o impresso contribuiu para o debate sobre a estiagem enquanto lugar de memória; proporcionar melhor consciência histórica sobre o passado e como o acesso a memória vai desenvolver melhor consciência sobre os fatos transcorridos e registrados.

Mesmo constituindo-se na atualidade em importante fonte de estudos, o jornal impresso precisa ser analisado com o olhar crítico do pesquisador, uma vez que o mesmo está eivado de subjetividades. Não se trata de alimentar preconceitos ou incorrer em erros anacrônicos quanto aos periódicos de décadas passadas, mas dialogar com os documentos e saber entender as interpretações neles dispostas.

### **O nordeste, a representação sobre a seca e os lugares de memória**

Historicamente a região Nordeste do Brasil tem sido descrita e representada midiaticamente pelo Brasil, através da imprensa, livros, filmes, novelas, séries televisivas, como um lugar exótico e repleto de sofrimento. A ideia de que uma imensa região com costumes, crenças, gostos e cultura uniformes passa a ser vista como um discurso difícil de questionar (Foucault, 2009).

Com tudo é preciso analisar melhor a questão e saber entender de onde vem esse estereótipo do nordestino vítima da seca, esquelético, necessitando sempre da ajuda

governamental, especialmente dos estados do Sul do país. Essa visão reforça o preconceito e o surgimento de rivalidades com as quais ninguém tem a ganhar.

Albuquerque Júnior (2011) ao falar em Raquel de Queiroz vai tocar nessa temática da estereotipação e na tão falada “nordestinidade”, defendida por tantos.

Podemos, então, concordar com a nossa escritora quando afirma que a mídia não vê o Nordeste como ele é? Não, porque isso seria pleitear a existência de uma verdade para o Nordeste, que não existe. É esquecer que o estereótipo não é apenas um olhar ou uma fala torta, mentirosa. O estereótipo é uma fala produtiva, ele tem uma dimensão concreta, porque além de lançar mão de matérias e formas de expressão do sublunar, ele se materializa ao ser subjetivado por quem é estereotipado ao criar uma realidade para o que toma como objeto. Não podemos cair, como faz a nossa escritora, no discurso da discriminação do Nordeste e dos nordestinos (Albuquerque Júnior, 2011, p. 30).

O autor citado levanta o questionamento quanto a essa visão que coloca cada habitante da região dentro de um mesmo escopo, esquecendo-se as inúmeras particularidades, hábitos e costumes dos mesmos, bem como a hibridização pela qual passa a cultura permanentemente. Assim, constrói-se o discurso de um Nordeste totalmente árido, onde todos que aqui vivem padecem.

O Nordeste e o nordestino miserável, seja na mídia ou fora dela, não são produto de um desvio de olhar ou fala, de um desvio de funcionamento do sistema de poder, mas inerentes a esse sistema de forças e dele constitutivo. O próprio Nordeste e os nordestinos são invenções destas determinadas relações de poder e do saber a elas correspondente (Albuquerque Júnior, 2011, p. 31).

Ao selecionar e retratar apenas alguns fatos, Barbosa (1995) explica que o jornalismo passa a desempenhar não apenas a construção do presente, mas também do passado na medida que as páginas de um periódico vão ganhar esse ar de “documentalidade”. Ela ressalta que a história faz a mesma seleção ao reconstruir o passado. “Carregando as suas análises com sua própria visão, ambos colocam a sua singularidade pessoal, a sua subjetividade, na narrativa que desenvolvem”, (Barbosa, 1995, p. 87).

Uma vez que o cotidiano passa a ser registrado nas páginas dos jornais impressos, estes se constituem em “lugares de memória” (Nora, 1993). Através do olhar subjetivo de quem presencia a realidade e a registra nas páginas do periódico, imprimindo um lugar de mundo que será estudado posteriormente. Se há o fim das sociedades da memória, como aponta o autor agora citado, os periódicos desempenham, portanto, um papel ainda mais válido.

Cabe aqui salientar a diferenciação fundamental entre memória e história, conforme apontado por Nora.

Memória, história: longe de serem sinônimos, tomamos consciência que tudo opõe uma à outra. A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível e de repentinas revitalizações. A história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais (Nora, 1993, p.9).

Cabe ao pesquisador estar atento a essa diferenciação fundamental ao estudar as memórias deixadas impressas sobre o passado. Ele olhará esse material disponível com a perspectiva de um cientista, atento a seletividade de quem o escreveu, pronto para questionar e fazer a devida análise sobre os ditos de tempos passados. Em um tema tão pantanoso, como a seca no Nordeste e a sua representação por jornais de cidades nordestinas, cabe reforçar esse papel para que não se dê continuidade a uma visão simplista, que perpetua um discurso repetitivo de poder (Foucault, 2019).

É preciso entender as nuances desse passado e os registros de quem o vivenciou para análise mais apurada, que permita não apenas a repetição, mas o questionamento e o apontamento de novas possibilidades até então abafadas. Como já dito nesse estudo, o próprio estereotipado pode contribuir para a manutenção de um estereótipo, como se isso fosse algo valoroso. A quem interessa ser representado como pobre e digno de pena? Como um elemento passivo de condições climáticas e discursos impostos sem questionamento? A análise da memória e da realidade tangível permite o diálogo com essa situação e proporciona que as pessoas lancem um novo olhar sobre aquilo que entendiam como verdade.

Como a história se detém no que já passou, olhando a memória de forma crítica e por vezes repelindo-a, conforme Nora (1993), a sociedade cria esses lugares. Embora os jornalistas contemporâneos se detenham no momento vivido, os seus registros ficam para a posteridade. O mesmo pode ser dito sobre o *Flâmula* que se constitui em um valioso objeto de pesquisa, mesmo que por muito tempo os jornais produzidos nas escolas tenham sido vistos com forte desconfiança pelos pesquisadores (Amaral, 2021).

Rêgo (2014) argumenta em favor do jornalismo como lugar de memória tendo em vista o seu caráter, colocando-se como uma base a partir de onde poderá surgir novo significado sobre o passado. A fonte é valiosa como objeto de pesquisa, pois a história está em processo de construção com a descoberta de novos documentos, visões e reinterpretções, fruto de embasamentos teóricos e reflexões inovadoras.

### **Flâmula: breve história e descrição**

Escolhemos como objeto de estudo o jornal estudantil *Flâmula*, muito celebrado na memória da sociedade picoense. Embora circulasse no mesmo período que outros dois impressos, a publicação estudantil tinha como diferencial o fato de ser produzido por estudantes. Salienta-se que ele procurava ficar às margens das disputas políticas e partidárias da cidade de Picos naquela época, o que não significa que a política estava fora das suas páginas. Mesmo que não houvesse uma referência direta aos grupos de mando local, é preciso destacar que o jornal era produzido pelo Grêmio Literário da Costa e Silva, a partir do Ginásio Estadual Picoense, instalado na cidade em 1950.

O *Flâmula* é visto como fruto desse colégio, o que nos remete ao pensamento de que a escola é um centro de poder, um espaço normatizador dos indivíduos (Foucault, 2019). Ou seja, ela está formando pessoas que irão refletir sobre a realidade e deixar o seu olhar subjetivo a respeito dos fatos.

É preciso salientar que embora produzido dentro da escola, a circulação do jornal transpunha esses muros físicos e ganhava a sociedade. Impresso na Gráfica Picoense, ele era comercializado ao preço de Cr\$ 1,00, forma usada para matê-lo, além dos patrocínios de comércios existentes na cidade.

A duração do *Flâmula* foi breve, indo de 15 de março de 1952 até 18 de janeiro de 1953, lançando ao todo 14 edições. Cada uma dispunha de quatro páginas. Nas páginas da primeira edição do jornal há textos e o discurso transcritos do presidente do Grêmio Literário da Costa e Silva que relata a luta para aquisição da gráfica e lançamento do jornal (MACÊDO, José Albano. Lutando por um ideal. **FLÂMULA**. Picos, ano I, n 01, p. 4-2, 15mar. 1952).

Houve uma ampla mobilização dos estudantes, com a realização de campanhas de arrecadação de recursos. Com isso eles conseguiram garantir o lançamento do periódico. Foi o primeiro jornal literário e estudantil de Picos. Infelizmente o apoio social tão necessário para a manutenção do periódico por longo tempo, não ocorreu. Na coluna “*Flâmula*”, assinada por José Marques Filho, lançada na primeira edição de 15 de março de 1952, destaca-se a necessidade de que os picoenses mantivessem o apoio aos estudantes para que o impresso perdurasse por muito tempo. A curta durabilidade dos jornais estudantis do período turbulento para a política nacional que vai de 1930 a 1960 também era uma característica dessas publicações, segundo Amaral (2021).

## Metodologia

Como estamos tratando de um jornal impresso, cujas páginas foram analisadas, compreendemos que a pesquisa documental e qualitativa em Severino (2007), é ideal para que se proceda com o estudo somado com a metodologia da Análise do Discurso em Foucault (2009, 2019, 2020).

Na verdade, os problemas colocados são os mesmos, provocando, entretanto, na superfície, efeitos inversos. Podem-se resumir esses problemas em uma palavra: a crítica do documento. Nada de mal-entendidos: é claro que, desde que existe uma disciplina como a história, temos nos servido de documentos, interrogamo-los, interrogamo-nos a seu respeito; indagamos-lhe não apenas o que eles queriam dizer, mas se eles diziam a verdade, e com que direito podiam entendê-lo, se eram sinceros ou falsificadores, bem informados ou ignorantes, autênticos ou alterados (Foucault, 2020, p.07).

A fala de Foucault aqui especificada vai de encontro aos autores abordados no referencial teórico, frisando a necessidade de dialogar com o texto. Através das leituras do *Flâmula* sobre a seca, tivemos a oportunidade de explicar as memórias sobre a temática em questão.

Para proceder com o estudo foram escolhidos três textos presentes em duas edições do *Flâmula*. Destaca-se que embora o jornal tenha lançado 14 edições no total, dispõe-se de 13 destas, digitalizadas. Esse arquivo foi conseguido junto ao Museu Ozildo Albano de Picos, que não dispõe do número 13 do periódico.

Entende-se que o recorte proposto é suficiente para fornecer uma visão de como o fenômeno da seca foi retrato pelo impresso, com destaque para a singularidade de quem escreveu. Assim dispõe-se de material suficiente para a análise, cujas memórias ficaram imortalizadas e hoje servem para estudo.

Os colaboradores do periódico estudantil cumprem assim o papel de senhores da memória (Barbosa, 1995), contribuindo para a manutenção de uma visão específica quanto a um fenômeno atribuído sobremaneira ao Nordeste (Albuquerque Júnior, 2011).

Os textos escolhidos para o estudo foram: “Os Retirantes”, publicado na primeira página da edição de número 3 do *Flâmula*, lançado em 12 de abril de 1952; a coluna Recado do Recife, com título Êxodo Rural, assinado por Otílio Neiva Coelho e publicado na mesma edição de número 3; por fim, a manchete: “A CAN acaba de designar, nesta cidade, uma comissão encarregada da distribuição de gêneros alimentícios – aos FLAGELADOS DA SÊCA”. Este foi publicado na quinta edição, de 10 de maio de 1952.

## O Flâmula e a seca

Rêgo (2014), com fundamentação em Nora (1993), salienta as visões guardadas pela imprensa e os diversos pontos de vista sobre um mesmo fato. Sempre é importante lembrar a subjetividade de quem faz o relato e dialogar com o documento, conforme Foucault (2020). Ao compreender isso, o pesquisador saberá distinguir a atuação do sobre a memória coletiva de um povo, de uma cidade.

Todavia, entendendo a memória histórica como uma sucessão de acontecimentos escolhidos para o campo da historiografia, porque guardam em si a singularidade que a história exige e, considerando que o jornalismo trabalha também com o singular, entende-se o posicionamento de Nora ao responsabilizar os meios de comunicação pelo monopólio da histórica, contudo, o jornalismo guarda muito mais do que os acontecimentos singulares, guarda diversos pontos de vista sobre esses acontecimentos e mais ainda, termina reunindo em seu discurso narrativas do cotidiano que embora singulares no momento de sua noticiabilidade, não possuem dimensão de fato histórico, logo o jornalismo atua sobre a memória coletiva e com esta se relaciona simbioticamente (Rêgo, 2014, p. 25).

A imprensa acaba por se consolidar como um importante lugar de memória, uma fonte cada vez mais consultada quando se decide pesquisar sobre uma época passada.

## Retirantes

O primeiro texto escolhido: “Os Retirantes”, publicado na primeira página da edição de número 3 do *Flâmula*, lançado em 12 de abril de 1952, e assinado pelo estudante Alfredo Albano, usa como título uma palavra bem conhecida no Brasil. A palavra está sempre presente na mídia e em diversas representações atribuídas ao nordestino que deixa o Nordeste árido em busca de melhores condições de vida em grandes centros urbanos do país. Os escritos de Alfredo Albano começam na primeira página e, seguindo a diagramação irregular do periódico, se encerram na última. Ele está disposto em seis parágrafos e no primeiro e segundo adota um tom de lamento e alarme quanto a escassez de chuvas.

A seca, que quase sempre atinge o Nordeste, é um dos piores flagelos. Agora mesmo estamos a sentir as suas conseqüências, ou arrepios de morte que, como um raio mortífero, fulminam muitos dos nossos irmãos. Com isto, todo dia assistimos a passagem das vítimas: “OS RETIRANTES”. Como um bando de aves que procura um lugar mais aprazível para fazer seus ninhos, eles passam em demanda do nosso vizinho estado do Maranhão, procurando um local ameno para lavrar e tirar da terra, esta que tanto nos dá, mas agora insiste em ser a madrasta perversa, que nega tudo ao enteado, teima em não dar seus frutos a seus filhos, o pão que matará a fome que os consome, e os criará mais fortes para que o Brasil seja também forte, pois segundo o grande brasileiro Euclides da Cunha, “O SERTANEJO É ANTES DE TUDO UM FORTE” (ALBANO, Alfredo. Os retirantes. *Flâmula*. Picos, ano I, n 01, p.01-04, mar. 1952).

O uso de metáforas por parte do estudante reforça esse sofrimento vivido pelo nordestino, comparando as pessoas que estão em busca de um local para se estabelecer a “aves”. O discurso adotado pelo autor é claramente alarmista, e enfatiza o Nordeste como esse lugar de sofrimento. Não se quer aqui negar o fenômeno da seca, discorre-se apenas que o mesmo não se verifica apenas nessa região administrativa do Brasil.

Albuquerque Júnior (2011) enfatiza essa demarcação artificial do Nordeste, cuja seca será a responsável pela constituição geográfica de um meio marcado pelo sofrimento provocado pela escassez de chuvas. Assim tem sido desde o século XIX ganhando contornos quase inquestionáveis a partir das representações artísticas, desde as literárias e peças teatrais, até as mais contemporâneas, como filmes, novelas e séries televisivas.

Uma vez que a imprensa, como é o caso aqui do jornal *Flâmula*, disponibiliza textos de meados do século XX, tratando sobre essa questão de forma tão dramática, ele também reforçará o Nordeste como um lugar de sofrimento. Talvez ao presenciar a agonia dos retirantes, Albano (1952) estava também tentando chamar a atenção das autoridades para um problema para o qual há solução.

Na sequência, Albano (1952) reforça mais um estereótipo do sertanejo, da sua força em lavrar a terra árida, cultivando-a com o fim de retirar ao final de tanto esforço a colheita. Contudo, a imagem do sofrimento volta ao texto, quando ele retoma a necessidade da migração. “Faltando a chuva, eis penosa retirada de famílias que atravessam as chapadas deste solo rochoso e arenoso, a maior parte deles malvestida, os filhinhos chorando e clamando com fome e finalmente toda sorte de misérias que cortam o nosso coração ao vê-los nessas condições”, (ALBANO, Alfredo. Os retirantes. **Flâmula**. Picos, ano I, n 01, p.01-04, mar. 1952).

### **Recado do Recife**

Na página três da mesma edição, a coluna “Recado do Recife”, com título “Êxodo Rural”, assinado por Otílio Neiva Coelho, o autor também emite a sua opinião sobre a temática, lamentando a necessidade das pessoas serem obrigadas a deixar a sua terra em busca de melhores condições de vida nos grandes centros urbanos. Cabe aqui um parêntese, chamamos de coluna porque o título aparece em caixa alta, mas não a identificamos nos demais periódicos.

O texto ganha um tom mais político no momento em que culpa os governos pela falta de amparo ao trabalhador do campo em momentos de intensa dificuldade.

Constitui um problema crucial para o Nordeste o do Êxodo Rural. O homem do campo, vítima das secas periódicas e da falta de amparo do governo, deixa aquilo que ele mais ama; a sua terra, em demanda das miragens do sul, do El-



dorado, do decantado viveiro de riquezas e de trabalho. E que encontra, depois de penosa viagem, já classificada de verdadeiro tráfico-negreiro dos nossos tempos? A desilusão, o desencanto, a perda da sua esperança: o encontro do ambiente propício ao recomeço da nova vida (COELHO, Otílio Neiva. Recado do Recife. Êxodo Rural. **Flâmula**. Ano I, n 01, p. 03, 29 mar. 1952).

Como um jornal estudantil e literário, o autor desse texto também se vale de figuras de linguagem e comparações com outras situações horríveis acontecidas na história da humanidade, como a escravidão negra. Mais direto, ele vai chamar atenção para a necessidade de que algo seja feito, evitando-se que as migrações continuem para as cidades listadas: São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro. O autor trabalha a seca não apenas como uma ocorrência natural, característica do clima do Nordeste, mas como algo que precisa ser enfrentado em favor das famílias.

Na atualidade fala-se em aprender a conviver com o semiárido, ou seja, a ausência de chuvas não é a culpada pela pobreza e sofrimento dos moradores do sertão. Há a necessidade de adoção de políticas públicas por parte dos governantes para que as pessoas não tenham mais a necessidade de se aventurar em outras regiões do país.

A exemplo do texto anterior, Coelho (1952) também ressalta a força do nordestino ante uma terra árida e, ao mesmo tempo, alerta para as dificuldades e perigos a serem enfrentados nas viagens migratórias. O colaborador do *Flâmula* classifica as pessoas que intermediavam as viagens para o sul do país de “aliciadores”, uma pesada crítica a quem desempenhava esse trabalho. No entender dele, aproveitadores lucravam com o sofrimento de quem buscava uma vida melhor.

Coelho (1952) também alerta para o desconforto da viagem rumo às grandes cidades, como a necessidade de dormir ao relento, e a falta alimento. Um ponto importante é que ele fala na imprensa como ferramenta para alertar os poderes públicos -embora não deixe claro quais -, sobre o sofrimento das pessoas, sempre fazendo alusão ao autor de *Os Sertões*.

Felizmente a imprensa gritou contra o crime do governo que, displicente, assistia a esta catástrofe sem o mínimo interesse. E as providências não chegaram concretas, que colocassem um ponto final a esse estado de coisas, a isso que Euclides da Cunha chamaria, inegavelmente, de crime da nacionalidade (COELHO, Otílio Neiva. Recado do Recife. Êxodo Rural. **Flâmula**. Ano I, n 01, p. 03, 29 mar. 1952).

Com essas palavras, Coelho ajuda a contribuir para fortalecer a memória de que os governos são omissos ou incompetentes em combater os efeitos da seca. Conforme Barbosa e Rêgo (2020) o tempo é algo contínuo, não para, segue, e ao nos depararmos com as palavras contidas no *Flâmula* fica a impressão para o pesquisador de que as coisas não mudam.

Tal inação dos poderes públicos, bem como o lugar de memória ocupado pelo jornal (Nora, 1993) contribuem para essa colocação de um Nordeste estático, sem o desenvolvimento tecnológico que caracteriza outros centros do Brasil. É importante destacar que a fala de Coelho é de alguém que estava aqui em Picos, mas não sabemos se o mesmo conhecia outros lugares do Brasil.

Talvez a ausência de conhecimento sobre a geografia nacional contribua para essa caracterização do Nordeste, pois sabemos que a estiagem e a irregularidades das chuvas não acontecem apenas nessa região construída (Albuquerque Júnior, 2011).

Na sequência do texto, que ocupa duas colunas e é o maior analisado neste artigo, o colaborador do jornal fala sobre providências que virão para os flagelados da seca, contudo questiona quando isso vai acontecer, uma vez que a necessidade de apoio às famílias de agricultores é urgente. Ele enfatiza que os trabalhadores precisam permanecer na terra e critica os governos pela vagareza nas decisões, mencionando ainda os problemas econômicos causados pela ausência de soluções. Percebe-se uma preocupação mais ampla sobre a situação, indo desde a crise humanitária até a economia da região.

Para finalizar a análise da produção textual de Coelho (1952), ressaltamos que o mesmo não fica apenas nas críticas e linguagem inflamada, também aponta o que entende como soluções para frear o êxodo rural.

Apesar de sua complexidade, este problema, ao nosso ver, deveria ser atacado com a proibição terminante da saída do nosso homem do campo para as plagas do Sul, e para que tal fosse realizado, começar-se-ia pela punição sistemática dos “aliciadores” do novo tráfico. Concomitantemente, dar-se-ia a esses homens o necessário para a sua alimentação e vestuário. Far-se-ia a distribuição do material agrícola e sementes. Com essas iniciais providências do governo, o nordestino sentir-se-ia mais confortável e menos miserável diante dos outros homens (COELHO, Otílio Neiva. Recado do Recife. Êxodo Rural. **Flâmula**. Ano I, n 01, p. 03, 29 mar. 1952).

### **Comissão de Abastecimento do Nordeste**

O último texto escolhido para este artigo se trata da manchete: “A CAN acaba de designar, nesta cidade, uma comissão encarregada da distribuição de gêneros alimentícios – aos FLAGELADOS DA SÊCA”, publicada na quinta edição do *Flâmula*, de 10 de maio de 1952. A produção textual não é assinada. Abaixo do título, há o subtítulo: “Os gêneros serão distribuídos às pessoas válidas, em troca de serviços para a comunidade, e gratuitamente às inválidas”, (A CAN acaba de designar, nesta cidade, uma comissão encarregada da distribuição de gêneros alimentícios – aos flagelados da seca. *Flâmula*. Ano I, n 05, p. 01, 10 mai. 1952).

Pela chamada da notícia, percebe-se claramente uma ação assistencialista por parte dos poderes constituídos. Ante a diagramação do *Flâmula*, o texto terá início na terceira coluna da primeira página, ocupando apenas esse espaço. Antes do início propriamente dito, há o intertítulo “Comissão de Abastecimento do Nordeste”, denominando do que se trata a CAN. Diferente das duas primeiras produções textuais, além de não ser assinada, ela seguirá uma linha mais informativa, contudo, a opinião também se fará presente ao longo dos seus três parágrafos.

Sempre chamará atenção para a valentia do nordestino e do desejo deste de viver dignamente.

Essa comissão do Governo Federal (CAN), criada para atender à calamidade das secas que nos vem afligindo nos últimos anos, por seu ilustre representante em Teresina, o Exmo. Sr. Coronel Comandante do 25 B.C, em comemoração com o Exmo. Sr. Governador do Estado, acaba de criar uma sub-comissão nesta cidade, constituída dos Srs. Dr. Juiz de Direito da Comarca, Rev. Vigário da Fre- Prefeito Municipal, Presidente da Câmara de Vereadores e representante da Legião Brasileira de Assistência, encarregando-a de fazer a distribuição da quota de gêneros que caiba a esse município, destinadas às vítimas de nosso tradicional e temível flagelo (A CAN acaba de designar, nesta cidade, uma comissão encarregada da distribuição de gêneros alimentícios – aos flagelados da seca. *Flâmula*. Ano I, n 05, p. 01, 10 mai. 1952).

Cabe aqui um destaque para o emprego da palavra “tradicional” ao se referir a seca. É possível entender que para quem relatou essa notícia, a estiagem é presente na vida das pessoas de Picos e região. Isso amplia a percepção de que o problema é uma característica recorrente a cada ano, pois o conceito de tradição nos leva a acreditar que é um fato que se repete sempre e com a qual as pessoas já estão acostumadas. Não se trata de um evento construído pelo homem, mas do qual este é vítima.

Assim, coloca-se o nordestino mais uma vez como o sofredor, que precisa de ajuda. Há aí a possibilidade de interpretação, utilizando-se as memórias que precisam ser ressignificadas, exercício esse necessário sempre que se recorre ao jornalismo (Rêgo, 2014). Ao pesquisarmos sobre esse fato através de um impresso, o estamos trazendo para a atualidade e permitindo que as pessoas possam ter uma importante noção de como os antepassados viam determinado fenômeno.

Quando nos referimos à existência da memória midiática não significa considerar tão somente a ação narrativa que os meios de comunicação trazendo o passado para o presente. Quando falamos de uma memória midiática estamos considerando também a maneira como na contemporaneidade experimentamos o presente, num movimento paradoxal: ao mesmo tempo que a construção de pontes com o passado torna-se fundamental para dar sentido à existência, temos, por outro lado, a

---

exacerbação de um tempo ultra veloz no qual é perceptível uma espécie de eterno presente (Barbosa; Rêgo, 2020, p.104)

O texto apresentará as ações adotadas pela CAN, mas fará a crítica a esse fato, lembrando que o homem do campo deseja viver com dignidade. Ressalta-se que a medida adotada pelo Governo Federal nada mais é do que paliativa, ataca-se os desdobramentos, mas não a causa. O problema continuará se repetindo, havendo a clareza que o mesmo não é apenas uma decorrência do clima, ele é também fruto da inoperância do Estado.

De acordo com as instruções recebidas, deliberou a sub-comissão que metade dos artigos recebidos – carne de xarque, carnes em conserva, arroz e feijão – será fornecida aos homens válidos, em troca de dias de trabalho em serviços realizados pela Prefeitura, na base de 15 cruzeiros a diária, devendo a outra metade ser distribuída entre as pessoas inválidas, cujo censo está sendo levantado para esse fim (A CAN acaba de designar, nesta cidade, uma comissão encarregada da distribuição de gêneros alimentícios – aos flagelados da seca. *Flâmula*. Ano I, n 05, p. 01, 10 mai. 1952).

O jornal nos apresenta não apenas a visão sobre a seca, mas as medidas paliativas adotadas para apoiar as pessoas que sofrem com a estiagem. Há nisso tudo uma perpetuação a do ciclo da pobreza.

### **Considerações**

Através desse estudo, tivemos a oportunidade de constatar como o jornal estudantil *Flâmula* retratava o fenômeno da seca em Picos. Nos textos analisados é possível perceber a representação do nordestino como um sofredor e um guerreiro que enfrenta as agruras do clima, o que o obriga a decisões drásticas como viagens repletas de sofrimento em busca de melhores condições de vida em outras partes do país.

Embora sempre seja dito que o *Flâmula* não tratasse sobre a política partidária local os autores não desperdiçam a oportunidade de criticar os poderes públicos, sem nomeá-los. Assim, contribuem para que o debate em torno da estiagem não fique apenas no âmbito do clima da região, mas também pela falta de ação de parte daqueles que deveriam encontrar soluções para enfrentar os períodos sem chuva.

Com isso, a questão é puxada para o âmbito político, estabelecendo um discurso que atribui responsabilidades pelo sofrimento das pessoas. O flagelo da seca poderia ser combatido através de medidas governamentais simples, como apontou Coelho (1952), quem foi além do papel de registrar a sua visão da realidade.

Impressiona que 69 anos depois da publicação desses textos, os mesmos problemas persistam. Ainda se olha para o céu, na expectativa da chuva como única possibilidade de irrigar o solo para o plantio. Há uma imutabilidade da realidade, mesmo com a velocidade do tempo.

Dessa forma entende-se que o *Flâmula* seguia a linha dos demais meios de comunicação do Brasil ao retratar a seca como um fenômeno da região Nordeste, chamando atenção para o sofrimento do povo e a necessidade de migração deste. Embora saibamos que o problema existe, Albuquerque Júnior (2011) é providencial ao tratar sobre a invenção desse sentimento de “nordestinidade”, bem como combater os estereótipos traçados à cerca das pessoas oriundas dessa parte do Brasil.

Destaca-se que a representação de sofrimento e o clamor por medidas para combater a estiagem e evitar o êxodo rural partem de um jornal local, inserido no contexto sobre o qual trata. Como diz Foucault (2020) é preciso, contudo, dialogar com esses documentos e saber interpretá-los, buscando uma ressignificação para os mesmos e para o fenômeno. Embora presente no Nordeste, hoje se tem conhecimento através da mídia que o mesmo fenômeno também pode é verificado em outras regiões do Brasil que também sofrem crises hídricas provocadas pela ausência de chuvas.

Comprova-se que o *Flâmula* constitui-se em um documento importante, um lugar de memória (Nora, 1993), onde ficou registrada a visão da realidade local dos colaboradores do periódico. O jornal contribui para ajudar a narrar o passado picoense, descortinando fatos interessantes e a sua visão sobre o tema estudado.

## Referências

A CAN acaba de designar, nesta cidade, uma comissão encarregada da distribuição de gêneros alimentícios – aos flagelados da seca. **Flâmula**. Ano I, n 05, p. 01, 10 mai. 1952

ALBANO, Alfredo. Os Retirantes. **FLÂMULA**. Picos, 12 de abr. 1952.

ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 5.ed. São Paulo: Cortez, 2011.

AMARAL, Giana Lange do. **Os jornais estudantis Ecos Gonzagueanos e Estudante**: apontamentos sobre o ensino secundário católico e laico (Pelotas/RS, 1930-1960). Disponível em: Acesso em: 12 de jul. 2021.

BAPTISTA, Elisabeth Mary de Carvalho; BAPTISTA, Marcus Pierre de Carvalho; NASCIMENTO, Francisco de Assis de Sousa. A seca de 1888/1889 e seus efeitos na província do Piauí representada no periódico A Imprensa. Vozes, **Pretérito & Devir. Dossiê Temático**. Ano VII, Vol. XI, Nº I, 02 de dez. 2020. págs. 29-51

BARBOSA, Marialva. Os Senhores da Memória. **INTERCOM** – Revista Brasileira de Comunicação, São Paulo, Vol. XVIII, n° 2, pág. 84-101, jul./dez. 1995. págs. 84-101

BARBOSA, Marialva; RÊGO, Ana Regina Barros Leal. Tempo, Memória e História da Comunicação. Um passeio teórico em torno de Paul Ricoeur. **Revista Latinoamericana de Ciencias De La Comunicación**. , v.18, p.97 - 108, 2020.

COELHO, Otilio Neiva. Recado do Recife. Êxodo Rural. **Flâmula**. Ano I, n 01, p. 03, 29 mar. 1952.

FILHO, José Marques. Flâmula. **Flâmula**. Picos, 15 de mar. 1952. p.4-2

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 19. ed. São Paulo: Loyola, 2009.

\_\_\_\_\_. **A arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2020.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. 10. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Loyola, 2019.

NORA, Pierre. **Entre Memória e História: a problemática dos lugares**. Tradução. Yara Aun Khoury. Projeto História, São Paulo, 10 de dez. 1993. Pág. 7-28

MACÊDO, José Albano. Lutando por um ideal. **FLÂMULA**. Picos, ano I, n 01, p. 4-2, 15mar. 1952.

ALBANO, Alfredo. Os retirantes. **Flâmula**. Picos, ano I, n 01, p.01-04, mar. 1952.

RÊGO, Ana Regina Barros Leal. A Ditadura Militar no jornalismo: uma abordagem a partir do conceito de lugar de memória. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)** - v.3, n.2, jul./2014 - dez./2014.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2007.

# GT 03



## Pesquisas Interdisciplinares no Sertão Piauiense

Este Grupo de Trabalho recebe trabalhos que versam sobre o encontro de áreas, mas cuja abrangência geográfica seja o Sertão do Piauí, no campo das ciências humanas e sociais. A intenção é que estudos de diversas áreas dialoguem em busca de conhecimento e melhor convivência no sertão piauiense.

### Coordenação



Profa Ma. Lana Krisna de Carvalho Morais  
Mestrando Vinícius Coutinho



## **Diálogo Cultural: Meios de Comunicação e Identidade Local em Picos**

Arthur Sousa MARIANO  
João Mikael dos Santos LOPES  
Victória Saldanha SILVA  
Débora Maria dos SANTOS  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

Este artigo destaca a importância dos meios de comunicação na promoção da herança cultural da cidade de Picos. Explorando a influência desses meios na amplificação das expressões culturais locais, a pesquisa se propõe a compreender como eles contribuem para a identidade cultural da região. O trabalho utiliza o quadro "Notícia Cultural" da TV Cidade Verde como estudo de caso, através de abordagem metodológica qualitativa, com análise de conteúdo do quadro durante cinco dias do mês de junho, avaliando a representação da cultura local. Ao examinar a forma como tradições e artistas locais são destacados pelos meios de comunicação, o estudo busca não apenas compreender o impacto na divulgação dessas manifestações culturais, mas também enfatiza o papel essencial na criação de um diálogo fortalecedor de laços comunitários e na difusão de uma maior apreciação da riqueza cultural de Picos.

**Palavras-Chave:** Comunicação; Cultura; Identidade local; Picos.

### **Introdução**

A cidade de Picos possui uma vasta herança cultural que abrange diversos campos, como a culinária, com pratos típicos e ricos em sabor, sendo comercializados fortemente no mercado municipal e em barracas populares, geralmente dispostas na famosa feira-livre. Também pode-se pontuar a riqueza no cenário musical, contando com o forró, serestas e festas tradicionais durante todo ano, especialmente em datas comemorativas, juntamente com abundantes tradições religiosas.

Neste contexto, os meios de comunicação desempenham um papel crucial na promoção da cultura local. Este artigo procura explorar a influência dos meios de comunicação na amplificação das expressões culturais de Picos. Ao examinar como esses meios destacam eventos, tradições e artistas locais, podemos compreender melhor como contribuem para a identidade cultural dessa comunidade. Como fundamentação teórica, será utilizada como base estudiosos que discorrem sobre indústria e cultura, como Max Horkheimer e Theodor Adorno.



A análise abordará não apenas o impacto dos meios de comunicação na divulgação desses eventos culturais, mas também seu papel na criação de um diálogo fortalecedor de laços comunitários e promotor de uma maior apreciação da riqueza cultural presente em Picos.

O presente estudo tem como objetivo geral analisar o impacto dos meios de comunicação na preservação e promoção da cultura local em Picos, além de avaliar como tais meios contribuem para a formação da identidade cultural e a valorização das tradições na região. Para tal, propõe-se como objetivos específicos, uma investigação sobre a cobertura midiática de artistas locais, destacando o papel desempenhado por eles na preservação das manifestações culturais; e analisar a programação da televisão local, examinando a representação da cultura regional nos meios de comunicação, utilizando como estudo de caso o quadro “Notícia Cultural” da TV Cidade Verde.

Para atingir esses objetivos e compreender a influência dos meios de comunicação na cultura local, foi adotada uma abordagem metodológica qualitativa, com análise de conteúdo do quadro “Notícia Cultural” da TV Cidade Verde, apresentado por Aline Alves, que vai ao ar toda sexta-feira, ao final do Jornal Notícia de Picos.

O recorte temporal selecionado foi o mês de junho de 2023 (especificamente nos dias 2, 9, 23, 26 e 30), levando em conta o grande movimento gerado pela Festa Junina, celebração que carrega uma importância cultural significativa no Piauí e em todo nordeste. As festividades juninas passaram por várias transformações ao longo dos anos, adotando aspectos modernos, tentando, ao mesmo tempo, preservar tradições e a essência cultural, aumentando sua popularidade por todo o Brasil. Percebemos a escolha do mês que carrega essa tradição como uma oportunidade de avaliar de que modo a mídia local utiliza o momento de inevitável destaque dado a cultura nordestina para promover as produções locais.

### **Cultura e sua pluralidade**

Cultura, uma curta palavra que carrega com si diversas nuances, aspectos e poder. Tende-se a idealizar a temática, por ser uma palavra que está sempre presente nos dialetos do corpo social, como algo simples e raso, entretanto, falar sobre cultura abre um panorama de grande escala e recortes.

A heterogeneidade é presente nas manifestações culturais, as diferentes expressões que se formam através dela são vitais na construção de valores e tradições de uma localidade ou grupo, portanto, a comunicação exerce um papel fundamental na representação cultural a partir do que se é disseminado nos seus meios, através da mídia regional, por meio da linguagem e a retratação do que é de fato cultura para a sociedade.

O conceito de cultura ultrapassa diversas barreiras, é algo dinâmico (Roberts et al., 2001, p. 54-55) disserta que: “cultura é fazer, não apenas ser”, ou seja, por mais que a cultura já esteja naturalmente ativa no ser humano, é preciso de oportunidades e ações que a destaquem, para que se rompa a discussão cultural além da sua comunidade e se torne um debate existente no corpo midiático, com o fim de desenvolvê-la e salientar a presença e tradições que existem localmente.

Além do regional, a pluralidade cultural existente no país e toca diversos âmbitos, como a cultura nacional, familiar, profissional, popular e afins, o conceito de cultura por si é um conceito essencialmente plural (Kramsch, 1998). A discussão carrega um peso histórico social e local consigo mas, assim como a cultura pode ser passada de uma geração para outra, ela também pode se modificar e se desenvolver conforme a época e identidade pessoal do ser.

Segundo Clifford (1998): “a cultura não pode ser pensada como tendo amarras inevitáveis à localidade, pois significados são gerados por pessoas em movimento e pelo fluxo de conexões entre culturas (apud Cesnik & Beltrame, 2005, p. 18)”.

A modificação e adaptação da cultura é um dos efeitos de uma sociedade capitalista industrializada, já que manifestações culturais como cinema, música e rádio além do impacto social, passaram de arte para negócio (Adorno; Horkheimer, 1985), a partir da consolidação e desenvolvimento cultural, a indústria capitalista começou a expandir a sua participação nas produções, resultando no que se conhece como indústria cultural.

Com isso, autores começaram a desenvolver sua visão crítica sobre a indústria cultural, no ano de 1947 Horkheimer e Adorno salientaram sobre a problemática, destacando o seu poder e influência comercial nos meios e como a indústria segmenta as produções divulgadas, resultando na homogeneização de conteúdos e materiais, onde a sociedade se familiariza com a superficialidade e camadas técnicas das produções, e não das diferentes mensagens, ideologias e variedades culturais que poderiam estar presentes.

O segmento sobre a ‘indústria cultural’ mostra a regressão do esclarecimento à ideologia, que encontra no cinema e no rádio sua expressão mais influente. O esclarecimento consiste aí, sobretudo, no cálculo da eficácia e na técnica de produção e difusão. Em conformidade com seu verdadeiro conteúdo, a ideologia se esgota na idolatria daquilo que existe e do poder pelo qual a técnica é controlada. No tratamento dessa contradição, a indústria cultural é levada mais a sério do que gostaria. Mas como a invocação de seu próprio caráter comercial, de sua profissão de uma verdade atenuada, há muito se tornou uma evasiva com a qual ela tenta furtar-se à responsabilidade pela mentira que difunde, nossa análise atém-se à pretensão, objetivamente inerente aos produtos, de serem obras estéticas e, por isso mesmo, uma configuração da verdade. Ela revela, na nulidade dessa pretensão, o caráter maligno do social. O segmento sobre a indústria cultural é ainda mais fragmentário do que os outros. (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 16).

Portanto, começou-se a pontuar que os produtos culturais tinham caráter capitalista e comercial. Entretanto, é notável discutir que a cultura não dispõe somente do aspecto negativo comercial, pode ser construída positivamente também na comunicação, quando realizada de forma abrangente, apresentando diferentes perspectivas.

### **O papel da comunicação e cultura**

O termo cultura é amplamente utilizado em discursos acadêmicos e cotidianos, abrangendo uma variedade de conceitos e interpretações. Embora o termo tenha origem nas antigas culturas grega e romana, atualmente, ele assume diversos aspectos construídos pelas necessidades e aplicações de diferentes campos, incluindo a antropologia, sociologia e estudos de comunicação.

No contexto dos estudos de comunicação, podemos iniciar definindo cultura como um conjunto de comportamentos adquiridos e partilhados por um grupo de indivíduos por meio de interações, dela fazem parte utensílios, máquinas, objetos artísticos e literários, mas também palavras, conceitos, técnicas mentais, formas de pensamento, enfim, aquilo que designaríamos por saber-fazer (Santos, 2004. p. 960).

Discutimos sobre diversos aspectos no campo da comunicação, tais como sua natureza, motivo, modalidade e propósito. De forma simplificada, a comunicação representa a troca de informações e significados, e ocorre precisamente na interação entre os textos que nos convocam e a postura que adotamos (Ziviani, 2017. p. 26).

Nosso ato de comunicar é constante e envolve diversos contextos, como nas interações individuais (comunicação interpessoal), entre diferentes grupos ou subgrupos culturais (comunicação intercultural) e até mesmo quando nos dirigimos a grandes públicos (comunicação de massa). No entanto, compreender a comunicação exige que consideremos o seu papel dentro da cultura.

A conexão entre cultura e comunicação, em todas as suas manifestações, é estreitamente entrelaçada. É evidente que a comunicação desempenha um papel crucial na disseminação e na reafirmação da cultura (Santos, 2005). Tanto a comunicação propriamente dita, quanto os meios de comunicação contribuem de maneira essencial na difusão dos valores e padrões culturais, graças à interação contínua e às repetidas trocas viabilizadas pelo processo de comunicação.

[...] esses meios de comunicação de massa fazem parte da paisagem social moderna. Eles penetram em todas as esferas da vida social, no meio urbano ou rural, na vida profissional, nas atividades religiosas, no lazer, na educação, na participação política. Tais meios de comunicação não só transmitem informações, não só apregoam mensagens. Eles também difundem maneiras

de se comportar, propõem estilos de vida, modos de organizar a vida cotidiana, de arrumar a casa, de se vestir, maneiras de falar e de escrever, de sonhar, de sofrer, de pensar, de lutar, de amar (Santos, 2005, p. 69).

A mídia de massa e outras formas de tecnologia de comunicação têm uma enorme influência para ajudar a moldar a opinião pública. Os jornais, a TV e o rádio são fontes importantes de informações básicas sobre outras pessoas e outros lugares, e isso pode ajudar a gerar entendimento se apresentado de forma coesa.

A influência da mídia na sociedade é um fenômeno de grande relevância. O termo “mídia” na comunicação, refere-se ao meio utilizado para disseminar informações a um público amplo, diversificado e, por vezes, desconhecido. As representações midiáticas retratam diversos grupos culturais, enquanto os estudos sobre os efeitos da mídia buscam compreender o impacto desta sobre seus espectadores.

A mídia, enquanto um extenso sistema social, exerce uma forte influência na percepção individual do mundo (Silva; Santos, 2009). É relevante salientar que, mesmo aqueles que limitam seu tempo diante da televisão, ainda experimentam as consequências da exposição à mídia.

Os valores e convicções da sociedade são refletidos pela mídia, segundo Mendonça (2006), a natureza estrutural dos “media” resulta na alimentação e permeação de seus conteúdos no tecido das representações sociais. Esses conteúdos passam a integrar-se de maneira intrínseca às orientações valorativas e ao quadro de referências que constituem o núcleo da cultura, influenciando e direcionando as transformações culturais. A propagação do conhecimento, da educação e da conscientização de uma região, pode ser simplificada pela mídia, contribuindo para possíveis transformações culturais.

A televisão, por exemplo, proporciona uma plataforma eficaz de expressão de perspectivas sobre diversas temáticas e questões que influenciam a convivência social. As opiniões veiculadas nos canais alcançam uma audiência vasta, uma vez que este meio constitui uma forma de comunicação de massa capaz de atingir um público extenso. A comunicação midiática, caracterizada por sua agilidade e interatividade, representa um agente de socialização ideal para a comunidade.

### **Análise: o papel dos meios de comunicação na promoção da cultura local**

A mídia regional exerce um papel importante de como uma localidade se mantém informada e de como as pessoas da cidade são representadas pelos meios de comunicação, principalmente no telejornalismo, por ter um grande alcance de telespectadores. A cidade de

Picos, a cerca de 314 quilômetros da capital, Teresina, situada no centro-sul do Piauí, possui uma população de cerca de 83.090 pessoas residentes, segundo o censo do IBGE de 2022.

Levando em consideração a proporção populacional da cidade, há uma necessidade maior ainda de produções jornalísticas. Com isso, algumas emissoras televisivas foram se desenvolvendo no município, sendo a TV Picos, que faz parte do Sistema Antares de Comunicação, uma das precursoras do cenário, e a mais recente, TV Cidade Verde. Assim sendo, o presente trabalho selecionou em particular o conteúdo produzido pela TV Cidade Verde, especificamente o quadro “Notícia Cultural”, com o recorte do mês de junho, nos dias 2, 9, 26, 23 e 30 de 2023.

Parte integrante do Sistema Cidade Verde de Comunicação, a emissora desempenha um papel crucial na oferta de uma programação diversificada e relevante para sua audiência local. Com uma abordagem voltada para a produção local e regional, a TV Cidade Verde prioriza a cobertura de notícias locais, eventos culturais e programas de entretenimento que refletem a identidade e os interesses da comunidade piauiense.

No dia 25 de abril de 2022, a sede da TV foi inaugurada na região de Picos, reforçando e aumentando o espaço do jornalismo de credibilidade. Operando no canal 5, afiliado ao SBT, agora os telejornais exclusivos são produzidos e transmitidos diretamente da cidade. Atualmente a TV conta com o jornalista Clebson Lustosa como Diretor de Jornalismo, e dispõe de cerca de 30 colaboradores.

O quadro "Notícia Cultural", apresentado por Aline Alves, nas sexta-feiras, parte final do Jornal Notícia de Picos, surgiu com a proposta de fomentar as manifestações culturais, valorizando os diversos talentos regionais. Com média de 20 minutos de duração, traz os seguintes conteúdos: recomendações de livros (priorizando autores brasileiros e regionais), filmes (internacionais, nacionais e regionais) e séries (também internacionais, nacionais e regionais); agenda de eventos disponíveis nos finais de semana em Picos e municípios próximos; e, no final, há uma apresentação ao vivo de um artista convidado, um “artista da terra”, onde o mesmo conta para os telespectadores um pouco da sua trajetória musical e caminhos traçados no cenário artístico.

Contudo, essa programação não se mostra imutável. Sendo o mês de junho marcado pela festa junina, foram feitas matérias especiais focando em receitas de comidas típicas do festejo. Em suma, o quadro se preocupa em enfatizar o valor da expressão cultural local.

No mais, agora serão percorridos os conteúdos presentes nos dias analisados:

Dia 02/06: Ocorre uma visita ao Daniel D' Clar, designer gráfico, de Dom Expedito Lopes, criador da série cômica sobre empreendedorismo, “O Empreendedor”, publicada no

canal de Youtube, “D'CLAR”; dicas - livros: "Uma Dose de Amor", de Gia Oliver; agenda de eventos: conta com atrações como Thiago Araújo, Sherley Lima, Picos Cidade Junina (celebrado no Piauí Shopping, com shows e festival de quadrilhas juninas) e outros; artista convidado: Glauton Macêdo, cantor de forró (eletrônico e tradicional) e sertanejo universitário, compartilha a história do começo da carreira e seus planos futuros.

Dia 09/06: Dicas - livros: “Na Caverna de Platão e outros contos breves”, de J. L. Rocha do Nascimento, filme: “À Prova de Fogo” e “Hoje eu quero Voltar Sozinho”, série: “Que Chegue a Você”; agenda de eventos: Jurandir Vieira, David Lima, Italo Sena (show de humor), etc; artista convidado: Tamyres Oliveira e Jhony se apresentam ao final do quadro e falam sobre seu novo projeto, que explora o sertanejo raiz, dando mais diversidade ao seu catálogo que antes prevalecia o forró tradicional.

Dia 16/06: Dicas - livros: “A Trilha”, de Anderson Monteiro, “Veredas do tempo”, de Cleyde Nascimento (autora picoense do bairro Ipueiras), filme: “Pureza”; agenda de eventos: shows de artistas como Juliana Guedes, Dj Davi Angelo, Pagode A3, etc; não houve participação de artista convidado.

Dia 23/06: Nesta edição, as dicas de livros, filmes e séries foram substituídas por uma receita de comida típica da festa junina: bolo de macaxeira, feito pela Dona Luciene - boleira da região há 10 anos; agenda de eventos: atrações como Assiszinho do Acordeon, Maciel Forrozeiro e Banda Arminiana; não houve apresentação do artista convidado no dia.

Dia 30/06: Mais uma vez, as dicas de livros, filmes e séries foram repostas por uma receita típica da celebração junina, o mingau de milho (ou mungunzá doce), feito pelo apresentador Clebson Lustosa; agenda de eventos: com atrações como Zé Adão, Julia Brito, Arraiá do Orgulho (evento em Valença do Piauí com concurso de quadrilhas e apresentações), etc; artista convidado: Dayane Santos, cantora de forró tradicional e eletrônico, conta sobre as suas apresentações no mês de junho e seus planos para próximos eventos.

Observa-se uma predominância de obras e eventos recomendados que destacam o rico arsenal artístico da região. Voltando-se ao cenário musical, em uma análise mais detalhada da agenda de eventos, é revelado uma concentração significativa em gêneros específicos, como Forró, Piseiro, Sertanejo, Pagode, Brega, Pop, Reggae, Música eletrônica (DJ's), Pop rock e MPB. A prevalência sendo o Forró (tradicional e eletrônico), Piseiro (subgênero recente do forró, tendo influência do sertanejo e do arrocha) e o sertanejo (há apresentações do tradicional, mesmo o sertanejo universitário sendo mais incidente no cenário atual).

Dado que a maioria de seus artistas são originários da cidade de Picos ou de municípios próximos, existe um grande enfoque nas apresentações em shows e eventos de pequeno/médio-

porte, conseqüentemente, ocorre uma exploração de diversos gêneros musicais por parte dos artistas que, procurando mostrarem-se mais plurais e ecléticos, buscam atender e agradar o maior número de audiências, facilitando, também, as contratações em diferentes ambientes. Como exemplo, no dia 9 de junho, onde a cantora Tamyres Oliveira e Jhony citam o interesse em explorar novos gêneros musicais.

Haja vista que a valorização do produto local é uma estratégia inteligente para fortalecer a identidade da comunidade e impulsionar economicamente a região, é crucial garantir que essa valorização não leve à exclusão de manifestações culturais diversas que também são representativas da sua real identidade.

Nesse sentido, na sociedade moderna, a problemática da criação artística estaria relacionada à produção em massa realizada pela indústria cultural, que imporia a instrumentalização e a padronização da obra, tirando a autonomia da arte. São empregados milhões de dólares nessas indústrias para que se possam inventar métodos de reprodução capazes de criar e difundir gostos padronizados, de forma massiva. Decerto que a indústria cultural, ao visar à produção em série e à homogeneização, emprega técnicas de reprodução que sacrificam a distinção entre o caráter da própria obra musical e do sistema social do qual ela emerge. Todavia, se a técnica passa a exercer intenso poder sobre a sociedade, tal como ocorre para Adorno (1996), isso advém do fato de que as circunstâncias que favorecem tal relação são arquitetadas pelo poder dos que são economicamente mais fortes na sociedade. (Costa; Catalan, 2019, p. 518-519)

Dessa maneira, é necessário pensar se essa concentração em determinados gêneros musicais representa a diversidade real da região. Pois, a promoção excessiva de alguns estilos pode excluir outros igualmente importantes para a pluralidade cultural, levando em consideração somente fatores comerciais, enfraquecendo as expressões artísticas, marginalizando sua história e influência.

(...) não se pode limitar a música popular a uma arte populista, que se materializa por força do consumo de massa, o que pode nos levar a acreditar que o simples fato de pôr o povo como objeto de representação artística, transcrevendo uma relação epidérmica entre ele e a música de forma superficial, traria o real significado estético de tais canções. É evidente ser um equívoco não atentar para o fato de que a música popular, nos séculos XX e XXI, se destaca pela expressão artística com maior disseminação e penetração nas diversas camadas sociais. Como bem cultural de consumo, ela se desenvolve concomitantemente ao surgimento da indústria fonográfica e ao desenvolvimento dos meios técnicos de divulgação (do gramofone ao rádio), que vão consolidá-la socialmente, permitindo que ela adquira sua abrangência. A acessibilidade advém tanto do aspecto físico da divulgação quanto da questão da recepção e da apreensão da subjetividade musical pelo indivíduo. (Costa; Catalan, 2019, p. 522)

Assim, um equilíbrio entre a valorização do produto local juntamente com a promoção de uma gama mais ampla de expressões, é provável que seja a alternativa mais interessante para, então, garantir uma representação autêntica, legítima e enriquecedora da identidade da região.

### **Considerações finais**

O presente trabalho buscou dissertar sobre a relação de cultura e comunicação, como ambos estão interligados, especialmente em programas televisivos. Tanto na abordagem proposta, como na análise do quadro "Notícia Cultural" da TV Cidade Verde, foram reveladas percepções significativas sobre a apresentação e promoção de artistas locais, eventos e expressões culturais.

Conforme levantado na fase de desenvolvimento deste trabalho, a televisão atua como ferramenta de reafirmação da cultura e contribui na transmissão de tradições. Ao propor um quadro que celebra produções culturais da própria região, dando espaço a artistas e informações sobre o que há de novo no meio cultural regional, o programa dá um passo inicial a um processo de apreciação desses produtos por parte da população local, contribuindo assim para a formação e/ou aprimoramento da identidade cultural das mais diversas gerações.

É desejada a ocorrência de um maior número de programas e políticas culturais que busquem valorizar e apoiar artistas locais de diferentes perfis e estilos, principalmente no semiárido piauiense, desse modo, a cultura será desvinculada de abordagens estereotipadas, permitindo uma compreensão mais abrangente e autêntica das tradições e costumes locais.

A pauta cultural não deve ser relegada a meras datas comemorativas ou eventos especiais, devendo ser constantemente integrada às narrativas cotidianas, apresentando-se de formas diversas. Uma vez que é possível construir uma narrativa mais autêntica e enriquecedora para a comunidade, forjar positivamente a compreensão coletiva em relação ao leque cultural atual, é uma atitude fundamental.

Certamente, a rápida consolidação da TV Cidade Verde na cidade de Picos destaca a necessidade de cada vez mais conteúdos de cunho informativo, ressaltando a necessidade de mais iniciativas que exploram e enaltecem as obras culturais da região. A pesquisa em questão não apenas contribui para uma compreensão mais aprimorada da cultura, mas também arremessa luz sobre a influência comercial presente nesse contexto, e sobre como o noticiário local, especialmente em pautas culturais, pode ser moldado.



## Referências

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

CESNIK, F. S.; BELTRAME, P. A. **Globalização da cultura**. Barueri. Manole, 2005.

COSTA, A.; BARRETO CATALAN, L. **O Emergir Da Música Popular e Suas Interfaces Com a Indústria Fonográfica**. Caderno CRH, Salvador, v. 32, n. 87, p. 517-535, set/dez. 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/97wy6t4ZmKR7BYhQKRNqgdQ/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 10 nov. 2023.

KRAMSCH, C. **Language and culture**. Oxford: Oxford University Press, 1998.

MENDONÇA, Maria Luiza. **Comunicação e cultura: um novo olhar**. In: SOUZA, Mauro Wilton de (Org.). **Recepção mediática e espaço público. Novos olhares**. São Paulo: Paulinas, 2006. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/51307/55374>. Acesso em: 12 nov. 2023.

MUITA música e diversão nas dicas de Aline Alves no Notícia Cultural. [S. l.: s. n.], 2023. 1 vídeo (18 min). Publicado pelo canal TVCidadeVerde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0JQw1VhlXsM>. Acesso em: 9 de nov. 2023.

MUITA música e diversão nas dicas de Aline Alves no Notícia Cultural. [S. l.: s. n.], 2023. 1 vídeo (19 min). Publicado pelo canal TVCidadeVerde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Gyphc6Ln7R8>. Acesso em: 9 de nov. 2023.

MUITA música e diversão nas dicas de Aline Alves no Notícia Cultural. [S. l.: s. n.], 2023. 1 vídeo (20 min). Publicado pelo canal TVCidadeVerde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3iwdoxdOAJg>. Acesso em: 9 de nov. 2023.

MUITA música e diversão nas dicas de Aline Alves no Notícia Cultural. [S. l.: s. n.], 2023. 1 vídeo (8 min). Publicado pelo canal TVCidadeVerde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jmqTaCKHy14>. Acesso em: 9 de nov. 2023.

MUITA música e diversão nas dicas de Aline Alves no Notícia Cultural. [S. l.: s. n.], 2023. 1 vídeo (9 min). Publicado pelo canal TVCidadeVerde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FCk- uqLpSrM>. Acesso em: 9 de nov. 2023.

ROBERTS, C. et al. **Language learners as ethnographers**. Clevedon: Multilingual Matters, 2001.

SANTOS, Eugênio dos. **Comunicação e Cultura: uma abordagem**. Portugal: Universidade do Porto, 2004.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2005. (Coleção primeiros passos; 110).

SILVA, Ellen Fernanda Gomes da; SANTOS, Ms. Suely Emilia de Barros. **O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade.** 2009.

ZIVIANI, Paula. **Comunicação e cultura no campo dos estudos culturais.** C&S – São Bernardo do Campo, v. 39, n. 2, p. 7-31, maio/ago. 2017. Disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/5288/5947>. Acesso em: 12 nov. 2023.

## **Análise das redes e estratégias comunicacionais do filme Bacurau**

Kátia Emanuelle Pereira RODRIGUES  
Lana Krisna de Carvalho MORAIS  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

Bacurau é um filme de 2019 ambientado em um fictício vilarejo, explorando a ameaça à comunidade local e destacando elementos como vivências, tradições e identidade cultural. O texto enfatiza a importância das redes comunicacionais na construção e funcionamento de comunidades, fortalecendo laços e alcançando propósitos. Utilizando pesquisa bibliográfica e documental, o artigo busca reconhecer o papel das técnicas comunicacionais na construção da cultura local e representações sociais. Estratégias de comunicação diretas influenciam as representações sociais, podendo desconstruir estereótipos. O filme incorpora elementos autênticos, como palavras e expressões nordestinas, enriquecendo a narrativa. "Bacurau" destaca festas, músicas, danças e religiosidade como parte integral da vida comunitária nordestina.

**Palavras-Chaves:** Bacurau; Redes de comunicação; Estratégias de comunicação; Representações sociais; Filme.

### **Introdução**

Os meios de comunicação tradicionais e alternativos são ferramentas para a disseminação de informações sobre os mais diversos acontecimentos. O cinema, além de entreter, contribui para ampliação da visão sobre o mundo e para construção de representações sociais sobre um lugar, povo, comunidade, sejam essas representações positivas ou não. Esta pesquisa estuda as estratégias comunicacionais utilizadas por personagens no filme Bacurau, bem como as representações sociais estabelecidas a partir do longa-metragem.

Historicamente o cinema tem contribuído para exposição de contextos políticos, ideológicos e socioculturais, tornando-se um influenciador, especialmente quando protagonizado nos filmes, práticas e experiências, servindo como um modelo de abertura e pelo as manifestações culturais. Segundo Ferro (1988) o filme é considerado não como uma obra de arte, mas como um produto, uma imagem-objeto, cujas interpretações vão além das dimensões cinematográficas.

Dessa forma, além de observar o contexto da produção até a distribuição, as representações da mensagem que se deseja transmitir nos filmes, também são postas para análise, tal como explica o autor:

É necessário aplicar esses métodos a cada substância dos filmes [...] às relações entre os componentes dessas substâncias; analisar o filme principalmente a narrativa, o cenário, o texto, as relações do filme com o que não é o filme: o autor, a produção, o público, a crítica, o regime. Pode-se assim esperar compreender não somente a obra como também a realidade que representa (Ferro, 1998, p. 203).

Nesse sentido, o filme Bacurau é um filme de 2019 produzido pelos diretores Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, o enredo se passa no fictício vilarejo chamado de Bacurau, o personagem principal do filme não é nenhum ator ou atriz, mas sim o próprio vilarejo, toda a trama gira em torno da comunidade local que se encontra ameaçada, não somente por suas vidas, mas ameaçando todo o pertencimento daquela comunidade, suas vivências, tradições, valores e identidade cultural.

O filme foi pensado numa sátira social, com a intenção de mostrar a representação de um povo abandonado, que podemos assemelhar o que ainda acontece em alguns lugares ao redor do Nordeste, esquecidos em seus pequenos vilarejos, à trama oferece uma visão provocativa e ao mesmo tempo desafiadora em torno da realidade dos nordestinos e das questões sociais, políticas e culturais.

Por conseguinte, uma comunidade representa além de suas vivências compartilhadas, ela é um organismo social que simboliza cultura, representações, colaboração, pertencimento, ela define-se por um espaço onde pessoas se conectam, colaboram, identificam-se e trabalham juntas para entender suas necessidades e aspirações.

Consequentemente, o trabalho surgiu com a finalidade de identificar as redes e os métodos de comunicação que podemos compreender em Bacurau. O objetivo geral é reconhecer como essas técnicas comunicacionais são importantes para a construção da cultura local de uma comunidade e suas representações sociais.

Seguindo essa temática, o problema de pesquisa busca identificar as redes e os métodos de comunicação que podemos perceber no filme, o artigo tem como objetivos específicos: apresentar como essas redes e estratégias de comunicação acontecem; como elas se manifestam nas representações sociais. Justifica-se a notoriedade de debatermos sobre essas redes comunicacionais, pois desempenham um papel fundamental na construção e funcionamento de uma comunidade, ajudando-a alcançar seus propósitos, resolver seus desafios e o principal, fortalecer os laços entre os membros.

Segundo Antônio Carlos Gil (2002), a abordagem racional e metódica tem como intenção viabilizar desafios encontrados na pesquisa, ou seja, a pesquisa torna-se importante na busca por possíveis respostas quando nos deparamos com informações que não são suficientes sobre o assunto pesquisado. O autor também menciona que quando nos deparamos com poucas informações ou essas são desorganizadas, surge a necessidade de investigar, possibilitando, assim, a compreensão do tema pesquisado.

A pesquisa científica no artigo busca responder soluções de desafios específicos relacionados ao tema, buscando aprimorar a pesquisa sobre o assunto, visando uma compreensão mais abrangente, expandir novos conhecimentos e buscar compreender novas abordagens, a partir de perspectivas inovadoras, na busca por novas soluções geradas pelo pensamento crítico.

Há muitas razões que determinam a realização de uma pesquisa. Podem, no entanto, ser classificadas em dois grandes grupos: razões de ordem intelectual e razões de ordem prática. As primeiras decorrem do desejo de conhecer pela própria satisfação de conhecer. As últimas decorrem do desejo de conhecer com vistas a fazer algo de maneira mais eficiente ou eficaz (GIL, 2002, p.17).

O artigo é baseado na pesquisa bibliográfica, Gil (2002) define como um tipo de estudo que se baseia em materiais já existentes, ou seja, em outras pesquisas acerca do tema ou que vão de encontro simultâneo, encontradas em obras escritas, livros e artigos científicos. Embora existam diversos tipos de pesquisas, esse estudo requer uma abordagem exclusiva que será baseada nas fontes bibliográficas.

Dessa forma, a consulta de livros está diretamente relacionada ao tema de pesquisa, a fim de embasar a nossa discussão e fundamentá-la com as contribuições de autores renomados na área. A pesquisa bibliográfica é relevante, portanto, porque ajuda a construir a base sólida teórica, ajudando a fundamentar e embasar os argumentos e conclusões.

A técnica abordada para analisar o objeto de estudo, trata-se da análise de conteúdo, essa abordagem auxilia na compreensão ao examinar significados, analisar discursos, interpretar narrativas e identificar tendências, Bardin (2016) explora a análise de conteúdo como uma investigação dos significados presentes em mensagens, visando esclarecer essas expressões. A partir dessas comunicações, procura-se compreender as diversas abordagens e comportamentos apresentados.

### **A força de uma comunidade nordestina**

A força da comunidade nordestina é um tema que apareceu ao longo da história e em diversas situações. Essa força se deve a vários fatores, incluindo a resiliência das comunidades

do Nordeste, que enfrentam frequentemente desafios como secas, dificuldades econômicas e desigualdades. No entanto, eles mostram notável adaptabilidade às condições naturais e capacidade de superar adversidades.

A cultura do Nordeste é rica e diversificada e as comunidades valorizam as suas tradições. Está forte identidade cultural ajuda a unir as pessoas em momentos difíceis ou de celebrações. As comunidades muitas vezes demonstram grande solidariedade e ajudam-se mutuamente em tempos de crise.

A obra Bacurau, apesar de ter sido criada com o enredo muito envolvente e alguns percalços precisaram ser colocados com mais drama, foi reproduzida com a intenção de transmitir a realidade, estabelecendo relações com a política e o social, podemos notar outras questões que são visíveis, diferenças regionais, sexuais, étnicas, sujeitos marginalizados pela sociedade, que se unem para proteger seu lugar de pertencimento, gays, lésbicas, prostitutas, trans, mulheres, foras da lei, grupos marginalizados podem criar redes de apoio que detém muita força, a solidariedade, orientação, é importante em contextos onde o acesso a recursos é limitado.

A representação e a união aumentam a visibilidade, simbolizam grupos marginalizados, ajudando a combater estereótipos, é uma força que detém poder para a mudança social, política e cultural. Sodré (2014), diz que a comunidade não representa a atualiza o institucional do comum original, mas torna-se algo constante, visto que estamos sempre em comunica o, dentro da distribui o de lugares e identifica es que formam um vínculo coeso.

No filme, a resistência dos sertanejos   vista ao longo de toda a trama, por exemplo, quando o prefeito vai até a cidade e a encontra vazia, refere-se ao desprezo da comunidade, uma crítica   política que está sendo realizada. A marca de Bacurau   a sua resistência, defender a honra e o patrim nio da ancestralidade dos seus povos que enfrentam historicamente desde a coloniza o, quando outras pessoas de fora se acham no poder de ocupar um lugar que já tem dono.

Nessa distopia sertaneja a popula o de Bacurau reage com violência   violência e logra resistir, ao contrário de uma sequência do filme que mostra uma chamada de exib o de execu es públicas na TV, ao vivo, no Vale Anhangabaú, em São Paulo. Os versos da música de Geraldo Vandr , "Requiem para Matraga", parecem sintetizar esta questão no filme: "Se alguém tem que morrer / Que seja para melhorar" (SPYER, 2019, p. 97).

A morte de Carmelita trouxe uma como o e um profundo lamento dos moradores, depois do enterro dela, vista como a anfitriã e líder da comunidade, o pequeno vilarejo passou a receber ataques sequenciais, os moradores descobrem que Bacurau não está mais no mapa do

Brasil, nem possuía mais sinal de telefone para se comunicar, dessa forma, percebem que está acontecendo algo e que muito provavelmente é uma emboscada na tentativa de apagar a existência de Bacurau.

A referência do nome do filme liga-se a uma ave noturna, encontrada no sertão nordestino chamada de Bacurau, logo, a manifestação ao significado encontra-se presente na narrativa, a comunidade organiza-se para lutar e proteger seu lugar de pertencimento cria-se uma espécie de vários cangaceiros prontos para fazer justiça.

Os invasores são os norte-americanos que estão em Bacurau junto ao apoio do prefeito, percebe-se no filme, que eles têm a percepção de já terem vencido a “guerra” antes mesmo dela começar, após classificar e denominar o povo de Bacurau como derrotado e fracassado por viver à margem da sociedade, sem acesso às políticas públicas, nesse sentido, não podemos enxergar Bacurau com um olhar agressivo, um lugar de uma gente má, mas um povo que unido, na falta de alguém que os defenda, eles próprios tomam essas medidas, torna-se protetores, mostrando-se o contexto a qual foram submetidos, a violência só podia ser rebatida com violência, nesse quesito. Para Spyer, Bacurau:

Põe em xeque as dicotomias conquistadores/conquistados, centro/periferia, progresso/atraso, desenvolvido/subdesenvolvido, capital/sertão etc. No filme, esses binarismos são questionados: os forasteiros, supostamente civilizados, são responsáveis por empreender um safári humano, enquanto os nativos, supostamente selvagens, organizam um elaborado movimento de resistência liderado por diferentes tipos sociais: médica, enfermeira, professor, comerciante, violeiro, agricultor, artista, radialista, motorista, DJ, foras da lei, prostitutas etc. (SPYER, 2019, p. 97).

A população de Bacurau tem seu passado representado no museu da cidade, ao passar a cena do museu no filme, percebe-se a história do cangaço com armas expostas e fotos do que parecem ser cangaceiros, representando a força e a valorização aos ancestrais que também já lutaram pelo povo nordestino. O povo do vilarejo conseguiu resistir à falta da tecnologia ao confiarem na força da união de todos.

Quem são os “mocinhos” e os “vilões”? Podemos notar que diferente de outras representações onde os sertanejos preferem não resistir e ser os mocinhos ou aceitarem serem vítimas, não existe essa opção em Bacurau, nesse enredo eles são os vilões que foram provocados por outros vilões, o filme traz outra tradição, trazendo à tona a força dos esquecidos, a luta, os que foram “apagados do mapa” e suas estratégias de defender-se, buscar-se imergir na resistência, usando as redes emergentes que tinham ao seu favor.

Grupos marginalizados são segmentos da sociedade que por diversas razões, enfrentam exclusão, discriminação ou falta de acesso a recursos e oportunidades, a marginalização resulta

de fatores como preconceito, estigma social, desigualdade econômica, políticas discriminatórias. Quem constitui os grupos marginalizados referidos por Beltrão? Segundo Sodré (2005), é discutida a voz e a atuação das minorias, considerando a capacidade de participação ativa e intervenção nas instâncias decisórias de direito, representando setores sociais ou frações de classes engajadas nas diversas formas de luta relacionadas à questão social. “O que move uma minoria é o impulso de transformação” (SODRÉ, 2005, p. 12).

Destaca-se que o povo de Bacurau é defensor de suas lutas e histórias, ainda que no filme, para os outros de fora, o museu é algo irrelevante, pois os invasores não tiveram menor interesse em conhecer a história daquele povo. Se tivessem visitado o museu, perceberiam que ali é um lugar de memória, armas e histórias são os registros de uma comunidade resistente e descendente de cangaceiros, o museu é um verdadeiro culto a Bacurau, assim como a placa da abertura do filme, “se for, vá na paz”, Bacurau é a força nordestina, a resistência do nordeste que derrotou o facismo.

### **Redes e estratégias comunicacionais em bacurau**

O filme trata de uma variedade de temas sociais e políticos, incluindo estratégias de comunicação e resistência. A comunicação popular no filme está organizada em torno de estruturas de comunicação da comunidade, como alto-falantes e rádio, usados na comunicação pelos moradores para repassar informações. Essa forma de comunicação ainda é presente nos dias de hoje, principalmente o alto falante, quando não se tem recursos para gastar a mais, sendo o alto-falante um objeto de custo benefício baixo e popular. Cicília Peruzzo (2016) define comunicação popular como:

Comunicação popular é aquela desenvolvida no contexto das comunidades, dos movimentos sociais. Poderíamos até chamar de comunicação popular e comunitária, porque tem aspectos nesse ambiente. É aquela comunicação feita a partir das comunidades, dos grupos sociais, e que visam todo um processo de conscientização ou de mobilização e também procura a apropriação dos meios de comunicação, buscando os interesses dessas mesmas comunidades. Uma comunicação feita por eles e para eles. (PERUZZO apud JBBC, 2016).

No filme, um dos personagens chamado Plínio, é um entusiasta do radioamadorismo. O rádio desempenha um papel crucial na comunicação interna da vila, mantendo seus habitantes atualizados sobre os acontecimentos. Ele representa a habilidade para manter a comunidade conectada e informada, mesmo em situações de isolamento.

Estratégias de resistência: após a comunidade de Bacurau se encontrar sob ameaça dos invasores norte-americanos, adotam estratégias para lutar contra o inimigo, como o uso de armas



e táticas de guerrilha. Além de ser uma forma de rede e estratégia de comunicação, o ato de se comunicar entre eles para resistir, mostra a força social que tem a comunidade ao se unir em busca da sobrevivência aos ataques.

**Celulares:** apesar de a trama ocorrer em um local remoto, alguns habitantes de Bacurau usam smartphones para se comunicar. A penetração da tecnologia de comunicação moderna é evidente, até mesmo em áreas remotas. Os celulares, smartphones, podem ser usados como ferramentas para mobilizar pessoas e compartilhar informações. No filme é bastante usada para repassar informações entre os moradores, apesar de não ser a forma central de comunicação adotada nesse enredo, ela contribuiu para mostrar um lugar que, mesmo esquecido pelo poder público e sob a falta de políticas públicas, tem caminhado para tentar-se evoluir sozinha.

**Rituais e tradições:** a tradição do forró e do culto aos mortos, por exemplo, são formas de expressar a cultura e a identidade da comunidade, criando um senso de união e pertencimento. Como no começo do filme, quando ocorre a morte de Carmelita e a população se une para despedir-se da anfitriã.

**Pinturas e símbolos:** as casas e ruas de Bacurau desempenham um papel na comunicação. Estes símbolos não representam apenas resistência, mas também servem de alerta aos invasores, demonstrando que o povo está pronto para lutar pela sua sobrevivência.

**Boca a boca:** a comunicação interpessoal é fundamental em Bacurau. As pessoas partilham informações, preocupações e estratégias de protesto através do contato presencial, destacando a importância da ligação humana em tempos de crise.

Além disso, a comunicação de pacote com Lunga, durante seu esconderijo, destaca a importância da comunicação clandestina em situações desafiadoras. A contradição do carro-pipa antigo, mas equipado com um display de LCD, aborda o contraste entre elementos tradicionais e modernos, talvez sugerindo uma complexidade na realidade retratada. O casal na entrada da comunidade, alertando sobre a chegada do prefeito, destaca a vigilância comunitária e a resistência a figuras de poder externas. Esses elementos contribuem para a riqueza narrativa e aprofundam a reflexão sobre a trama do filme.

No contexto do filme, essas diferentes formas de comunicação são utilizadas para simbolizar a resistência de uma comunidade localizada em uma região marginalizada do Brasil. Representam o poder da unidade, da cultura e da identidade, e é uma ferramenta de defesa contra ameaças externas. A combinação dessas redes de comunicação ajuda a população de Bacurau a resolver os desafios que enfrenta e a manter a sobrevivência de sua comunidade.

### **Técnicas comunicacionais para a construção da cultura de uma comunidade e suas representações sociais**

O papel das técnicas comunicacionais é fundamental na criação da cultura de uma comunidade e na formação de suas representações sociais. Ao realizar uma análise do filme Bacurau, percebemos a importância dessas técnicas na compreensão da cultura e da identidade da comunidade retratada. A comunicação tem um papel vital na construção da cultura da vila em Bacurau. A comunidade emprega diversas técnicas para se comunicar e preservar sua identidade coletiva.

No filme Bacurau, a transmissão oral de histórias, lendas e tradições desempenha um papel essencial, valorizando a oralidade e a tradição como técnicas comunicacionais fundamentais. A prática em questão assegura a preservação da cultura local, bem como o fortalecimento dos valores e crenças da comunidade.

As redes informais desempenham um papel crucial na comunicação boca a boca. Os moradores se comunicam diretamente, compartilhando informações, preocupações e estratégias de resistência. Essa interação fortalece os laços interpessoais e a sensação de comunidade. A influência da tecnologia na cultura local é destacada no filme através da presença de smartphones. Isso evidencia como as comunidades rurais também estão conectadas por meio da tecnologia moderna.

Existem várias formas pelas quais as estratégias de comunicação nas representações sociais podem ser aplicadas fora das redes sociais, as quais variam de acordo com o contexto e o meio em que estão inseridas. A comunicação verbal envolve a troca de ideias e informações através de conversas e reuniões, sendo uma maneira de transmitir representações sociais. As palavras e a linguagem exercem um papel fundamental na maneira como as pessoas comunicam suas ideias e conceitos. Um exemplo disso é quando a comunidade se reuniu para receber os subsídios enviados pelo prefeito, onde a comunicação é intermediada por Domingas.

A comunicação não verbal, por meio de expressões faciais, linguagem corporal, gestos e tom de voz, tem um papel de destaque na transmissão de representações sociais. Eles possuem a capacidade de transmitir sentimentos e perspectivas em relação a conceitos específicos. Em determinados momentos os atores não precisam falar nenhuma palavra, só pelas expressões, a gente pode entender o que eles estão pensando e sentindo, pelo contexto da cena é suficiente para entender e interpretar.

A arte e a cultura, a literatura, a música, o filme e outras formas de expressão artística desempenham uma função primordial na formação das representações sociais. Os criadores têm a liberdade de tocar em questões sociais e culturais através de narrativas e expressões artísticas. O filme Bacurau é a representação do Nordeste, através dos autores que colocaram questões sociais acerca dos nordestinos e sua cultura através do enredo, das narrativas e expressões culturais.

As relações interpessoais desempenham um papel importante na formação das representações sociais, pois envolvem a interação entre as pessoas em situações cotidianas. As visões coletivas sobre diversos tópicos são moldadas por meio de discussões, debates e interações sociais.

Dessa forma, diversas são as formas e abordagens utilizadas para a comunicação fora das redes sociais tanto quanto nas próprias redes sociais, cada uma com suas interpretações e contribuições, desempenhando um papel crucial na formação das representações sociais na sociedade.

As técnicas comunicacionais desempenham um papel fundamental na construção das representações sociais em Bacurau. Elas têm o papel não só de preservar a cultura local, mas também de fortalecer a resiliência da comunidade diante de ameaças externas. As práticas culturais e de comunicação são fundamentais para a formação da identidade coletiva dos moradores, capacitando-os a lidar com desafios e se unir em situações de crise. O filme ressalta a relevância de compreender a interconexão entre comunicação e cultura. A forma como as técnicas de comunicação são empregadas têm um impacto significativo na identidade de uma comunidade, nas representações sociais e na capacidade de resistir às influências externas. Isso demonstra claramente como a comunicação desempenha um papel central na formação de uma comunidade resistente.

A representação social é um conceito da psicologia social que se refere às imagens, ideias, crenças e valores compartilhados por um grupo de pessoas sobre um determinado tema. Essas são construídas coletivamente e desempenham um papel fundamental na forma como os indivíduos entendem e interpretam o mundo ao seu redor. De acordo com a autora Spink:

As representações sociais, sendo definidas como formas de conhecimento prático, inserem-se mais especificamente entre as correntes que estudam o conhecimento do senso comum. Tal privilégio já pressupõe uma ruptura com as vertentes clássicas das teorias do conhecimento, uma vez que estas abordam o conhecimento como saber formalizado, isto é, focalizam o saber que já transpôs o limiar epistemológico, sendo constituídas por conjuntos de enunciados que definem normas de verificação e coerência. Em nítido contraste, as correntes que se debruçam sobre os saberes enquanto saberes, quer formalizados ou não, procuram superar a clivagem entre ciência e senso comum, tratando ambas as manifestações

---

como construções sociais sujeitas às determinações sócio-históricas de épocas específicas (SPINK, 1993, p. 302).

A autora destaca a importância das representações sociais como uma abordagem que reconhece a diversidade e a complexidade do conhecimento humano, ao passo que desafia a visão tradicional que separa o conhecimento científico do conhecimento do senso comum, enfatizando que ambas são construções sociais moldadas pelo contexto histórico e cultural.

De acordo com outro autor renomado, Moscovici (2005), em seus estudos, é proposto que as representações presentes no senso comum têm potencial para serem analisadas como ciência. Isso se deve ao fato de que tudo o que percebemos do mundo ao nosso redor são respostas aos estímulos provenientes do ambiente que habitamos.

O que nos distingue é a necessidade de avaliar seres e objetos corretamente, de compreender a realidade completamente; e o que distingue o meio ambiente é sua autonomia, sua independência com respeito a nós, ou mesmo, poder-se-ia dizer, sua indiferença com respeito a nós e as nossas necessidades e desejos (MOSCOVICI, 2005, p. 30).

Dessa forma, isso sugere a importância de uma compreensão abrangente e precisa da realidade. As representações sociais podem afetar a forma como as pessoas percebem a realidade, moldando suas crenças, atitudes e ações em relação a ela. Uma representação social amplamente compartilhada em uma cultura específica pode levar a uma compreensão coletiva da realidade.

### **Considerações Finais**

Os nordestinos possuem uma complexa rede de interações sociais e estratégias de comunicação que desempenham um papel fundamental na criação das representações sociais, narrativas culturais e expressão da resistência. Destacando-se pelas suas redes de comunicação complexas e diversificadas, as quais refletem a intrincada teia de relações pessoais, familiares e comunitárias que permeiam o cotidiano dos nordestinos. As redes são muitas vezes baseadas em laços sólidos de solidariedade, vizinhança e amizade, desempenhando um papel essencial na disseminação de valores culturais, tradições e histórias de resistência.

A comunicação dessas redes é fundamental, pois por meio delas ocorre a transmissão verbal de histórias e experiências entre gerações. Com o objetivo de reforçar a identidade cultural e transmitir narrativas específicas, as estratégias de comunicação envolvem a utilização de linguagem, sotaque e expressões típicas da região.

A resistência é frequentemente manifestada como uma resposta aos desafios históricos presentes na região, como as secas, a pobreza e a desigualdade. No mundo atual, as estratégias de comunicação são de extrema importância, já que as histórias de resistência são frequentemente transmitidas por diferentes meios.

O objetivo das narrativas de resistência é difundir-se para motivar e engajar as comunidades, incentivando-as a batalharem por seus direitos, por justiça e por igualdade. Além disso, a política desempenha um papel fundamental na resistência do Nordeste. É crucial a participação na política desses locais e desses povos, pois a comunicação desempenha um papel fundamental na criação de narrativas políticas que se propõem a enfrentar as necessidades e desafios particulares da região.

As redes de comunicação e as estratégias de comunicação desempenham um papel crucial na formação de representações sociais, narrativas culturais e na manifestação de resistência. Elas possuem a capacidade de fortalecer a identidade cultural, compartilhar narrativas inspiradoras de superação e unir a comunidade na luta contra obstáculos históricos e contemporâneos, de forma colaborativa. A comprovação da resiliência e da força das comunidades nordestinas está presente nas diversas formas de comunicação utilizadas.

A comunicação é uma parte essencial da interação humana, e as redes e estratégias de comunicação desempenham um papel significativo na formação das representações sociais. Redes de Comunicação e Estratégias: as redes de comunicação envolvem a interação entre indivíduos, grupos e organizações por meio de diversos canais, como mídia, redes sociais, encontros pessoais e etc. Estratégias de comunicação referem-se às abordagens deliberadas usadas para transmitir mensagens. Ambas são fundamentais para a disseminação de informações, construção de relacionamentos e influência nas percepções das pessoas.

Essas redes e estratégias desempenham um papel vital na formação de representações sociais, uma vez que influenciam as informações às quais as pessoas têm acesso e como essa informação é moldada. As representações sociais são construções cognitivas compartilhadas por grupos sociais, que ajudam a dar sentido ao mundo. As redes de comunicação e estratégias desempenham um papel crítico na formação dessas representações. Redes de comunicação moldam as representações sociais, uma vez que as pessoas são expostas a informações por meio de suas conexões.

Estratégias de comunicação influenciam as representações sociais de maneira direta, a narrativa e o tom da comunicação desempenham um papel importante na criação de significados compartilhados, além disso, as estratégias de comunicação podem desconstruir estereótipos, preconceitos e ideias preconcebidas que influenciam as representações sociais. Por exemplo, a

representação negativa de certos grupos étnicos em meios de comunicação pode perpetuar preconceitos na sociedade. As redes e estratégias de comunicação têm um impacto profundo nas representações sociais, moldando a maneira como as pessoas veem o mundo e os outros. É crucial entender essa dinâmica para promover uma comunicação eficaz e construir representações sociais mais justas.

Os personagens do filme costumam usar palavras, expressões e sotaques específicos da região Nordeste do Brasil, isso adiciona autenticidade e sentimento ao filme, criando um toque regional. Bacurau descreve elementos culturais do Nordeste, como festas, músicas, danças e religiosidade. Esses aspectos culturais são apresentados como parte integrante da vida comunitária.

O filme também trata de questões sociais relevantes para a região, como a falta de acesso aos serviços públicos, à discriminação e a marginalização das comunidades rurais. Isso se reflete nas atuações dos personagens e da cidade de Bacurau. Resiliência e empoderamento, a maioria dos personagens do filme mostra-se resiliente e pronto para enfrentar as ameaças que enfrentam, isso pode ser visto como um sinal positivo da força do povo nordestino.

Do boca a boca às reuniões comunitárias, do uso das novas tecnologias de informação aos arquivos memoriais simbolizados pelos museus, é através desses atos de comunicação que os moradores de Bacurau se ancoram e se tornam ativos em torno de suas discussões, apesar da negligência e dos ataques dos invasores.

O pertinente, que conta a história local através do canto, e o convite aos visitantes para conhecerem o museu do povo, ilustram que esse povo quer falar por si, ser visto por suas batalhas vitoriosas, os construíram como comunidade, querem contar e construir suas próprias histórias. Um movimento que se repete em inúmeras regiões do país, desde subúrbios urbanos do interior Brasil a fora do Nordeste. Nestes lugares, os meios de comunicação de massa, realizados pelo povo e para o povo, desempenham uma função essencial ao amplificar as suas vozes e contribuir para as histórias diversas. As redes e as estratégias comunicacionais, o gentílico de quem nasce em Bacurau é gente, como locais de memória, como meios de comunicação e educação, como local de força e informação, constituem a chave para preservar não só a história, mas também o futuro destas comunidades.

## **REFERÊNCIAS**

**BACURAU.** Direção: Kleber Mendonça Filho, Juliano Dornelles. Pernambuco: Vitrine Filmes, 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016. p. 26-73.

FERRO, MARC. **O filme uma contra-análise da sociedade?**In: LE Goff, J.; NORA, P. (Orgs). História: novos objetos. Trad.: Terezinha Marinho. Rio de Janeiro: F. Alves, 1976. p. 155- 203.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. p. 17-44.7

MARCHETTO, Arthur. ZUCCOLOTTO, Pedro. **Comunicação popular e comunitária: um panorama brasileiro**. JBCC - Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016. Disponível em: [Comunicação popular e comunitária: um panorama brasileiro — Cátedra Unesco \(metodista.br\)](#). Acesso em: 05 de out. de 2023.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2005. Disponível em: [\(PDF\) MOSCOVICI, S - Representações Sociais | Sapolândia Games - Academia.edu](#). Acesso em: 06 out de 2023.

SODRÉ, Muniz. A organização do comum. **A ciência do Comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis–Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2014. p. 143-157. Disponível em: [A ciência do comum : Notas para o método comunicacional \(usp.br\)](#). Acesso em: 20 nov de 2023.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 11-14.

SPINK, Mary Jane P. **O conceito de representação social na abordagem psicossocial**. Cadernos de Saúde Pública [online]. 1993, v. 9, n. 3, p. 300-308. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-311X1993000300017>. Acesso em: 06 de out. de 2023.

SPYER, Tereza. **Distopias à brasileira: ‘Bacurau’ e ‘Divino Amor’**. Revista Epistemologias do Sul, v. 3, n. 1, p. 92-109, 2019. Disponível em: <https://revistas.unila.edu.br/epistemologiasdosul/article/view/2442/2107>. Acesso: 05 de out. de 2023.

---

## Deserto de Notícias: Os Desafios da Informação na cidade de Bocaina

Arthur Sousa MARIANO  
João Mikael dos Santos LOPES  
Lana Krisna de Carvalho MORAIS  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### Resumo

O estudo discute sobre a transformação do acesso e consumo de notícias em Bocaina, destacando a ascensão da internet e redes sociais, com objetivo de descobrir se a cidade se enquadra como deserto de notícias. Foi utilizada uma abordagem metodológica entre análises quantitativas e qualitativas, incluindo um estudo de caso com a aplicação de questionário online. A fundamentação teórica traz obras da comunicação, explorando a evolução da comunicação, desde meios tradicionais até o jornalismo digital, abordando o conceito de deserto de notícias. Ao analisar a situação da cidade Bocaina-PI, é revelada a predominância das redes sociais como fonte de informação devido à carência de veículos locais. Os resultados indicam que Bocaina pode ser considerada um "deserto de notícias", ressaltando a necessidade de veículos de informação.

**Palavras-Chave:** Webjornalismo; Mídia local; Cidadão bocainense; Deserto de notícias;

### Introdução

A maneira como as pessoas acessam, consomem e interagem com as notícias e informações têm mudado radicalmente nas últimas décadas. Enquanto os meios de comunicação tradicionais, como jornais impressos, rádio e televisão, desempenharam historicamente um papel central na disseminação de notícias, a ascensão da internet e das redes sociais alterou fundamentalmente o panorama da informação. O impacto desse fenômeno é notório principalmente em cidades pequenas, onde os hábitos informativos da população podem divergir consideravelmente com as áreas urbanas densamente povoadas.

Diante disso, o presente artigo buscou compreender como a rede de notícias locais da cidade de Bocaina, que possui uma área territorial de 261,651 km<sup>2</sup> e índice demográfico de populacional de 4.078 habitantes, segundo dados do IBGE (2022) se configura e, consequentemente, dissertar sobre os seguintes objetivos específicos: identificar se a cidade se enquadra como deserto de notícias; compreender o papel do jornalismo digital como fonte de informação; descrever como as redes sociais atuam no processo de mediação dos



acontecimentos. Como fundamentação teórica, será utilizada como base autores estudiosos da comunicação como Pinho (2003) e Messias Canavilhas (2001), por analisarem o jornalismo na internet e artigos científicos que dissertam sobre o conceito de “deserto de notícias”.

Para atingir esses objetivos, a pesquisa adotará uma abordagem metodológica que combina análises com abordagem quantitativas e qualitativas. Também foi realizado um estudo de caso utilizando a coleta de dados por meio de questionário online, aplicados a indivíduos acima de 18 anos residentes na cidade de Bocaina, entre os dias 04 e 05 de novembro, do ano de 2023. A combinação dessas abordagens foi assim escolhida para permitir uma compreensão mais completa do ecossistema de informação local e das preferências informacionais.

### **Fases da comunicação até o jornalismo na web**

A divulgação de acontecimentos sempre existiu, antes da definição de jornalismo que atualmente conhecemos. Com a evolução tecnológica, essa prática se transformou em um campo profissional, transitando por diversos meios de comunicação, conforme as necessidades e conhecimentos da época. O método de radiodifusão é um dos destaques, Pinho (2003) explica que o surgimento do rádio apresenta-se como o primeiro meio de comunicação em massa a renunciar a ligação física, entretanto, décadas depois, mais uma aposta de comunicação de maior alcance surgia, a televisão. Passando por diversas dificuldades até sua consolidação, ultrapassando a comunicação de radiodifusão.

Depois de vencer as dificuldades iniciais, a televisão conseguiu rapidamente ultrapassar o rádio, graças ao desenvolvimento de uma linguagem televisiva própria e, mais tarde, a sua estruturação em grandes redes nacionais, transformando-o no meio de comunicação mais concentrado e poderoso do país (Pinho, 2003, p.17).

Com o conhecimento de todos esses recursos e o aprimoramento técnico, mais um mecanismo era desenvolvido para revolucionar a sociedade: a internet. Durante sua fase inicial, a internet passou por diversas esferas, desde o seu uso na rotina de pessoas comuns até fins comerciais, permitindo que os indivíduos e coletividades se conectassem com o mundo todo e compartilhassem informações em grande escala, como explica Moherdau (2003, p.20). Com uma comunicação de forma mais descentralizada e fácil integração de comunidades, este fator alertou o jornalismo a perceber a oportunidade de se inserir no campo da internet, dando início a uma nova era na comunicação social, podendo estar presente online, levando em consideração a velocidade de propagação de notícias que a internet oferece, como afirma Pinho (2003):

A velocidade de disseminação da internet em todo o mundo deve transformá-la efetivamente na decantada superestrada da informação. Oferecendo notícias, entretenimento, serviços e negócios, a rede mundial ainda é um novo meio de comunicação que rivaliza com a televisão, o jornal e outros veículos de troca e difusão da informação (Pinho, 2003, p.49).

Nota-se que a estrutura do jornalismo nos meios digitais tem influências do impresso, do rádio e televisão, usando o que já tinha conhecimento dos outros meios de comunicação e adaptado para o que funcionasse para o digital. Todavia, o jornalismo digital desenvolveu características próprias, gerando práticas de cunho jornalístico de forma singular. João Messias Canavilhas (2001, p. 01) descreve que: “O webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia”.

Dentro dessas características, podem ser pontuados alguns elementos como: hipertextualidade, que consiste na ligação de informações através de links, Moraes e Jorge (2011), especificam hipertexto como “um modo de organização textual cuja função é unir sentidos” (p. 107), a inserção de hipertexto vem progredindo desde de 2005, antes os sites não adotavam o método por seguirem modelos de transcrição de outros veículos ou com o propósito do leitor não se retirar do site (Salaverría, 2007), a multimídia, onde um noticiamento além do texto, pode haver fotos, vídeos, infográficos e áudios, os elementos multimídias não devem competir um com o outro, e sim se relacionar de forma organizada e coesa (Yaros, 2009), com o objetivo de tornar o material mais rico e dinâmico para o leitor.

A partir do leitor, pontua-se mais uma característica, a interatividade, a mesma permite que o meio de comunicação construa uma ponte com aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos, como em possibilidades de expressão (Rost, 2006), com a cooperação direta entre conteúdo e leitor, através da sua participação por meio de comentários, compartilhamentos, enquetes e envio de materiais, como depoimentos, fotografias e audiovisuais, o que resulta na fomentação de um espaço de participação cidadã nas notícias.

Apesar disso, o jornalismo digital encontra diversos desafios no seu processo de noticiamento, a rápida evolução tecnológica resulta diretamente nos profissionais e meios comunicacionais, compelindo que os mesmos estejam atualizados constantemente do uso adequado das ferramentas e que exerçam funções além das designadas. Sobre os conceitos relacionados o jornalismo no cenário online, Teixeira (2008) pontua:

O jornalismo digital ou jornalismo multimídia é aquele que emprega a tecnologia digital, isto é, compreende todo e qualquer procedimento baseado

no tratamento de dados em forma de bits. O ciberjornalismo envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço. O jornalismo online é marcado pela utilização de tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real. O webjornalismo refere-se ao uso de um espaço determinado da rede: a web, a qual tem como uma de suas principais características a disponibilização e democratização de interfaces gráficas (Becker; Teixeira, 2008, p.09).

Portanto, quando se discorre sobre jornalismo digital, diferentes definições e nomenclaturas podem ser encontradas, variando de acordo obra ou contexto, são encontrados nomes como jornalismo digital, jornalismo online, webjornalismo, ciberjornalismo e afins, cada termo pode ter nuances específicas, mas todos têm o objetivo de se referir à prática do jornalismo na web e suas particularidades.

### **Deserto de notícias: origem e implicações**

Na contemporaneidade jornalística e informativa, o termo “deserto de notícias” descreve uma alarmante realidade no mundo tão globalizado, mas ainda excludente. Deserto de notícias, então, refere-se a uma preocupante situação onde determinadas áreas geográficas, comunidades ou grupos de pessoas possuem acesso limitado a informações relevantes e confiáveis do seu próprio meio. Segundo Coutinho, Moreira e Martins (2022), o conceito teria surgido em relatórios escritos desde 2016 no Centro de inovação e Sustentabilidade de Mídia Local da Escola de Mídia e Jornalismo na Universidade da Carolina do Norte (EUA); essa definição apareceria em desdobramentos de acontecimentos como o declínio nas receitas, da venda de negócios e da falência de diversos proprietários de jornais nos EUA.

A maioria dos jornais locais que sobreviveram (aproximadamente 8.000) foi de pequenos diários e semanários com tiragem inferior a 15 mil exemplares, muitos deles as principais ou a única fonte de notícias locais. A perda gerou implicações para a saúde do jornalismo e, também, para a vitalidade das comunidades. (Coutinho; Moreira; Martins, 2022, p.69)

Analisando diversos relatórios, os autores denotam que diversas comunidades apresentam riscos de perder suas fontes confiáveis de notícias por conta da grande redução da mídia local, na qual, conseqüentemente, também diminui a força democrática dos cidadãos.

Nesse cenário, vários empresários – de jornalistas em emissoras de TV a fundadores de sites digitais – experimentaram novos modelos de negócios e formas de fornecer notícias locais a centenas de comunidades que perderam seus jornais. A maioria dos empreendimentos foi agrupada no entorno de áreas metropolitanas e, com isso, entre 1.300 e 1.400 comunidades que mantinham jornais próprios em 2004 deixaram de ter cobertura de notícias locais em 2018. (Coutinho; Moreira; Martins, 2022, p.71)

Já no Brasil, o termo foi explorado pelo Atlas da Notícia - projeto de 2017, de iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), em parceria com Volt Data Lab, sendo seu objetivo detectar e registrar veículos que ocasionalmente publicam notícias de relevância social, seja em formato impresso ou digital, com uma frequência que pode variar entre o dia a dia, semanal ou quinzenal, cobrindo tópicos como as atividades da prefeitura, finanças públicas, saúde, educação, segurança, transporte e meio ambiente.

Com base em materiais divulgados em fevereiro de 2021, 3.280 municípios são classificados como desertos de notícias, logo, correspondem a 59% do total e por volta de 33 milhões de cidadãos, ao passo que 21% dos municípios são quase desertos de notícia, porque somente possuem um ou até dois veículos de comunicação local; no mais, a população média dos municípios que não possuem nenhum veículo de comunicação tem por volta de 10.281 pessoas (Coutinho; Moreira; Martins, 2022).

É importante pontuar como os estados da região Nordeste são possuidores das maiores proporções de deserto de notícia (56,74%). Dentre todos os nove estados da região, os mais afetados são Piauí e o Rio Grande do Norte, haja vista que, a cada 10 municípios, 7 não possuem sequer um veículo de comunicação, ou seja, em 70% dos municípios as pessoas não possuem nenhum tipo de acesso às notícias locais (Correia, 2023).

Tendo a mídia o poder de dar visibilidade e atenção a uma vasta gama de interesses públicos, analogamente, sua função pode ser associada a de um cão de guarda da sociedade que, ao mesmo tempo, atende o interesse da população contra o domínio e opressão e oferece um espaço de representatividade social contida nas diversas vozes da sociedade, assim, não é surpreendente que ela também desempenhe o papel de demarcar a identidade social de uma população e suas particularidades (Ribeiro; Junior, 2022).

Obviamente, esse cenário de significativa oferta midiática não se encontra em áreas longe dos grandes centros urbanos e, mesmo o mundo estando em profunda e constante incorporação tecnológica com as mídias digitais e a adesão popular dos celulares e da internet móvel, as problemáticas ainda persistem.

Esse fenômeno é, em larga medida, uma das causas da chamada desinformação, analisada por diferentes prismas de teóricos sociais da comunicação, mas não a única. Mesmo em locais com grande volume de informações, a desinformação está presente devido à concentração da propriedade dos meios de comunicação e, conseqüentemente, da cobertura homogeneizada dos fatos. A carga informacional disponibilizada diariamente gera uma sensação de caos que dificulta a percepção entre as notícias verdadeiras e falsas. Nos desertos de notícias, esse problema incide principalmente sobre as informações locais (Javorski; Bargas, p. 5, 2020).

Nisso, a divisão entre a gama informacional contida em cidades grandes e nas cidades pequenas ocorre, conforme indicam os autores Ribeiro e Junior (2022), por três aspectos pertencentes à dinâmica capitalista: o primeiro sendo a oferta de demanda de fatos noticioso (o ambiente define a diversidade da gama de notícias); o segundo seria a concentração do consumo, ou, a abordagem de temas de maior interesse popular e de um público-alvo; o terceiro sendo a dinâmica entre produção e consumo, já que há concentração de atividades em áreas metropolitanas devido à lógica de otimização da produção.

Como as regiões de pequeno porte se configuram em desvantagem com a metodologia mercadológica hegemônica, meios periféricos começam a se formar como alternativa, a comunicação comunitária assume o papel de resistência contra o descaso do exterior. “Ser desinformado ou ser privado do acesso à informação, é o mesmo que estar sem ferramentas de ação diante das mudanças e impactos sociais que afetam a vida cotidiana de cada um” (Ribeiro; Junior, 2022, p. 9).

Assim, a privação do conhecimento desarma o cidadão diante das transformações e impactos sociais moldadores da vida cotidiana, sublinhando, então, a importância crítica da igualdade do acesso à informação na capacitação individual e coletiva.

### **Bocaina-PI como deserto de notícias**

A cidade de Bocaina, localizada no Sudeste Piauiense, cerca de 338 quilômetros da capital do Piauí, Teresina, possui uma população residente de 4.078 cidadãos, segundo a última atualização do censo do IBGE de 2022, um número relativamente pequeno comparado a algumas cidades próximas, entretanto, pela perspectiva informativa, se não existem meios comunicacionais locais presentes no município, inúmeras pessoas acabam sem acesso a informações sobre sua cidade.

Até o desenvolvimento da pesquisa, na localidade não se tem a presença de portais de notícias ou conteúdos digitais com enfoque na cidade, jornais impressos produzidos localmente e estações televisivas, tendo somente uma única emissora de rádio, chamada “Rádio Imaculada Conceição”, a sua difusão é feita pelo número de sintonia 98.3, sua programação é constituída por programas musicais e transmissões de conteúdos católicos, sendo a Comunicação Cristã predominante, mas, não possui apoio monetário de nenhuma paróquia qualquer, a fonte primária de recursos é advinda de patrocínios locais, como comerciantes.

Neste cenário, o presente estudo buscou entender como a população de Bocaina se mantém informada e quais seriam as principais dificuldades que encontram para ter acesso a

conteúdos jornalísticos, para assim, debater se o município se enquadra no termo “Deserto de Notícias”. Para isso, foi aplicado um questionário online via Google Formulário.

### Discussão dos resultados do questionário

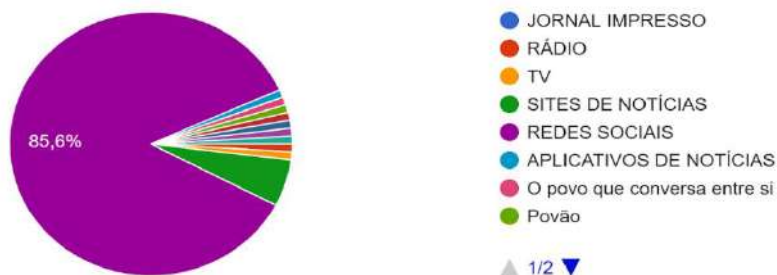
O formulário foi enviado por meio dos aplicativos *WhatsApp* e *Instagram*, entre os dias 04 e 05 de novembro de 2023. O público-alvo do questionamento foi composto por pessoas residentes na zona urbana da cidade de Bocaina, maiores de 18 anos, por serem cidadãos que buscam em maior escala notícias sobre sua cidade. Foram obtidas respostas de 105 pessoas, que contribuíram para o acervo de 16 perguntas.

As respostas foram predominadas por pessoas do sexo feminino, com uma porcentagem de 66,3%, já sobre a faixa etária em destaque, foi entre 19 anos e 25 anos, com 44,2%. Sendo 37,5% das pessoas respondeu que somente “às vezes” consome as notícias locais, o público foi questionado sobre quais fontes de notícias locais utilizam com mais frequência, tendo as opções de jornal impresso, rádio, televisão, sites de notícias, redes sociais, aplicativos ou outros, foi pontuado massivamente que seriam redes sociais, com 89 respostas, uma porcentagem de 85,6%. Tal resultado reflete a carência de veículos de informação locais para a população, os habitantes recorrem para as redes sociais em busca de conteúdos produzidos fora do campo municipal. No mesmo tópico, foram depositadas respostas como: “boca a boca”, “povão” e “boatos de rua”. Entretanto, tais recursos podem afetar diretamente na veracidade dos fatos, caso o público não se atente às seguintes questões: quem produziu o conteúdo, se houve uma apuração do fato em questão e se existiu responsabilidade ou cuidado na propagação da informação.

### Gráficos 1 - Principais fontes de notícias locais utilizadas por Bocainenses

4-Quais fontes de notícias locais você utiliza com mais frequência?

104 respostas

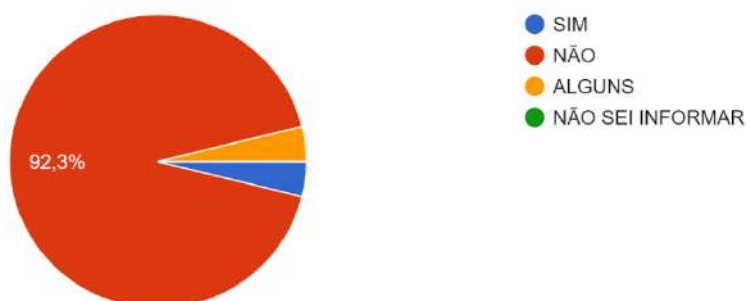


Ademais, para compreender se de fato se o município se enquadra no parâmetro de Deserto de Notícias, foram estruturadas indagações para explorar como atua o âmbito comunicacional. Com uma porcentagem de 92,3%, os cidadãos quase chegam em um consenso ao refletirem sobre não haver algum veículo que o alcance cubra os acontecimentos locais.

### Gráfico 2 - Veículos jornalísticos locais.

5-Você acredita que a cidade possui veículos jornalísticos que cobrem adequadamente os acontecimentos locais?

104 respostas

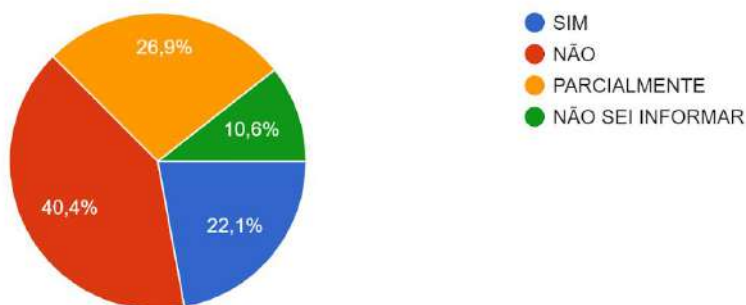


Da mesma maneira, ocorre quando 40,4% apontam a falta de emissoras de rádio locais para o noticiário diário, fica evidente que uma parte significativa percebe um “vazio” na cobertura local por parte desse meio de comunicação.

### Gráfico 3 - Emissoras de rádio

6-Bocaina tem emissoras de rádio locais que cobrem notícias locais?

104 respostas

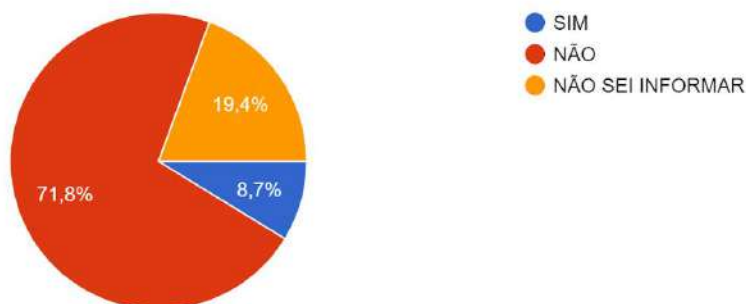


E, como foi apontado nos tópicos anteriores, existe uma carência de veículos de informação locais, nisso, 71,8% das pessoas marcaram “não” quando questionadas sobre a existência de sites dedicados à cidade.

#### Gráfico 4 - Sites de notícias da cidade

7-Existem sites de notícias locais dedicados a cidade?

103 respostas

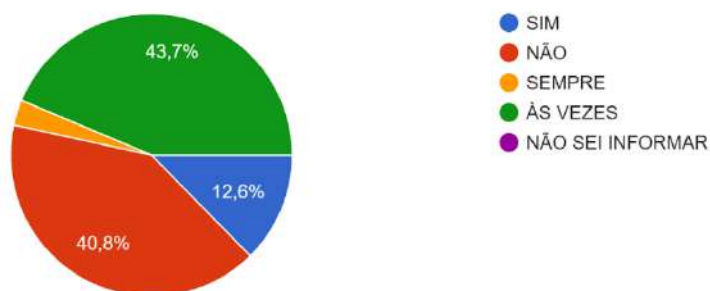


Todavia, mesmo com tamanhos desafios, 43,7% ainda conseguem se atualizar sobre eventos e acontecimentos da região; essa decorrência pode se justificar pelo considerável uso das redes sociais (também apontado anteriormente) que, mesmo sem um filtragem de fatos afetiva, acaba exercendo um papel informativo.

#### Gráfico 5 - Acesso a informações

8-Você sente que tem acesso a informações atualizadas sobre eventos e acontecimentos em sua cidade?

103 respostas



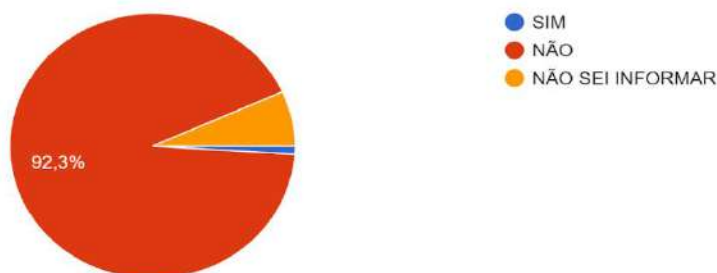


A satisfação para com a cobertura local contou com a negativa de 92,3%, com somente 1% sendo positivo com a situação e 6,7% não sabendo informar qual seria a condição da questão.

### Gráfico 6 - Satisfação de cobertura noticiosa

11-Você se considera satisfeito com a cobertura de notícias locais?

104 respostas

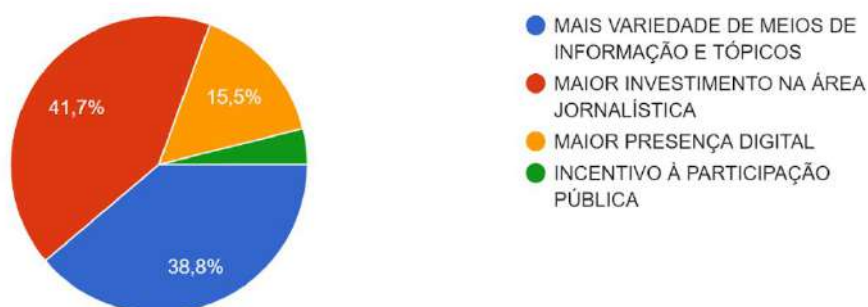


A maioria expressou o desejo de maior investimento na área jornalística (41,7%), seguido pela busca por variedade de meios de informação (38,8%) e uma presença digital mais forte (15,5%). Essas preferências indicam uma demanda por uma abordagem abrangente e moderna na entrega de notícias.

### Gráfico 7 - Desejo da cobertura de informação

12-Como você gostaria de ver a cobertura de notícias locais melhorada em sua cidade?

103 respostas

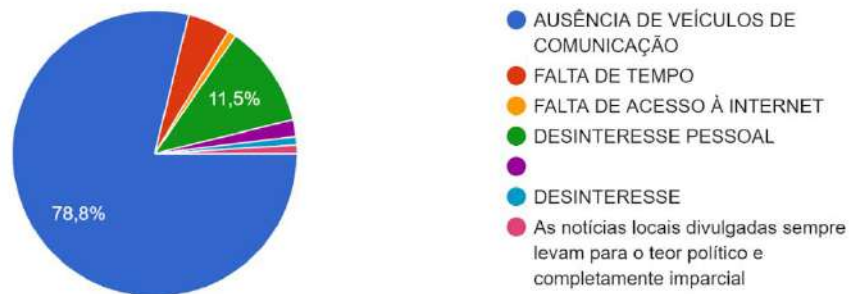


Dentre diversos desafios relatados, os participantes indicaram a ausência de veículos de comunicação locais (78,8%), destacando a importância da presença desses veículos para garantir o acesso às informações.

### Gráfico 8 - Desafios informacionais

15-Quais desafios específicos você enfrenta ao acessar notícias locais?

104 respostas



Por fim, embora a maioria (74,8%) não tenha considerado se envolver ativamente na produção ou disseminação de notícias locais, 15,5% já pensou na ideia. Isso sugere que há potencial para o engajamento da comunidade caso as oportunidades e os meios adequados sejam disponibilizados.

Logo, ponderando sobre os resultados obtidos, as percentagens significativas sugerem de maneira contundente que Bocaina pode ser efetivamente caracterizada como um "deserto de notícias". Este cenário aponta para uma preocupante lacuna na cobertura jornalística local, onde a insuficiência ou inexistência de veículos tradicionais ressalta a urgência de intervenções nesse segmento. A existência do jornalismo digital surge como uma potencial solução para preencher a carência informativa, entretanto, a falta de sites locais representa outro desafio a ser superado.

Além disso, apesar da capacidade das plataformas sociais desempenharem um papel significativo na midiatização dos acontecimentos, sua utilização não é isenta de desafios. A ausência de uma credibilidade jornalística sólida, com mecanismos formais de checagem e verificação da veracidade dos acontecimentos, coloca em questão a confiabilidade das informações difundidas por esses canais.

### Considerações Finais

Neste artigo, foi feita uma análise da distribuição e disseminação de notícias da cidade de Bocaina, para, assim, tentar identificar se a mesma se classifica na definição de deserto de

notícias e compreender a atuação do jornalismo digital e da utilização das redes sociais na midiatização de ocorrências.

Como resultado, seguindo a metodologia proposta, Bocaina se encaixa como um deserto de notícias, pois enfrenta desafios significativos em termos de cobertura jornalística local, com uma maioria considerável expressando insatisfação e desgosto com o cenário atual. Apesar da rádio local, “Imaculada Conceição”, estar em funcionamento, sua grade se resume a entretenimento musical e ensinamentos religiosos, tendo escassez de material jornalístico.

No entanto, o papel necessário desempenhado pelo jornalismo digital apresenta-se como uma possível solução, mesmo a região ainda enfrentando desafios significativos nesse quesito, é preciso destacar esse segmento pela sua modernização. Já as redes sociais, destacam oportunidades para aprimorar a comunicação na hora de distribuir notícias entre si. Mas, apesar de preencherem parcialmente esse do vácuo informativo, também trazem consigo desafios relativos à veracidade do material entregue. Em conclusão, mesmo pequeno, o engajamento comunitário ainda existe, sendo crucial a criação de mais oportunidades e investimentos para um futuro desenvolvimento do jornalismo nas terras de Bocaina.

## REFERÊNCIAS

- CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo- considerações gerais sobre jornalismo na internet**. {S.I.}: BOCC, 2001. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/4358>. Acesso em: 1 nov. 2023.
- CORREIA, M. **Internet e rádio encolhem desertos de notícias no Nordeste**. 2023. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/v5/internet-e-radio-encolhem-desertos-de-noticias-no-nordeste/>. Acesso em: 4 nov. 2023.
- COUTINHO, I. M. S.; MARTINS, C. F. D. S.; MOREIRA, S. V. Desertos de notícias na produção científica brasileira: conceito, contextos e aplicações. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 65–79, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/15744>. Acesso em: 4 nov. 2023.
- JAVORSKI, E.; BARGAS, J. A informação sobre a Covid-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 1-16, dez. 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5339>. Acesso em: 4 nov. 2023.
- Moraes, F. M. e Jorge, T.M. (2011). Gramática Hipertextual: apontamentos sobre regularidades linguísticas no jornalismo digital brasileiro. **In revista Intexto**, Vol. 1, N.º 24, pp. 103-114. Disponível em: <https://www.academia.edu>. Acesso em: 2 nov. 2023.
- MOHERDAUI, L. **Guia de Estilo e Web: produção e edição de notícias online**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação online**. São Paulo: Summos Editorial, 2003

RIBEIRO, A.; JUNIOR, J. L. F. B. Deserto de notícias: um olhar sobre a diferença de oferta midiática entre grandes centros urbanos e pequenas cidades no Paraná. **REU - Revista de Estudos Universitários**, Sorocaba, SP , v. 48, p. 1-22, 2022. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/reu/article/view/4955>. Acesso em: 10 nov. 2023.

Rost, A. (2006). **La interactividad en el periódico digital**. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Director: Lorenzo Gomis/Miquel Rodrigo Alsina. Disponível em: <https://ddd.uab.cat/record/37344>. Acesso em: 3 nov. 2023.

Salaverría, R. (2007). **Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet**. En Larrondo Ureta, A. e Serrano Tellería, A. Diseño periodístico en internet. Bilbao: UPV. Disponível em: <https://dadun.unav.edu>. Acesso em: 4 nov. 2023.

---

## Além da Rima: Análise das Obras Poéticas de Bráulio Bessa e o Orgulho de Ser Nordestino

Milene Francisca da Silva

Lana Krisna de Carvalho Moraes

Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí.

### Resumo

O objetivo do estudo é discutir como as poesias do escritor cearense Bráulio Bessa contribuem para reforçar o orgulho regional nordestino, de forma mais específica, analisar os elementos culturais e sociais que são ressaltados em suas composições e refletir como esses elementos fortalecem a construção da identidade nordestina. O referencial teórico baseia-se nas discussões sobre o orgulho de ser nordestino de Grigoletto e Nardi (2023), representações do Nordeste através da sua cultura (Santos, 2023) e a representação do sertanejo conforme seus traços e personalidades (Sousa, 2023). A metodologia: pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo e o estudo de caso. Considera-se que o orgulho em ser nordestino vai além de rimas, pois o poeta Bráulio Bessa contribui na disseminação da cultura nordestina para outras regiões, na aceitação e valorização da região.

**Palavras-Chave:** Nordeste; Sertanejo; Orgulho de ser nordestino; Poesias; Bráulio Bessa.

### Introdução

Durante muito tempo os nordestinos convivem com preconceitos e estereótipos sobre seus traços físicos, cultura, linguajar e sua região de modo geral. Apesar de ser considerada uma região rica em saberes, culinária, fauna e flora, os sertanejos foram reforçados pela própria mídia a odiarem o seu lugar, a enxergá-lo como um lugar inapropriado para viver com secas sendo castigado pelo divino. Um lugar que durante muito tempo não teve políticas públicas voltadas para prevenção dos impactos de seca e estiagem, ou até mesmo para períodos de chuvas.

Entretanto, esta “realidade estereotipada” vem mudando cada vez mais e significativamente. Um povo tido como sofredor, mas ao mesmo tempo guerreiro e que vai à luta todos os dias, em busca de uma melhor vida dentro do próprio Nordeste. O aparecimento cada vez mais frequente do poeta Bráulio Bessa na mídia, tem contribuído para que a visão do - O Nordeste é repleto de expressões e dizeres que, por vezes, só conseguem ser compreendidas na região nordestina. Expressões comumente usadas no dia a dia e

que segundo Grigoletto e Nardi (2022, p. 3) “se colocam para esses sujeitos [...] como evidentes e extremamente opacas e que dizem da sua forma de pertencimento a um determinado grupo, [...] o Nordeste”, isto é, palavras carregadas de sentidos e representações.

A metodologia usada neste trabalho foi a pesquisa bibliográfica, que segundo Severino (2013, p. 106) “aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc”, pois foi necessário buscar ideias de autores que discorrem sobre o assunto analisado neste artigo. Utilizou-se também a análise de conteúdo que consiste na análise de documentos, sejam eles quais forem e de acordo com Severino (2013, p. 105) “envolve, portanto, a análise do conteúdo das mensagens, os enunciados dos discursos, a busca do significado das mensagens” para tornar a compreensão mais fácil.

Outro método utilizado foi o estudo de caso, pois foram analisados em específico, dois poemas do escritor nordestino Bráulio Bessa. Para Severino (2013, p. 105) este método consiste “no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos, por ele significativamente representativo”, ou seja, realizar este trabalho e analisar a poesia de Bráulio, foi fundamental, uma vez que ambos retratam a representação do orgulho em ser nordestino.

Para que pudesse ser realizado esse estudo, foi necessário partir do seguinte problema de pesquisa: Como as obras poéticas de Bráulio Bessa transcendem as limitações da rima, contribuindo para a expressão artística e fortalecimento do orgulho regional nordestino? Sendo assim, o objetivo geral desta pesquisa é discutir como as poesias do escritor cearense contribuem para reforçar o orgulho regional nordestino, e de forma mais específica, analisar os elementos culturais e sociais que são ressaltados em suas composições e refletir como esses elementos fortalecem a construção da identidade nordestina.

### **Bráulio Bessa: o poeta do sertão**

Bráulio Bessa Uchoa, nascido no dia 23 de julho de 1985, na cidade de Alto Santo, no Ceará, é um poeta nordestino que, já na época de sua adolescência, interessava-se muito pela poesia e desejava ser poeta, seguindo, principalmente, o exemplo do cordelista Patativa do Assaré. Ficou conhecido por postar vídeos na internet recitando poemas com base na literatura de cordel, após criar uma página da rede social *Facebook* em 2012 chamada “Nação Nordestina”, que tem como objetivo divulgar a cultura da sua região na internet para milhões

de seguidores onde compartilhava os principais aspectos da cultura do Nordeste e ganhando o título de “Embaixador do Nordeste”.

Seus poemas foram ganhando destaque, até que recebeu um convite para participar pela primeira vez do programa da Rede Globo chamado Encontro com Fátima Bernardes, até então apresentadora do programa. Suas apresentações ocorriam semanalmente, e nelas Bessa declamava poesias apresentando a cultura nordestina sob um olhar poético.

Foi em 2014 que suas poesias ganharam ainda mais reconhecimento, pois segundo a autora Schaefer (2019, p. 4) “passaram a ser divulgadas e compartilhadas por milhares de pessoas nas mídias digitais nacionais”, gravando, pela primeira vez, poemas de escritores famosos e publicando no *facebook* como forma de respostas aos ataques que os nordestinos estavam sofrendo nas eleições presidenciais no ano de 2014. No ano de 2015, Bráulio passou a apresentar poesias autorais em seu quadro semanal, ganhando ainda mais destaque e disseminando a cultura popular nordestina e cordelista em seus poemas. Em abril de 2017, Bráulio Bessa escreve seu primeiro livro chamado “Poesia com Rapadura” através da editora CENE. Poesia com Rapadura é o primeiro livro de ficção do cordelista brasileiro Bráulio Bessa que, para escrevê-lo, teve como inspiração a poesia de Patativa do Assaré. Na segunda semana de agosto de 2017, Poesia com Rapadura figurou na 18ª posição dos livros mais vendidos na categoria ficção. Bessa em sua sinopse aponta:

Uma compilação de poemas nacionalmente conhecidos pelo público através das telas de TV, e tantos outros inéditos e guardados no coração do poeta. Um apanhado de afetos que versam do Nordeste, do amor, da fé, de tudo que há de belo na vida ou como bem diz, Bráulio Bessa: “uma ruma de sentimentos e pensamentos de um fazedor de poesias (UCHOA, 2017, p. 4).

Essa obra retrata como é ter amor e orgulho pelo Nordeste, apresenta algumas dificuldades encontradas por esse povo, mas exalta a força e as potencialidades dessa região, bem como suas originalidades principalmente no poema “Quanto mais sou nordestino, mais tenho orgulho de ser”.

Um ano depois, em 2018, Bessa lança seu segundo livro intitulado “Poesia que Transforma” através da editora Sextante, retratando tudo o que a poesia é capaz de proporcionar trazendo relatos de fãs de todos os cantos do Brasil, revelando como as palavras de Bráulio são capazes de inspirar pequenas e grandes mudanças. Este livro ficou durante diversas semanas na lista dos mais vendidos no Brasil e Bráulio se tornou

o primeiro escritor de literatura de cordel a conseguir tal feito. Em sua sinopse, Bráulio afirma:

Com mais de 30 de seus emocionantes poemas, alguns deles inéditos, Bráulio Bessa nos conta um pouco das histórias do menino de Alto Santo, no interior do Ceará, que se tornou poeta e ativista cultural. Desde o primeiro encontro com a obra de Patativa do Assaré, aos 14 anos, até a fama na televisão, ele mostra como a poesia transformou sua vida (UCHOA, 2018, p. 3).

Ainda no ano de 2018, o poeta lançou outro livro que recebeu o título de “Recomece” também publicado pela editora Sextante. O livro traz um de seus poemas mais famosos que deu o nome ao livro, este poema fala sobre a importância de recomeçar, traz um estímulo para que possamos refletir sobre a vida e através disso ter recomeços quantas vezes for necessária. No ano de 2019, o autor escreve o seu quarto livro chamado de “Um Carinho na Alma” e é publicado pela editora Sextante, onde traz poemas que servem de um acalento para a alma principalmente nos dias mais difíceis. Além de promover a nossa sensibilidade, o autor oferece o aconchego em forma de poesias.

Geralmente, os temas de seus poemas são relacionados ao cotidiano, mas ele também escreve sobre datas específicas e comemorativas, como por exemplo dia das mães, dia dos pais, natal, além de retratar a cultura nordestina e o seu povo com poesias que apresentam a sua originalidade e potencialidades, como é o caso da poesia “Quanto mais sou Nordeste, mais tenho orgulho de ser”, no qual o autor fala sobre as especificidades que só o Nordeste possui, bem como declara todo o seu orgulho sobre a sua terra natal.

Em cada um de seus livros, Bráulio sempre tenta deixar um pouco de aconchego, esperança, amor e orgulho pelo que vive e onde vive. Durante muito tempo, a região Nordeste vem sofrendo preconceitos estereotipados e ter alguém com representação social e que dissemine positivamente o orgulho que sente por ser nordestino, evidencia a importância de que se deve responder ao preconceito linguístico conhecido como xenofobia, de maneira a altura, não negando os fatos, mas ressaltando a beleza que se é ao ser desta região.

As expressões culturais e artísticas, têm desempenhado um papel constante na sociedade desde tempos antigos. Em um contexto específico, essas expressões têm a capacidade de relatar narrativas, comunicar sobre papéis sociais e até mesmo influenciar a maneira como as pessoas se comportam. No livro de Bráulio Bessa, Poesia que Transforma, a poesia se revela como um veículo capaz e eficaz para a transmissão de informações. Nesse sentido, Santos (2022, p. 3) discute que:

A arte, pode-se dizer, é um poderoso veículo de transmissão de informações que, ao mesmo tempo, pode ser um elemento de construção e



---

desconstrução de ideias, valores, representações sociais e objetos de denúncia. E essa forma de expressão cultural também revela muitos aspectos de identidade do povo representado e de seu espaço (SANTOS, 2022, p. 3).

Logo, a poesia é capaz de cumprir esse papel que a autora defende, pois é uma arte que representa a cultura do povo nordestino e ao mesmo, exalta a identidade representando o espaço e os valores. De acordo com França (2014, p. 19), “muitos romancistas transfiguram muito bem a natureza humana em suas obras [...] pois a literatura faz parte da cultura de uma sociedade”, para tanto, é necessário entendermos que ela possui não somente função artística, mas também social. O prazer da literatura pode estar presente não somente na sua estética, mas também na prática da reflexão e na contemplação de valores transmitidos por ela.

A literatura de cordel configura-se como importante meio de disseminação não somente de cultura e saberes, mas também de uma região onde muitos do seu povo teve e por outrora, ainda tem de enfrentar as mazelas advindas de questões climáticas e sociais e tudo isso ainda é recitado em poesias servindo também como desabafo. Rodrigues e Silva (2018, p. 25) consideram que:

O cordel importante instrumento de representação e manutenção da memória popular, “revelando retratos” de uma região e de uma sociedade. Ele descreve, de maneira significativa, valores, crenças e costumes de um povo em contato com o meio social, a cultural regional e a história que dá coerência aos seus atos e o faz conhecedor das coisas de um mundo local chamado Nordeste brasileiro (RODRIGUES; SILVA, 2018, p. 25).

Portanto, as autoras deixam entendido que o poeta popular se coloca como agente representante dessa memória social, onde ele reflete a realidade de seu lugar e coloca o cordel como um meio de contato social e disseminação de informações.

Na literatura de cordel do escritor Bráulio Bessa é possível observar palavras tipicamente nordestinas, onde a linguagem dos sertanejos está expressa ao passo que demonstra que o modo desse povo falar não é errado, apenas se distingue das outras regiões do Brasil. A linguagem do povo nordestino, configura-se como forma única de falar e revela se como um elemento importantíssimo nos livros escritos por Bráulio. Muito se fala sobre a representação do povo sertanejo, sobre seus modos, suas características, seus trajes e até mesmo sobre a região em si, porém pouco é dito sobre como isso se torna estereotipado por outras pessoas que não o conhecem de fato como é.

Os poemas de Bessa não possuem quantidades definidas de estrofes, variam conforme inspiração e rima do escritor. Alguns podem ser observados com menos versos e outros com mais, não havendo definição certa. A maioria de seus poemas possuem rimas

intercaladas e possuem fácil compreensão. De início Bráulio escrevia seus poemas de maneira bem parecida à forma como Patativa do Assaré escrevia os seus poemas como rimas e métricas, como já citado, por conta da inspiração e primeiro contato com a poesia que Bráulio teve.

Entretanto, com o passar do tempo, Bessa adotou seu próprio estilo de escrita adotando um modelo com mais apelo emocional que deriva tanto do seu amor pelo Nordeste, quanto pela sua sensibilidade em tratar de assuntos que fazem parte da vida das pessoas como amor, tristeza, alegria e saudade, por exemplo.

### **A representação por trás das poesias de bráulio bessa**

O escritor Bráulio Bessa tenta representar essa gente por meio de seus poemas, falando sobre suas características, suas potencialidades e originalidades de modo a diminuir esses estereótipos. Ele fala sobre as belezas, unicidades e tipicidades que a região apresenta e em alguns de seus poemas ele declara essas características falando sobre do que é feito o nordeste como no poema a seguir:

Somos a força de um povo que não cansa de lutar. Somos a voz com sotaque, somos o nosso lugar. Somos o sol na cabeça. Somos Maria, José. Somos tradição, futuro, coragem, vontade e fé. Somos quem queremos ser: criativos, misturados. Somos parte de um todo, todos somos arretados e quando estamos ausentes, vivendo em outra cidade, nos tornamos nordestinos feitos de pura saudade. Somos feitos de cultura. Somos feitos de sabores. Somos feitos de orgulho. Somos feitos de amores, amores por essa terra e um orgulho da peste de ter sido feito aqui, com o sabor do Nordeste. (Bessa, 2017, n.p).

No primeiro verso conseguimos perceber claramente o que o poeta expressa ao falar sobre de que é feita essa gente, quando ele cita “um povo que não cansa de lutar” Bráulio explicita a bravura que os sertanejos possuem, a força que eles detém para enfrentar as adversidades que a região enfrenta. No segundo verso é dito “somos a voz com sotaque”, o autor evidencia o orgulho pelo modo único de falar, sotaque esse encontrado apenas na região nordeste e ainda no mesmo verso, Bessa reafirma que esse modo de falar significa que eles são o próprio lugar.

No terceiro verso da poesia, é notória a referência às temperaturas típicas do Nordeste fazendo referência ao calor, mas sem maldizer, pelo contrário, entendendo que é natural daquela região e que mesmo assim o sujeito sente apreço por dizer que é Nordestino sem precisar se desfazer de suas raízes. Nos versos seguintes, mais especificamente quinto e

sexto, faz relação às tradições nordestinas como São João, fortes cultos aos santos, comidas típicas da região, bem como exalta a miscigenação de cores e raças presentes nos traços dos sertanejos e a coragem desse povo e a vontade de sempre lutar pelo que desejam e por um Nordeste cada vez melhor.

Podemos perceber no sétimo verso a referência a localização da região Nordeste em relação ao resto do Brasil. Quando o poema diz “somos parte de um todo”, cita os nove estados do Nordeste que é a região que possui o maior número de estados do país. No verso seguinte o autor deixa explícito o “êxodo” praticado por esse povo, fazendo referência a saída dessas pessoas para outras partes do Brasil, pois segundo a autora Ferrari (2005, p. 17) “a migração está fortemente relacionada à busca por melhores condições de vida” e quando saem sente a saudade de retornar a sua terra natal deixando esplanada a saudade do seu local de origem.

No nono e décimo verso é citado sobre duas especificidades da região: a sua cultura única e comidas típicas e tradicionais do Nordeste. É válido ressaltar sobre a identidade cultural do Nordeste porque durante muito tempo seu povo sofreu preconceito justamente pelo que os define como a própria cultura. Fialho (2006, p. 9) diz que “É através da mediação dos processos de produção e mediação de bens culturais que a identidade cultural desempenha papel importante na interação entre o sujeito, individual ou social”, logo, essa interação se dá por meio das relações estabelecidas com outras culturas principalmente nas festividades nordestinas que reúnem grande público. A autora ainda comenta:

Nos dias de hoje, traços da cultura nordestina estão presentes na culinária, nas danças, festas, até em algumas expressões e ditos populares. Falta apenas que essa rica herança cultural seja devidamente preservada e estudada (FIALHO, 2005, p. 9).

É preciso lembrar que apesar da cultura riquíssima, o sertanejo ainda possui um traço de migração fortemente ativo. Mesmo demonstrando orgulho do lugar onde nasceu e cresceu, se vê obrigado a migrar para outras regiões em busca de trabalho e melhores condições de vida, esse nomadismo é feito não somente pelo sertanejo, como cita Fialho (2006, p. 10) “os vaqueiro, tropeiros e mascates”, figuras bastante conhecidas do nordestino.

Nos últimos versos o poeta retrata o amor e orgulho que sente por sua terra, por ter nascido em um lugar tão único e diversificado. Quando Bráulio diz “com o sabor do Nordeste”, podemos obter várias designações como por exemplo a devoção aos santos como Padre Cícero, às comidas típicas como o cuscuz, a rapadura, o beiju, a carne de sol. Podemos entender esse gosto do Nordeste como as suas festas de São João, o forró. Lopes *et. al* (2017, p. 2) ainda

evidencia outros ritmos que contribuem para essa miscigenação musical quando cita “na referida região a capoeira, o maracatu, forró, frevo”. O couro que é bastante utilizado pelos sertanejos, o vaqueiro e até mesmo o sotaque que é fortemente percebido no falar do próprio Bráulio Bessa.

Esse poema de Bráulio, aborda sobre orgulho e a cultura nordeste. É notório que o poeta tenta explicitar o máximo o seu amor por sua terra natal e procura sempre ressaltar isso em cada verso de maneira que o leitor perceba do que é feito a região e que não tenha visões estereotipadas do local. Bessa, a todo o momento, ressalta sobre a cultura nordestina porque dentre todas as partes que sofrem preconceito, esta é a mais afetada principalmente pela mídia, no sentido de reforçar a imagem distorcida sobre o nordeste e os sertanejos.

Lopes *et. al* (2017, p. 2) destacam grandes nomes da literatura nordestina que, hoje, principalmente contribuem para estudos não somente na educação básica, mas também contribuíram para a formação social da região nordeste. Os autores destacam que “A riqueza cultural nordestina é bastante ampla e variada, indo além de manifestações folclóricas”, ou seja, além das histórias contadas de geração para geração, esses escritores nordestinos possuem grande prestígio nacional e internacional, como cita Lopes *et. al* (2017, p. 2) “destacam-se grandes nomes como Rachel de Queiróz, Ariano Suassuna, Patativa do Assaré, Clarice Lispector, Jorge Amado, dentre outros que contribuem para sua fortuna literária”.

É notório que o linguajar do nordestino é bastante percebido em quaisquer palavras usadas por ele, principalmente nas letras “T” E “D” quando pronunciadas. Bessa, em alguns de seus poemas, utiliza os dialetos nordestinos na hora da escrita como modo de fortalecer essa cultura e explicitar um dos principais traços dessa região: a língua. É sabido que por diversas vezes o nordestino foi corrigido por causa da sua maneira de falar, tida como errônea e muitas vezes, informal. Entretanto os autores discutem que é importante que desde a educação básica, as pessoas aprendam que existem variações linguísticas e que nenhuma é mais correta que a outra:

A língua é algo que evolui ao longo do tempo. A língua padrão é tida como correta, apesar da importância dessa variação linguística, esquecendo-se que o português advém de outras variantes no decorrer do tempo. Os falantes, por sua vez, ainda são corrigidos como se a língua falada e escrita não fosse a mesma. A escola, por sua vez, não leva em consideração que a língua trilha junto com as mudanças sociais (LOPES *et. al*, 2017, p. 4).

Por muitas vezes esse preconceito dialetal é escoriado pela mídia no sentido de manipulação ideológica, ou seja, reforça ainda mais os preconceitos sobre o modo de falar do nordestino resultando em ignorância e intolerância, uma vez que o sotaque do sertanejo é idealizado como informal. Bráulio Bessa, como já citado neste artigo, em grande parte de suas poesias e em muitos versos da mesma, fala sobre o orgulho pela região e por tudo que esteja relacionado a ela. Grigoletto e Nardi (2022) fazem um estudo com base nos dizeres tradicionais do “Orgulho de ser Nordestino”, frase como esta que é comumente estampada não somente em poesias, mas em camisetas e letras de músicas e *hashtags* de redes sociais. Para as autoras frases como essa, apontam para:

A vinculação do sujeito nordestino a coisas positivas, vindas de diferentes elementos da sua cultura: o seu jeito de ser, de falar, de agir, de se comportar, a sua arte, a sua música, a sua dança, os seus hábitos culinários, as belezas naturais da sua região, entre outros. (GRIGOLETTO; NARDI, 2022, p. 9)

Entretanto esse orgulho vai além dos pontos que possam demonstrar positividade, ou seja, mostra que esse orgulho está presente também no sertanejo que consegue resistir às adversidades enfrentadas pela região e por isso, principalmente neste momento e ainda citam:

Necessidade de afirmação do orgulho de reconhecer-se nordestino, de pertencer a um determinado grupo, a um determinado lugar, inscreve, nessa formulação, sentidos pré-construídos sobre esse sujeito e a região que ele habita. (GRIGOLETTO; NARDI, 2022, p. 9)

O poeta aqui evidenciado, possui em específico um poema que trata sobre esse orgulho de pertencimento e reafirmação intitulado “Quanto mais sou Nordestino, mais tenho orgulho de ser”. Este poema fala sobre as singularidades da região e passa, ainda mais, a ideia de que quem vive nesse local é um povo batalhador, resistente e acima de tudo um povo que luta diariamente contra os preconceitos que sofrem e as adversidades que enfrentam.

### **Resultados e discussões acerca do “quanto mais sou nordestino mais tenho orgulho de ser”**

É sabido que a região nordestina chama atenção por suas belezas naturais como praias, canyons, culinária única e principalmente pelo seu povo que ao mesmo tempo que é conhecido por sua bravura e coragem, durante muito tempo tem sofrido preconceitos e crimes de xenofobia. Para grande parte dos sertanejos, de acordo com Grigoletto e Nardi (2022, p. 12), a região é vista sob duas perspectivas: uma de caráter que remete a identificação

social, isto é, os sujeitos dessa região se identificam como “fortes, guerreiras, batalhadoras” e outra de caráter de reafirmação, logo, sujeitos “que remetem às raízes, à ancestralidade e à história do povo nordestino”, sentindo assim o orgulho não somente da região, mas de fazer parte dela.

Isso, por um lado, pode explicar o “orgulho de ser nordestino”, mas também pode mascarar muito preconceito e apagar a luta política de classe em que esses sujeitos estão imersos e de que são produto, fazendo vir à tona um discurso de resistência que coloca cada indivíduo como "um batalhador", que precisa, apesar das adversidades "da vida", seguir lutando. (GRIGOLETTO; NARDI, 2022, p. 12)

Assim podemos perceber por meio da discussão das autoras que o orgulho de ser nordestino soa mais como um discurso de resistência e bravura frente ao modo como esse sujeito é visto e representado principalmente pelas outras regiões do Brasil. Por vezes, o sujeito sertanejo foi colocado como subalterno pelas outras regiões do país, tido como burro, menosprezado e atraso do país. Apesar disso, devemos observar que a região Nordeste é destino de muitas pessoas em períodos de férias e por aqueles que se sentem atraídos pelas belezas naturais do local.

Bráulio Bessa, escritor de diversos poemas famosos, possui em específico onde retrata a região de maneira cuidadosamente orgulhosa, elencando elementos culturais e de grande identificação cultural nordestina. O poema intitulado de “Quanto mais sou nordestino, mais tenho orgulho de ser” já foi declamado em diversos lugares, inclusive no seu quadro no programa Encontro com Fátima Bernardes da Rede Globo e se encontra também no seu livro de poesias “Poesia que transforma”. A seguir podemos observar o poema e analisar cada verso que o compõe.

Sou o gibão do vaqueiro, sou cuscuz, sou rapadura. Sou vida difícil e dura. Sou nordeste brasileiro. Sou cantador violeiro, sou alegria ao chover. Sou doutor sem saber ler, sou rico sem ser granfino. Quanto mais sou nordestino, mais tenho orgulho de ser. Da minha cabeça chata, do meu sotaque arrastado. Do nosso solo rachado, dessa gente maltratada. Quase sempre injustiçada, acostumada a sofrer, mas mesmo nesse padecer eu sou feliz desde menino. Quanto mais sou nordestino, mais orgulho tenho de ser. Terra de cultura viva, Chico Anísio, Gonzagão de Renato Aragão. Ariano e Patativa. Gente boa, criativa. Isso só me dá prazer e hoje mais uma vez eu quero dizer: muito obrigado ao destino, quanto mais sou nordestino mais tenho orgulho de ser. (Bessa, 2019, n.p).

Analisando a estrutura da poesia podemos observar uma composição com duas estrofes, as rimas não possuem modelo padrão de serem compostas, entretanto conseguimos percebê-las. A poesia retrata traços físicos e comuns da região e de lugares específicos do Nordeste, cita o preconceito e adversidades naturais enfrentadas por esse povo e traz grandes nomes do cinema e da música nacional. Em cada verso citado pelo poeta, é notório a presença do orgulho em ser e de falar sobre a sua terra natal. Neste trabalho, analisaremos cada verso e a sua significância para Bráulio e para os nordestinos.

No primeiro verso, quando cita “Sou o gibão do vaqueiro, sou cuscuz sou rapadura”, Bráulio retrata elementos culturais, identitários e gastronômicos do sertanejo trazendo a simbologia deles elementos que fazem parte do dia a dia do nordestino ao mesmo tempo que enaltece, que de acordo com Fialho (2006, p. 10) “A cultura regional gera, portanto, a constituição de identidade cultural porque estabelece a correlação entre essa cultura de normas, símbolos e imagens, e os indivíduos que já estão estruturados por esses elementos”, isto é, o vaqueiro e as comidas típicas como o cuscuz e a rapadura tornam reconhecidos os nordestinos.

No verso seguinte, a poeta refere às adversidades que durante muito tempo, e ainda hoje, são enfrentadas pelo nordestino, sejam elas sociais ou naturais. Quando traz “sou alegria ao chover”, Bráulio cita a falta de chuva recorrentes na região ocasionando em secas em grandes partes do Nordeste e que remete a, como cita Fialho (2006, p. 9), “terra de um solo vermelho, rachado pelo sol escaldante” que a mídia tende a perpetuar imagens desse solo rachado, generalizando e reforçando estereótipos.

No quinto verso, Bessa ressalta o analfabetismo de uma parte da população nordestina que não sabe ler, mas mesmo assim consegue se sobressair na declamação de poemas, como por exemplo, a sua inspiração na poesia: Patativa do Assaré que não sabia escrever, mas declamava poesias e conseguiu, com ajuda de outras pessoas, escrevê-las. Grigoletto e Nardi (2022, p. 14) discutem sobre essa questão e trazem elementos de preconceitos nos quais os sertanejos têm enfrentado principalmente sobre esse verso do poema:

O sotaque do sulista é bonito, o sotaque do nordestino é feio, ser sulista é bom, ser nordestino é ruim, ser sulista é ser privilegiado, inteligente, ser nordestino é ser menosprezado, ser burro [...] constroem uma naturalização sobre essas identidades regionais [...] que carregam muito preconceito e desconhecimento sobre a cultura e os modos de ser dessas regiões, sobretudo em relação ao nordeste. (GRIGOLETTO; NARDI, 2022, p. 14)

Bráulio, nesse verso, demonstra o orgulho de ser Nordestino e consegue deixar, mesmo que de forma indireta, subentendido que mesmo com as taxas de analfabetismo que uma parte da população da região enfrenta, isso não foi motivo para que grandes nomes da poesia nordestina deixassem de “escrever” e declamar seus poemas. Não devemos romantizar a falta de políticas públicas educacionais para a região, mas ressaltar que mesmo sofrendo com dificuldades como essa, ainda sim há gente que sente orgulho do lugar onde vive

O sétimo verso do poema escrito por Bráulio Bessa, destaca os traços físicos de identidade que algumas regiões possuem como sendo comuns em determinadas regiões não somente da região Nordeste, mas do país. Quando citado “Da minha cabeça chata”, o poeta se utiliza da denominação de “cabeça-chata”, termo comumente usado de modo pejorativo por outras pessoas que não são da região para se referir aos cearenses. Sousa *et. al* (2020, p. 6), discutem que a utilização desse tipo de termo pode reforçar ainda mais estereótipos e preconceitos contra os indivíduos nordestinos e destaca “Pode, também, ser via de reforço ao preconceito contra os indivíduos, em associação a termos como, por exemplo, “cabeça-chata” ou “cabeça de tacho”, que “caracterizam” o cearense”.

É importante falarmos sobre esse tipo de insulto com “tom de brincadeira” porque durante muito tempo os sertanejos vêm sofrendo com esse tipo de alcunha, especialmente os cearenses como é o caso de Bráulio Bessa. Os traços que uma pessoa possui podem ser advindos de algo cultural, da miscigenação de vários povos e que, portanto não devem ser totalizados de modo que se torne pejorativo contra aquele povo e de acordo com Sousa *et. al* (2020, p. 6):

Como exemplo de “pluralidade de vozes”, o mesmo, pode ser interpretado como uma espécie de ofensa destinada ao cearense, em vista das características que descrevem o termo [...] esse termo não advém do cearense, mas que lhe é imposto por outras comunidades que o definem por meio de um prévio juízo (SOUSA *et. al*, 2020, p. 6).

Por vezes, um traço de identificação cultural, pois os tornam reconhecidos pelo que são e pelo que possuem. Entretanto, não devemos reforçar ainda mais estereótipos desse tipo de modo que se transforme cada vez mais em insultos, pois alguns nordestinos, neste caso, os cearenses, pode não apreciar serem identificados dessa forma.

Quando o poeta traz os versos “Quase sempre injustiçada, acostumada a sofrer, mas mesmo nesse padecer eu sou feliz desde menino, quanto mais sou nordestino, mais orgulho tenho de ser”, Bessa consegue expressar o sentimento de orgulho e gratidão ao pertencer a



Região Nordeste. Neste trecho ele consegue retratar o sofrimento que essa região enfrenta e por vezes, continua a enfrentar, mas não se deixa padecer porque são valentes e corajosos. Os sertanejos recebem denominações positivas quanto a sua garra e bravura. Sousa *et. al* (2020, p. 6) explica que essas denominações são atribuídas para os homens como “cabra macho”, ao qual podemos associar a figura de um homem “valente”, segundo os autores “cabra-macho para danar”, atributos estes associar a “força física, [...] coragem, valentia e destemor físico”. Enquanto que para as mulheres, muitos desses sinônimos também são utilizados, mas acaba reforçando ainda mais a figura masculina bem mais do que enaltecendo a feminina. Mulheres nordestinas são conhecidas como “mulher macho”, mas por sua força em vencer as adversidades por elas enfrentadas e não por serem espelhos da figura masculina.

Nos últimos versos, especificamente no antepenúltimo, Bráulio escreve “Isso só me dá prazer”, ou seja, ser nordestino não deve ser entendido, pelos nordestinos, como algo ruim, mas sim como uma região que mesmo com seus desafios naturais consegue se sobressair em diversos aspectos com exportações de grãos, grande potencial de energia eólica e solar, paisagens naturais e afrodisíacas, entre tantos outros.

Bráulio finaliza o poema dizendo “mais uma vez eu quero dizer: muito obrigado ao destino, quanto mais sou nordestino, mais tenho orgulho de ser”, ou seja, ele declama todo o seu amor pelo lugar onde foi criado e não somente agradece ao destino por ter sido nascido nordeste, mas consegue deixar subentendido que ainda que pudesse escolher nascer ou não em outra região, ainda assim escolheria ser nordestino porque sente orgulho da sua terra e da sua gente.

### **Considerações Finais**

A identidade cultural do Nordeste vem sofrendo com preconceitos sociais e midiáticos. Fialho (2006, p. 9) discute que isso se deve a “mediação dos processos de produção e mediação de bens culturais”, ou seja, diversas pessoas consomem produtos nordestino e se apropriam de alguns objetos da nossa cultura, como por exemplo o chapéu de couro vendido em outras partes do Brasil e as festas de São João. O autor discorre ainda sobre o papel que a identidade cultural desempenha, pois contribui para a interação de sujeitos.

O trabalho do autor Bráulio Bessa é importante, porque dissemina positivamente aspectos da cultura nordestina para diversas regiões do Brasil, tornando-a conhecida e ao mesmo tempo ressaltando o orgulho em fazer parte do local de pertencimento. É necessário atitudes como estas para que os estereótipos sejam diminuídos, pois segundo

Grigoletto e Nardi (2022, p. 19) o “desconhecimento e ignorância se colocam, então, como o alimento do preconceito”, pois diversas pessoas somente acompanham a região nordestina por meio de algum veículo de mídia.

Ao produzir este artigo, pôde-se perceber que o orgulho em ser nordestino vai muito além de rimas e poesias. Esse orgulho está nos dizeres, nos traços físicos, na cultura única de cada estado e principalmente, na vontade de lutar dia após dia para sentir orgulho de si mesmo e da região que pertencem. Ao dizer que sente orgulho em pertencer a região Nordeste, Bráulio não apenas expressa um sentimento sinônimo de gratidão, mas incentiva outros sertanejos a se reconhecerem e defenderem a região na qual moram.

Os objetivos deste trabalho foram atingidos quando foi destacado as contribuições das rimas de Bráulio Bessa, a partir do momento que ele traz em suas poesias o orgulho de ser nordestino e ao mesmo tempo, ajuda a quebrar os preconceitos e estereótipos que o Nordeste tem tido e tem sofrido. Podemos observar também que o problema de pesquisa foi resolvido quando, em suas composições, Bráulio explora elementos sociais e culturais, proporcionando uma experiência estética enriquecedora, mas também desempenhando um papel importante no fortalecimento do orgulho regional nordestino. A habilidade do poeta em capturar a essência da identidade nordestina, por meio de uma linguagem poética autêntica, eleva suas obras e faz com que elas remetam não somente a arte, mas também contribui para moldar e enriquecer a percepção do público sobre a riqueza cultural dessa região.

Através das análises com base nas discussões de autores sobre o orgulho de ser nordestino, pode-se perceber que esse sentimento expressa, também, uma resistência contra tudo que aparece de negativo relacionado à região nordestina, pois é uma luta de aceitação e ao mesmo tempo de reflexão principalmente para os sertanejos. Portanto, o trabalho que Bráulio Bessa faz é de suma importância, uma vez que contribui na disseminação da cultura nordestina para outras regiões e contribui na aceitação e valorização da região e das pessoas que a compõem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARI, Monia de Melo. **A migração nordestina para São Paulo no segundo governo Vargas (1951-1954):** seca e desigualdades regionais. 2005. Dissertação. (Mestre em Ciências Sociais). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2005, 169 p. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/1498/DissMMF.pdf?sequence=1&isAllo wed=y>. Acesso em: 12 de out de 2023.

FIALHO, Aline Britto. **A identidade regional nordestina nos sistemas de significação do consumo de moda**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2006, p. (1-27). Disponível em: [https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/556/Fialho\\_Aline\\_Britto.pdf?sequencia=1](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/556/Fialho_Aline_Britto.pdf?sequencia=1). Acesso em: 12, out, 2023.

FRANÇA, Mírian Sousa Medeiros de. **A Representação da identidade do Nordeste na Obra *Vidas Seca* de Graciliano Ramos**. João Pessoa: UEPB, p. 2014. p. (1-47). Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/123456789/10012>. Acesso em: 08, out, 2023.

GRIGOLETTO, Evandra; NARDI, Fabiele de Stockmans. “Orgulho de ser nordestino”: Uma análise dos modos de dizer o sujeito nordestino e os seus modos de subjetivação. **Revista Línguas e Instrumentos Linguísticos**, Campinas-SP, v. 25, n. 50, p. (1-24), jul/dez, 2022. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/lil/article/view/8670789/30760>. Acesso em: 12, out, 2023.

LOPES, Wesley Hericles Almeida. *et al.* **NORDESTE: conhecendo e valorizando sua cultura**. Paraíba: Editora Realize, ENID, 2017. Disponível em: [https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/enid/2017/TRABALHO\\_EV10\\_0\\_MD1\\_SA9\\_ID137\\_22112017114153.pdf](https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/enid/2017/TRABALHO_EV10_0_MD1_SA9_ID137_22112017114153.pdf). Acesso em: 12, out, 2023.

Região Nordeste. **Site do Instituto SEMESP**, 2020. Disponível em: [https://www.semesp.org.br/mapa/edicao\\_10/regioes/nordeste/#:~:text=O%20Nordeste%20%C3%A9%20a%20regi%C3%A3o,3%25%20das%20matr%C3%ADculas%20do%20Brasi](https://www.semesp.org.br/mapa/edicao_10/regioes/nordeste/#:~:text=O%20Nordeste%20%C3%A9%20a%20regi%C3%A3o,3%25%20das%20matr%C3%ADculas%20do%20Brasi) l. Acesso em: 12, out, 2023.

RODRIGUES, Linduarte Pereira; SILVA, Rodrigo Nunes da. A representação do homem do Nordeste no cordel. **Revista Discursividades**, Paraíba, v. 2, n. 1, p. 1-27, mar, 2018. Disponível em: <https://revista.uepb.edu.br/REDISC/article/view/880>. Acesso em: 8, out, 2023.

SANTOS, Lourivânia. Representações do Nordeste através da Cultura. **Revista Diálogos Possíveis**. Bahia: v. 8, n. 2, p. (1-8), dez, 2009. Disponível em: <https://revista.grupofaveni.com.br/index.php/dialogospossiveis/article/view/306>. Acesso em: 08 de out de 2023.

SOUSA, Francisca Inar de. et al. “Assuma seu Cearencismo”: Identidade Cearense e publicidade. **Revista Brazilian Journal of Development**. Curitiba: v. 7, n. 1, p. (1-17), jan, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/index.php/BRJD/article/download/23548/18920>. Acesso em: 16 de out de 2023.

UCHOA, Bráulio Bessa. **Poesia Com Rapadura**. Fortaleza: Editora Cene, 2017. UCHOA, Bráulio Bessa. **Poesia Que Transforma**. Fortaleza: Editora Sextante, 2019.

---

## História do fotojornalismo no Piauí: contribuições de Cristino Varão

Mikaelly Nagyla da Silva SANTOS  
Mayara Sousa FERREIRA  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### Resumo

Fotografias podem ser fontes históricas (BARROSO, 2015), a partir delas os indivíduos podem registrar momentos, transmitir informações, como também evocar memórias. O testemunho ocular do fotógrafo Cristino Varão em Picos-PI, contribuiu para a preservação de vestígios de memória e história dos picoenses. Assim, o artigo propõe investigar as contribuições da iconografia de Varão para o fotojornalismo piauiense. O acervo está disponibilizado na página do *Facebook* “Foto Varão - Memórias”. Para o desenvolvimento dessa pesquisa foi utilizado o método do testemunho ocular, de Peter Burke (2004), bem como a proposição acerca da linguagem fotojornalística entendida por Jorge Pedro Sousa (2002). Como técnica de tratamento dessas fotografias foi utilizada a análise de conteúdo, de Laurence Bardin (2016). Com a investigação, foi possível observar que a iconografia de Cristino Varão apresenta linguagem fotojornalística, ademais o seu acervo contribui de forma significativa para o fotojornalismo no semiárido nordestino, bem como ao território piauiense.

**Palavras-Chave:** fotojornalismo; Cristino Varão; fotografia; história

### Introdução

Muito antes do surgimento da fotografia, as sociedades registram momentos do cotidiano, como uma forma de conservar suas vivências ou até mesmo contextualizar sua época a partir de imagens, como acontece nas pinturas rupestres. Pense como seria para a história e para memória estudar outras sociedades sem assistência de nenhuma fonte, de nenhum testemunho que comprove experiências passadas.

A história se apropria de muitas fontes e pontos de vista para sua construção. Por muito tempo, as fontes oficiais foram predominantes como fonte base para estudo do passado. Le Goff (1990) considera que a historiografia surge como sequência de novas leituras do passado, plena de perdas e ressurreições, falhas de memória e revisões. Por essa razão, é necessário que a história possua acesso à vivência de muitas fontes, em função de uma melhor compreensão do

passado, e de modo que possa contextualizar esse passado para as gerações futuras a partir de um ponto de vista histórico.

Le Goff (1990, p.6) aponta que “a história começou como um relato, a narração daquele que pode dizer "Eu vi, senti". Este aspecto da história-relato, da história-testemunho, jamais deixou de estar presente no desenvolvimento da ciência histórica”. O autor disserta sobre o testemunho e a formação histórica com base no testemunho, a esse trabalho pretende-se compreender as contribuições do testemunho ocular de Cristino Varão sobre a história do fotojornalismo piauiense.

Para tanto é preciso que haja questionamentos sobre as fontes da história, logo documentos, imagens, palavras podem ser carregadas de preconceitos e estereótipos, pois é uma pessoa comum que relatou os fatos. Para Burke (2004) é certamente impossível estudar o passado sem toda uma assistência de intermediários, incluindo os historiadores, os arquivistas que organizaram os documentos até as testemunhas cujas palavras foram registradas. Quanto ao testemunho das imagens existem muitos apontamentos que questionam a veracidade das imagens, como dito as fontes históricas carregam preconceitos e estereótipos do outro, em uma perspectiva positivista Burke (2004) coloca que imagens podem registrar o que não pode ser colocado em palavras.

Desde o surgimento, a fotografia acompanha muitas polêmicas e questionamentos. Sousa (2002) conta que a fotografia surgiu em cenário positivista e logo foi associada como espelho do real, com os anos e as possibilidades de tratamento das fotografias e o avanço tecnológico a veracidade fotográfica passou a ser ainda mais questionada.

Partindo disso, a fotografia pode representar uma realidade, uma perspectiva, mas nunca espelhar. Com a possibilidade de manipulação das fotografias, imagens passaram a ser questionadas e para a história não deveria ser utilizada como fonte, pois para a historiografia tradicional os documentos oficiais são fontes confiáveis, como aponta Barroso (2015)

Mesmo que existam controvérsias sobre o uso da fotografia como fonte histórica, é preciso uma reflexão sobre as fontes da história. Um historiador não deve e nem pode considerar um único ponto de vista sobre um fato como único e verdadeiro, a vivência histórica é coletiva, sociedades são um campo misto e cada indivíduo possui uma interpretação própria sobre suas experiências. Assim, as fontes da história são questionáveis, não só a fotografia.

Barroso (2015) conta que com os novos estudos no campo historiográfico, esse conceito tem sido mais aceito especificamente no que se trata da micro-história, que para ser narrada não necessita do “macro”, ou seja, a história total, e assim a fotografia vem sendo cada vez mais utilizada.

Ainda assim, fotografias são consideradas testemunhas oculares. Burke (2004) aponta que imagens são registros valiosos para a reconstrução de sociedades, e da cultura de pessoas comuns. As imagens são descritas nos detalhes, e carregam muitas interpretações que podem ser entendidas rapidamente ou com uma análise mais aprofundada, precisando atentar aos contextos e as vivências de quem fez o registro.

Embora exista muitas inquietações ao testemunho das imagens, Burke (2004) disserta que imagens podem revelar detalhes de uma cultura material que para as pessoas da época seriam só dados, e tenham sido deixados de lado, a esse aspecto colocamos o testemunho das imagens como fundamental para a contextualização histórica.

Desse modo, a pesquisa objetiva fazer um estudo sobre a experiência fotográfica de Cristino Varão, de modo a entender as contribuições de sua fotografia para a história do fotojornalismo piauiense. Assim, também pretendemos colaborar com as pesquisas do fotojornalismo no Piauí, como também ampliar o estudo sobre a prática fotojornalística realizada no semiárido nordestino em períodos passados. Tendo em vista, que a problemática norteadora desse estudo, trata-se do pouco material voltado aos estudos sobre fotojornalismo, bem como o pioneirismo na pesquisa aprofundada ao material idealizado por Cristino Varão.

Vale acrescentar que a pesquisa é um recorte da conclusão de um projeto maior, desenvolvido no PIBIC (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica) junto à UESPI (Universidade Estadual do Piauí, qual seja: *NARRATIVAS DE CRISTINO VARÃO: memórias iconográficas da cidade de Picos e do fotojornalismo do Piauí*).

Iniciaremos por uma explanação do fotojornalismo no Brasil e logo em seguida ao fotojornalismo do Piauí, de modo a fazer uma contextualização do nacional com o regional para situarmos o objeto de pesquisa: as fotografias do picoense Cristino Varão. A pesquisa pretende analisar a iconografia de Cristino Varão, o material estudado está disponível tanto no Museu Ozildo Albano, como também no meio online na página do *Facebook* nomeada *Foto Varão - Memórias*. O trabalho será construído com base nas fotografias do acervo online.

A partir da análise desse material, pretende-se fazer apontamentos sobre como as fotografias de Cristino Varão, podem contribuir para o estudo do fotojornalismo do Piauí, ainda que ele não tenha desempenhado a profissão de fotojornalista no estado.

## **História do fotojornalismo no Brasil e Piauí**

O surgimento da fotografia possibilitou as sociedades artificiais para registrar momentos históricos e do cotidiano, através de imagens os indivíduos podem projetar suas trajetórias, suas memórias, suas ações e suas experiências de vida. (SOUSA, 2017). No contexto mundial, o final do século XIX foi marcado pela popularização da fotografia, as imagens tinham credibilidade sobre o fato, esse hábito fortaleceu o mercado de fotógrafos amadores, pois mesmo sem uma profissionalização tinham liberdade para fotografar diversas temáticas, culturais, sociais, econômicas e etc. Como aponta Antunes:

Com os novos hábitos de consumo adquiridos pela sociedade graças ao processo de produção em massa provocado pela Revolução Industrial, esses novos registros passaram a ser “consumidos” em larga escala em vários lugares do mundo. A linguagem visual ganhou força e a foto adquiriu o status de registro da verdade. Diferente do que era dito ou lido, a imagem não era contestada, pois se alguma coisa estava na fotografia é porque realmente existiu ou aconteceu (ANTUNES, 2007, p. 33).

Muito disso é reflexo do contexto em que a fotografia surgiu, Sousa (2002) conta que a fotografia surgiu em cenário positivista e logo foi encarada como princípio de verdade, mas com a evolução das técnicas e a capacidade de manipulação de imagens, esse conceito foi reformulado, configurando a fotografia como o retrato de uma parte da realidade e não o espelho dela. Mesmo com a veracidade imposta às fotografias a inserção delas nos periódicos e jornais foi tardia, muitos donos de jornais resistiram a fotografias na imprensa, dando continuidade apenas com as ilustrações (ANTUNES, 2007).

O princípio de veracidade trazido às fotografias não predominou no fotojornalismo, nos periódicos as imagens eram colocadas em posição inferior a fala e o texto sendo o fundamental da construção do fato. Assim, as fotografias na imprensa no início foram colocadas como complemento do texto e não como propriamente uma notícia, como aponta Antunes (2007). Fora os questionamentos do fazer fotográfico inserido na imprensa, ainda foi predominante os desafios técnicos encontrados na época. Antunes revela que.

[...] primeiros fotojornalistas enfrentavam também várias limitações técnicas, que muitas vezes os impedia de conseguir uma foto de caráter noticioso. A maior parte das fotografias era posadas, já que fotografar em ambientes mais escuros e fechados só era possível com a utilização do flash – e este denunciava instantaneamente a presença do repórter. E para que as fotos não saíssem tremidas, era bastante comum o uso do tripé, outro equipamento “indiscreto”. Além disso, as próprias câmeras eram muito grandes, o que impossibilitava que o foto-repórter se movimentasse com facilidade. (ANTUNES, 2007, p. 34).

Para centralizar o surgimento do fotojornalismo no Brasil é preciso uma explanação do contexto histórico onde o fotojornalismo estava inserido. O fotojornalismo brasileiro emerge

junto aos primeiros acontecimentos do fotojornalismo da Alemanha, é na década de 20 que os primeiros registros de fotojornalismo começam a aparecer nas redações da imprensa brasileira, Antunes (2007) conta que os primeiros fotojornalistas era formado por amigos dos donos de jornais que dispunham de uma câmera, bem como pessoas que desejavam notoriedade nas redações.

O novo causa estranheza e com o fotojornalismo não foi diferente, a chegada da fotografia à imprensa provocou muitas transformações e questionamentos de veracidade de imagens e a sua relevância perante o texto. E assim o trabalho do fotojornalista foi colocado em segundo plano, na imprensa brasileira e não era exigido uma qualificação técnica ou profissionalização da área, Antunes (2007) revela que bastava que a pessoa “soubesse tirar foto” que já o qualificaria como foto repórter.

O período em que marca o surgimento do fotojornalismo na imprensa brasileira é marcado por uma época de muitas transformações e de conhecimentos. Dando início a discussões sobre o futuro da nação brasileira e como seriam as adaptações diante a revolução industrial, Leal (2012) aponta que essa seria a entrada do Brasil na modernidade, é na década de 20 que acontece a expansão da industrialização e urbanização. E assim acontece o crescimento de duas realidades: a dos centros urbanos e o rural. Essa dinâmica movimentou as relações da sociedade com o seu meio, e os meios de comunicação passaram por adaptações para atender as demandas impostas pela modernização. Assim, o rádio, o cinema, jornais e revistas retratam o moderno (LEAL, 2012).

A colonização afetou o Brasil em muitos aspectos de sua cultura nativa, boa parte dos desenvolvimentos tecnológicos e da imprensa realizados no Brasil sofrem interferência ou predominância da cultura europeia e estadunidense. Nesse início do modernismo brasileiro, o Brasil buscou tratar suas criações como desvinculadas da cultura europeia, com o princípio de que o Brasil é um país autêntico, afirma Leal (2012). Essas heranças culturais europeias também eram trazidas à imprensa e ao fotojornalismo, no processo de criação adaptar o que já está pronto foi mais viável para a imprensa naquele momento ou até mesmo uma imposição inevitável do processo de colonização, as heranças deixadas.

Mas é na década de 40 que o fotojornalismo brasileiro passa por transformações. Antunes (2007) conta que com o fim do *Estado Novo* e com o fim da censura imposta pelo governo, em 1945, *Revista O Cruzeiro* decide reformular padrões estéticos, melhorando suas técnicas, as ilustrações gráficas e o funcionamento entre linguagem visual e linguagem verbal, a configurando como pioneira na modernização das revistas brasileiras. Leal (2012) aponta a *Revista O Cruzeiro* como a mais importante do seu setor, como a revista de maior repercussão



e longevidade. Antunes (2007) destaca outro aspecto que marca a Revista O Cruzeiro como importante marco do fotojornalismo brasileiro.

Em 1940, o fotógrafo francês Jean Manzon transfere-se para o Rio de Janeiro e se torna um dos expoentes do fotojornalismo brasileiro. Tendo trabalhado em publicações como a Paris Match, Vu e Paris Soir, ele começa a trabalhar na revista O Cruzeiro e introduz o conceito de ensaio fotográfico no Brasil. Outros foto-repórteres como David Nasser, Flávio Damm, Erno Schneider, José Medeiros, entre outros, compuseram uma geração de grande importância no fotojornalismo brasileiro (ANTUNES, 2007, p. 40-41).

O fotojornalismo passou a ser referência como fonte de informação e veracidade, o seu surgimento se deu em um contexto de guerra como citado, e assim imagens desse período passaram a ser princípios de veracidade dos fatos. Assim, a fotografia esteve cada vez mais presente na contextualização da informação, adentrando nas revistas ilustradas com um viés atrativo mas também informacional, como revela Leal (2012).

É nesse contexto que a Revista O Cruzeiro consegue marcar uma época, a revista foi responsável por construir uma linguagem visual atrativa para o período, fato que promoveu a revista como revolucionária para a época, como conta Leal (2012). A revista ganhou reconhecimento pela inserção da fotorreportagem, fato que revolucionou a construção da notícia (LEAL, 2012).

A Revista O Cruzeiro foi revolucionária em muitos aspectos, trouxe relevância para a fotografia inserida na informação, sendo capaz de mostrar um Brasil diferente, a revista trazia em suas páginas um Brasil popular que vinha de todos os cantos do país, é o que revela Leal (2012). A revista passou a ser referência para a mídia ilustrativa de revistas no Brasil, por trazer uma ousadia nunca vista na imprensa brasileira. Sempre tratando em suas ilustrações uma realidade diferente das veiculadas na época, com índios, rituais de candomblé, manicômios entre outros. Leal (2012) conta que na revista a realidade era explorada de forma espetacular.

Leal (2012) revela que a revista Cruzeiro teve um papel muito importante para a ilustração e suas páginas eram sempre preenchidas por fotografias, dentre elas estavam a de José Medeiros, ele foi um dos primeiros fotojornalistas do Brasil e um grande repórter da revista. O fotógrafo é um piauiense nascido em Teresina em 1921, teve a fotografia presente na sua vida, seu pai por muito tempo atuou na fotografia na capital piauiense.

Considerado pioneiro na reportagem fotográfica no país, José Medeiros modificou a cara do fotojornalismo brasileiro. Leal (2012) revela que Medeiros criou um novo modo de tratar a informação e a imagem, pela espontaneidade das fotografias trouxe autenticidade ao fotojornalismo brasileiro. Mesmo Medeiros sendo referência ao fotojornalismo nacional, o seu estado de origem o Piauí tem certa escassez quando se trata de documentação sobre o

fotojornalismo em si. Pela falta de incentivo a profissão de foto repórter, era exercida por fotógrafos amadores.

### **Cristino Varão: contribuições para o fotojornalismo?**

Para darmos início às discussões é preciso entender sobre o nosso objeto, nesse aspecto o Cristino Varão e sua iconografia. Cristino Saraiva Varão é um fotógrafo picoense nascido em 1916 em Picos/PI. Barroso (2015) pontua que Varão é considerado o primeiro fotógrafo da cidade ou repórter da vida dos picoenses. “Por meio de suas lentes registrou momentos marcantes da realidade local, onde fazia o seu trabalho de fotojornalismo ao registrar por longos anos os fatos que vão do simples cotidiano aos mais marcantes, contribuindo assim, com um acervo inédito para a história da cidade” (BARROSO, 2015, p.115).

Cristina Varão, filha e arquivista de sua obra, relembra em crônica escrita postumamente, momentos que viveu com seu pai e o mundo da fotografia, ela relata que acima de todas, a sua maior marca é a fotografia, e que quando lembra dele a imagem que vem a mente, é ele segurando sua câmera Rolleiflex pendurada no pescoço, e que isso era frequente mesmo fora do horário de trabalho estava sempre com câmera a postos para um clique que pudesse surgir. (VARÃO, 2009).

Assim a fotografia é mesmo uma grande e porque não considerar a maior marca do meu querido pai que abraçou esta profissão muito cedo, aos 20 anos, logo após o seu casamento o que o levou a conseguir montar, instalar, o primeiro espaço fotográfico da nossa cidade, posso dizer, ainda garoto, em um tempo que a fotografia era até desconhecida. Foi criativo, e venceu muitos obstáculos para superar a infraestrutura deficiente do seu tempo, por exemplo, a necessidade da luz elétrica (VARÃO, 2009).

Varão (2009) ainda conta que Cristino era autodidata e que gostava de se manter sempre informado, e a prática da leitura sempre esteve presente em sua vida. Entre os conteúdos que ele gostava de ler e colecionar estava a Revista *O Cruzeiro*, importante revista para o desenvolvimento do fotojornalismo brasileiro e que em suas ilustrações valorizava o trabalho fotográfico, Varão ainda tinha acesso a muitas revistas de fotografia. Esse aspecto demonstra que Cristino estava atento às tendências da fotografia e o que estava predominando no fotojornalismo brasileiro.

A fotografia para ser inserida na imprensa passou por alguns obstáculos. Sousa (2002) conta que no surgimento da fotografia era um cenário positivista e com isso, a fotografia passou a ser encarada como princípio de verdade, mas com os avanços das técnicas de manipulação e modificação em imagens esse conceito foi descartado. Assim, a imprensa levou um período

para inserir fotografias nos jornais como complemento da informação. A versatilidade informativa prestada pela fotografia foi o que impulsionou a inserção em jornais e revistas, deixando de ser secundarizada como ilustrações de texto, para a categoria de tão importantes como a escrita. (SOUSA,2002).

A competição pelo furo jornalístico ou pela rapidez na entrega da notícia foi o que fortaleceu o crescimento do fotojornalismo como conta Sousa (2002). As mudanças tecnológicas e os avanços da fotografia fizeram com que surgisse uma emergência ao fotojornalismo realizado na Alemanha nos anos vinte. A notícia tinha pressa e a escrita já não era suficiente para atingir de forma rápida e objetiva a informação, assim a fotografia passou a predominar cada vez mais em jornais e se mantém até hoje como elemento de informação.

Partindo para a análise do conteúdo mapeado, o acervo *Foto Varão Memórias*, possui ao todo 215 fotografias que incluem fotos de paisagem, de Picos em períodos passados, além de fotografias em estúdios. O acervo é organizado em álbuns com nomenclaturas que fazem referência ao conteúdo das pastas, é um acervo rico em memórias e recordações da sociedade que Cristino Varão registrou por suas lentes. A pesquisa pretende quantificar a porcentagem de quantas fotografias podem ser consideradas fotojornalismo e de que forma Cristino Varão contribuiu para o fotojornalismo piauiense.

Dentre as fotografias identificadas, 25% podem ser consideradas fotojornalismo, o que representa 50 fotografias do acervo. Um primeiro ponto de partida para essa afirmação, é a presença de Cristino Varão em eventos que movimentavam a sociedade picoinense de outrora, como o Desfile de 7 de Setembro muito retratado em suas fotografias.

Os aspectos que podem considerar Cristino como um contribuinte para o fotojornalismo piauiense é a precisão dos registros fotográficos realizados por ele. Ao fotojornalismo Sousa (2002) faz apontamentos para uma linguagem específica que gere sentido a quem a fotografia irá alcançar, isso inclui texto, enquadramento, planos, composição, dentre outros aspectos.

Partindo desse ponto, é possível identificar na fotografia de Varão muitos aspectos que conversam com o fotojornalismo argumentado por Sousa (2002). Cristino exercia a função de fotógrafo amador na cidade de Picos/PI, para tanto o seu material fornece uma qualidade profissional, com técnicas fotográficas avançadas que permeiam até hoje.

Observa-se em boa parte de suas fotografias o uso do “plano geral” que como descreve Sousa (2002) “os planos gerais são planos abertos, fundamentalmente informativos, e servem, principalmente, para situar o observador, mostrando uma localização concreta. São muito usados para fotografar paisagens e eventos de massas”. (SOUSA, 2002, p.78) Podemos observar na fotografia 1 como segue:



Fotografia 1: Independência do Brasil. Fonte: Acervo Foto Varão - Memórias (2017a)

A fotografia acima retrata o Desfile Cívico de 7 de setembro realizado na cidade picoense. O plano geral citado anteriormente é muito comum nas fotografias de eventos realizados por Varão, o plano geral pertence aos enquadramentos presentes na linguagem fotojornalística descrita por Sousa (2002). Esse plano tem por objetivo informar, e passar uma mensagem concreta ao receptor, entende-se que Varão procurou aproveitar todo o espaço a ser fotografado em uma única foto, objetivando mostrar todo o espaço mesmo que a fotografia sofra enquadramentos.

Aproximadamente 15% das fotografias, sendo um percentual que corresponde a 7 fotografias das consideradas fotojornalismos no acervo. Em eventos apresentam a presença do plano geral e também do “plano picado” que como descreve Sousa (2002) o “plano picado” acontece quando as imagens são feitas de cima para baixo, desvalorizando o objeto fotografado. A técnica pertence a linguagem fotojornalística descritas por Sousa (2002), e nela a câmera fica posicionada de cima para baixo, e isso promove um enquadramento que desfoca o objeto

fotografado, geralmente são fotografadas em pontos altos como acontece na fotografia 2 a seguir:



Fotografia 2: Desfile Cívico do Brasil. Fonte: Acervo Foto Varão - Memórias (2017b)

Como podemos observar, Cristiano apresenta pela fotografia está posicionado em um ponto alto, em um enquadramento de cima para baixo que faz captura de um grande espaço, promovendo uma visão mais ampla. A essa imagem Varão também fez uso do “foco de atenção”, técnica muito utilizada por fotojornalistas em que consiste em fazer um enquadramento que direciona o foco apenas para uma área específica ou a um objeto, como aponta Sousa (2002). Na fotografia acima, Varão procurou desviar o foco da atenção da ambientação completa e focou apenas no centro, o motivo a ser fotografado.

Muito da interpretação fotográfica está no ângulo e no enquadramento e isso parte de profissional para profissional, Cristiano faz uso de “reenquadramentos”, que, como aponta Sousa (2002) esse é um exercício frequente na fotojornalismo, pois assim pode concentrar-se a atenção do observador no motivo e retirar da imagem elementos que desviem o olhar do que é importante. Como segue na fotografia 3 abaixo:

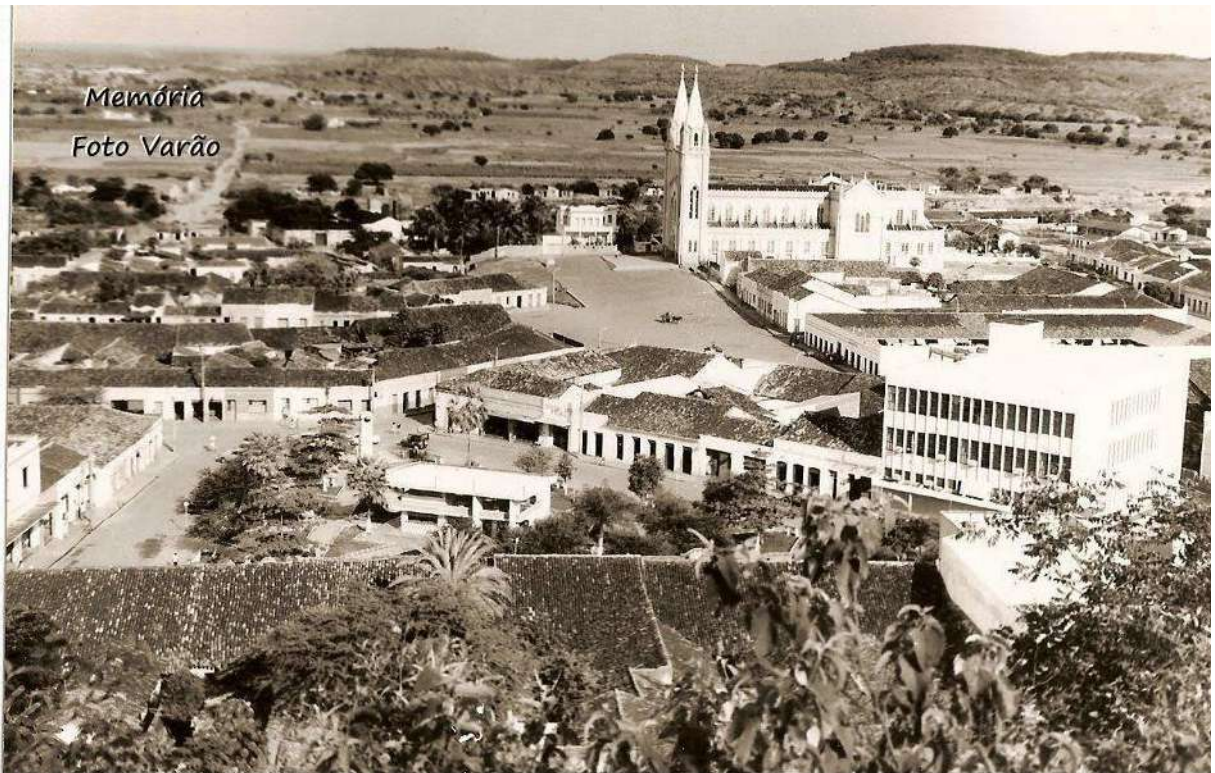


Fotografia 3: Feira livre e venda de alho. Fonte: Acervo Foto Varão - Memórias (2016a)

A fotografia apresentada demonstra o que descrevemos acima, o uso de reenquadramentos objetivando focar em um detalhe ou objeto específico. Na imagem Varão desvia o olhar dos arredores da feira e foca apenas no vendedor de alho e na sua venda, com o feito a fotografia consegue passar que Cristino procurou dar ênfase à venda do alho na cidade picoense.

Se pararmos para analisar, isso transcende muito do contexto em que Varão estava inserido, Picos/PI já era um polo comercial do interior piauiense como aponta Barroso (2015) e a cultura do alho e da venda desse produto era muito presente na vida dos picoenses, esses reflexos estão presentes no acervo iconográfico de Cristino Varão.

Nesse aspecto faremos alguns apontamentos desse contexto que Varão estava inserido, principalmente o ambiente tecnológico em que os registros fotográficos estão ambientados. Além das fotografias em eventos Varão possui um acervo muito amplo da cidade de Picos-PI em períodos passados, ele faz muitos registros de pontos turísticos da cidade e do setor comercial como retratados na fotografia 4 a seguir:



*Fotografia 4: Praça Félix Pacheco. Fonte: Acervo Foto Varão - Memórias (2015a)*

No período em que estão ambientadas as fotografias de Cristino, Picos passava por transformações tecnológicas e urbanísticas que promoveram o crescimento comercial da cidade. Nessa época, foi realizada uma proposta de integração em que foi construída a BR 230, a Transamazônica, e o primeiro Plano Diretor Nacional, segundo Lima (2019). Uma parte considerável dessas transformações foram registradas pelas câmeras de Varão. Mesmo com desenvolvimento urbanístico lento, a cidade de Picos era banhada por um rio sazonal o que despertou interesses mercadológicos.

Barroso (2015) coloca Varão como o primeiro fotógrafo e repórter da vida dos picoenses, e em muitas de suas fotografias é notória a ausência de pessoas. Barroso (2015) revela que esse fator é consequência dos desafios tecnológicos enfrentados por ele, pois as câmeras da época tinham dificuldade em capturar movimentos e por isso Varão fazia fotografias em momentos que não tinha a presença de pessoas, dando uma interpretação de “cidade fantasma”.

Mesmo com as limitações tecnológicas impostas a Cristino, nunca foi empecilho para que continuasse com seu trabalho de fotógrafo, esse aspecto trouxe ao que o seu material representa hoje para a cidade de Picos/PI um acervo rico de memórias e de histórias que os livros não foram capazes de retratar. Ainda assim possibilitou que a prática do fotojornalismo

no semiárido piauiense não fosse descartada, pois como analisado o seu material possui linguagem fotojornalística mesmo que não exercia a função na época, contribuindo assim como um grande papel de historiador para o fotojornalismo e para a vida dos picoenses.

### **Considerações**

O acervo iconográfico publicado na página do *Facebook* Foto Varão Memórias se trata de um acervo com registros da cidade de Picos-PI nas décadas de 1960 e 1970 com fotografias de áreas urbanas da cidade, como também do cotidiano picoense, na vivência de eventos e festividades locais. O material possui aspectos que contribuem para o entendimento da construção fotojornalística do estado do Piauí, bem como para a região do semiárido piauiense.

A fotografia carrega em sua natureza recortes da realidade, assim o passado torna-se mais vivido a partir delas. O acervo “Foto Varão Memórias” em suas imagens traz histórias que podem ter sido esquecidas, ou ocultadas. A fotografia possibilita a experiência mais vívida do fato, assim, o material idealizado por Varão carrega um peso histórico ímpar para a história e memória de Picos, como também para o fotojornalismo do estado.

Com a pesquisa foi possível identificar a contribuição de Cristino para a memória coletiva da cidade picoense. O seu material possui forte presença da linguagem fotojornalística. Assim, entende-se que as contribuições iconográficas feitas por Cristino para o fotojornalismo são de extrema importância, uma vez que os materiais que tratam do fotojornalismo no Piauí são escassos.

Compreendemos que Cristino mesmo sendo um fotógrafo amador estava atento às tendências das fotografias, e fez uso disso no seu material realizado em Picos, e com isso foi capaz de desenvolver o papel de fotojornalista de sua época mesmo não atuando na área.

### **Referência Bibliográfica**

ANTUNES, L.C. **Panorama do Fotojornalismo Análise das fotografias de Evandro Teixeira**. Tese TCC - Universidade Estadual de Viçosa, UEV, Minas Gerais, 2007.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem**. Tradução de Vera Mara Xavier dos Santos. São Paulo: EDUSC. 2004.



BARROSO, Livia. A fotografia como fonte histórica: a cidade de Picos/PI nas lentes do fotógrafo Cristino Varão. **Olhares Múltiplos**, João Pessoa, p. (110-127),2015. Disponível em: <http://www.editora.ufpb.br/> Acesso em: 31 Outubro 2021.

SOUSA FILHO, C. **Mudanças e permanências do fotojornalismo em o Dia na era digital**. Pós-Graduação - em Comunicação (PPGCOM), Teresina, 2017.

FOTO VARÃO MEMÓRIAS. **Independência do Brasil**. Picos, 10 fev. 2017a. Facebook: Foto Varão - Memórias. Disponível em: <http://www.facebook.com/fotovaraomemorias>. Acesso em: 10 de agosto de 2022.

FOTO VARÃO MEMÓRIAS. **Desfile Cívico do Brasil**. Picos, 16 jul. 2017b. Facebook: Foto Varão - Memórias. Disponível em: <http://www.facebook.com/fotovaraomemorias>. Acesso em: 10 de agosto de 2022.

FOTO VARÃO MEMÓRIAS. **Feira livre e a venda de alho**. Picos, 25 out. 2016a. Facebook: Foto Varão - Memórias. Disponível em: <http://www.facebook.com/fotovaraomemorias>. Acesso em: 10 de agosto de 2022.

FOTO VARÃO MEMÓRIAS. **Praça Félix Pacheco**. Picos, 25 out. 2015a. Facebook: Foto Varão - Memórias. Disponível em: <http://www.facebook.com/fotovaraomemorias>. Acesso em: 10 de agosto de 2022.

LIMA, J. G. **O chão do sertão em transformação: interações espaciais e reestruturação urbano-regional piauiense**. Pós-Graduação - Concentração em Desenvolvimento Regional, UNISC, Santa Cruz do Sul, 2019.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Tradução de Bernardo Leitão, et al, Campinas: UNICAMP, 1990.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Porto: 2002.

VARÃO, Cristina. **Lembranças do meu pai**. Recanto das Letras, 2009. Disponível em: <https://www.recantodasletras.com.br/homenagens/>. Acesso em: 9 Novembro 2021.

# GT 04



## Direitos, políticas públicas e desenvolvimento social

O Grupo de Trabalho recebe estudos de natureza teórica, analítica ou empírica e tem natureza interdisciplinar, uma vez que direitos, políticas públicas e desenvolvimento social devem acompanhar todas as áreas. Trabalhos que versem sobre ações afirmativas, meio ambiente, habitação, proteção de crianças e adolescentes, educação, participação social, saúde, pessoas com deficiência, questões fundiárias urbanas, migração, relações de trabalho, desenvolvimento humano e outros contemplam a proposta.

### Coordenação



Profa. Dra. Maria Carmem Bezerra Lima  
Prof. Me. Francisco Antonio Gonçalves de  
Carvalho



## **“É de todos”? Entre a inclusão e a exploração da imagem negra na campanha publicitária do cartão de todos em 2023**

Mikaelly Nagyla da Silva SANTOS  
Universidade Estadual do Piauí, Picos, Piauí

### **Resumo**

O presente artigo pretende fazer uma análise crítica sobre a campanha publicitária “Cartão de TODOS é da família” do ano de 2023, em que serão feitos apontamentos sobre o uso inclusivo ou exploratório da imagem do negro na mídia. Como percurso teórico, faremos apontamentos com base em Collins (2019) e Moscovici (2007) com um estudo pautado nas imagens de controle e o papel de influência da mídia. Como recurso metodológico, será realizado com base na análise categorial disposta por Bardin (2016). Entende-se com a pesquisa que a tentativa de inclusão imposta pela marca não consegue ser sustentada, pois como aponta a análise de suas postagens considera-se que as mensagens são de cunho exploratórias, na qual naturalizam a imagem do negro em um cenário de pobreza e escassez, fundamentando as imagens de controle que permeiam desde o período escravocrata.

**Palavras-Chave:** cartão de todos; imagens de controle; marketing; inclusão; negro

### **Introdução**

Na contemporaneidade, as grandes marcas do mercado tentam alinhar suas campanhas publicitárias às exigências da diversidade racial em seus conteúdos. Embora exista a necessidade de inclusão e de mercado, as marcas ainda preservam características e ações que provocam questionamentos sobre a real intencionalidade de suas campanhas. A exemplo, são campanhas que conservam estereótipos da imagem negra, não contemplando de fato aquela que a comunidade se sente representada.

A sexualização do corpo negro e as representações em ambientes de pobreza são exemplos comuns de estereótipos trazidos em campanhas publicitárias. Moscovici (2007) discute sobre o papel de influência da comunicação nos processos de representação social e também como essas representações se tornam senso comum. E, assim, cabe a pensar de que forma as representações sociais estão sendo construídas pela mídia, o que o senso comum tem consumido no que está pautado na mídia e em campanhas publicitárias?

Pensando nesses questionamentos, a pesquisa pretende compreender esses processos comunicacionais envoltos de campanhas publicitárias que trabalham a imagem negra na sociedade e como o negro é representado em campanhas de marketing. Hall (2006) faz uma discussão sobre a identidade na pós-modernidade, em que considera que estas identidades estão “descentralizadas” ou “fragmentadas”. É evidente que com as atualizações sociais e com as revoluções industriais e tecnológicas que muitos conceitos e teorias passem por transformações, afinal a humanidade está em constante evolução.

Hall (2006) evidencia ainda que há fragilidades nos estudos sobre identidades, pois ainda não é muito difundido na modernidade pelas ciências sociais, mas que, ainda assim, é possível identificar fragmentos sobre a identidade social e como isso vem sendo representado na contemporaneidade.

Trazendo esse apontamento para a pesquisa aqui fundamentada, as grandes marcas do mercado em suas peças publicitárias buscam construir uma identidade seja ela visual ou social, isso faz parte da construção mercadológica de qualquer marca. Entretanto, na sociedade contemporânea o negro vem sendo inserido cada vez mais em campanhas publicitárias como forma de inclusão social a todas as etnias. Embora seja observada essa inclusão, cabe questionar: até que ponto essas campanhas são inclusivas ou exploratórias?

Podemos observar que em boa parte das campanhas publicitárias em que o negro foi utilizado como ferramenta de representatividade não houve boa repercussão ao público. A exemplo a campanha de Dia dos Pais no ano de 2018 da marca de perfumaria O Boticário, em que na campanha a empresa recebeu diversos comentários racistas e de falta de representação. Não é de hoje que a internet se tornou um ambiente de destilação de ódio e a repercussão negativa dessa campanha reflete bem isso.

O percurso metodológico desta pesquisa parte da pesquisa bibliográfica e qualitativa, Severino (2007) tendo como técnica a análise de conteúdo Bardin (2016) descreve que quando se fala em comunicação pretende-se entender para além dos seus significados imediatos sendo necessário a análise de conteúdo. Dessa maneira, a pesquisa compreenderá de que forma a campanha publicitária do Cartão de TODOS de 2023 vem sendo inclusiva quando se trata do negro na mídia, bem como entender a intencionalidade dessa campanha que busca incluir a imagem negra. Essa ideia será fundamentada na campanha atual da empresa Cartão de TODOS, em que o slogan da marca traz “Cartão de TODOS é da Família” e na peça da propaganda tem como protagonistas os atores Lázaro Ramos e Taís Araújo, como a representação da família brasileira.

### **Representação, influência e a maquiagem da inclusão**

Quando se fala em representações Moscovici (2007) descreve toda interação humana como um pressuposto das representações, sejam elas entre duas pessoas ou um grupo de pessoas, e que essas representações estão em todos os espaços, e essas representações se torna familiarizadas no primeiro momento em contato com elas. Experiências como essa descrita são constantes na nossa sociedade, em todos os ambientes pode-se identificar representações que absorvem uma coletividade.

É compreensível que com os anos, com a mudanças de ambiente os indivíduos passem por transformações e adotem pensamentos e ideologias diferentes e isso pode ser determinado por suas relações sociais, representações e as influências as quais essa pessoa se identifica. Moscovici (2007) destaca a perspectiva da natureza da mudança em que as representações sociais podem influenciar o comportamento de indivíduos que participam de um coletivo. Isso não é algo que surge na contemporaneidade desde as primeiras civilizações que os indivíduos se subdividem em grupos aos quais compactuam com sua cultura e os mesmos ideais.

Trazendo essa abordagem para a sociedade atual, vivenciamos a era da pós-modernidade e é com efeito que as mudanças no comportamento dos indivíduos se tornaram ainda mais presentes. Hall (2006) faz um apontamento sobre a identidade fragmentada do indivíduo moderno, um conceito que aborda a adoção de novas identidades e que as velhas identidades estão sendo deixadas para trás e que a cada momento surge uma nova identidade que é capaz de modificar o indivíduo.

“Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados (HALL, 2006, p.9).”

Sobre esse exposto Hall (2006) apresenta três concepções da identidade, que são elas: sujeito do Iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno, em que o primeiro seria um sujeito totalmente centrado, unificado, dotado de capacidade de razão que consistia em um centro que surgia no nascimento e persistia durante a existência do indivíduo. O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa. No segundo o sujeito sociológico é a concepção de que o núcleo interior individual não era auto suficiente e assim era formado pela relação com outras pessoas “importantes para ele” que mediarão para o sujeito os valores, sentidos e símbolos - a cultura - dos mundos que ele/ela habitava. E o terceiro e último, o sujeito – pós moderno das identidades abertas, contraditórias, inacabadas, e fragmentadas presentes na pós modernidade que:

definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (HALL, 2006, p. 13).

A compreensão de uma identidade fragmentada e possível de mudança aponta para uma discussão ainda maior, a da influência, seja a da mídia, a da coletividade ou a de líderes que propagam ideias a grandes públicos, como por exemplo os influenciadores digitais. Nesse percurso entre influência, mídia e a ânsia pelas vendas as marcas do mercado apostam toda sua campanha publicitária em personagens já influentes na mídia como forma de agregar valor e identificação ao seu público. Mas será que essa tática funciona? É isso que vai trazer o sucesso nas vendas de um produto?

Nessa discussão buscamos entender o papel desses influenciadores e de que forma essa marca vem representando a imagem negra, e como o uso de influenciadores negros ajudam na construção dessa imagem inclusiva ou será exploratória do negro? “Quando se trata de influenciadores digitais da contemporaneidade, o influenciador comercializa não apenas banners em seu blog ou negocia posts e vídeos pagos em que fala de marcas parceiras, mas monetiza a sua própria imagem. Assim, aceita-se o Eu como uma commodity” como aponta (KARHAWI, 2016, p.42).

Essa venda da própria imagem como mercadoria é algo muito experienciado por influencers e por grandes nomes da mídia. “As tecnologias atuais e as redes sociais permitem que qualquer usuário produza conteúdo em suas redes, entretanto a diferença entre um internauta comum e um influenciador digital é que o seu conteúdo é feito de forma temática e constante” (KARHAWI, 2016, p.42).

Além do investimento em influenciadores digitais, celebridades e grandes nomes da mídia as marcas buscam construir narrativas em suas peças publicitárias. O objeto de estudo em questão traz em sua campanha dois atores negros, já conhecidos da mídia por atuarem em séries, filmes e novelas nacionais, que na campanha interpretam algumas séries de episódios de uma família tradicionalmente brasileira e negra. A campanha aqui citada é da empresa Cartão de TODOS do ano de 2023 do slogan “Cartão de TODOS, é da família”.

O contexto em que é inserido os atores, é de uma família genuinamente negra em que nos episódios da série vivencia momentos do dia a dia onde fazem uso do produto divulgado. Mesmo tratando de dois atores com presença forte na mídia nacional, destacamos o estudo da

campanha mencionada, em que se trata de todo material veículado nas redes sociais, *Facebook* e *Instagram*.

Karwahi (2017) defende que o termo influenciador digital passou a ser usado mais comumente, no Brasil, a partir de 2015. Um dos principais motivos pode estar atrelado à entrada de novos aplicativos na esfera de produção desses profissionais que deixaram de se restringir a apenas uma plataforma. As multiplataformas digitais levaram a difusão do termo onde os blogueiros deixaram de atuar só em blogs, e os *youtubers* migraram para outras plataformas e não somente gravando vídeos para o *youtube* (KARWAHI, 2017).

Entende-se por influenciador digital “aqueles que têm algum poder no processo de decisão de compra de um sujeito; poder de colocar discussões em circulação; poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede” (KARWAHI, 2017).

Pensando assim, mesmo os personagens dessa narrativa publicitária não sendo influenciadores digitais como profissão, ainda assim a sua imagem associada ao produto e a potencialidade de venda pode influenciar pessoas a aderir a determinado marca a qual estão representando, logo gera o senso comum e a identificação entre os consumidores, pois passam a associar o produto a imagem da celebridade ou personagem utilizado

Com base na discussão apresentada cabe confrontar as redes sociais e os elementos que constituem o ciberespaço e de que forma isso impacta nas estruturas sociais. Recuero (2009) considera que as redes sociais são formadas por elementos que formam uma base para que a rede seja percebida e as informações apreendidas. As redes sociais são como na sociedade, o mundo externo chamado, a diferença está principalmente na sua propagação em larga escala e o seu alcance em atingir uma grande massa em poucos segundos.

Recuero (2009) destaca sobre os “atores” sociais como um primeiro elemento da rede social, e que esses atores seriam o “nós” (ou nodos), trata-se das pessoas que estão envolvidas nessas redes ou a uma em específico.

Inicialmente, não são atores sociais, mas representações dos atores sociais. São espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade. Assim, um primeiro aspecto relevante para este estudo é a característica da expressão pessoal ou personalizada na Internet (RECUERO, 2009, p. 25).

Esses aspectos formam o que chamamos de ciberespaço, onde são construídas relações sociais que envolvem todos os conceitos da sociedade, onde as pessoas se expressam, opinam, se identificam, discutem e assim formam suas bolhas partindo de particularidades que os diferem ou os agrupam, entre etnias, ideologias e pensamentos que compactuam entre si. Com

toda essa dimensão do ciberespaço e das narrativas que pautam a sociedade, entender as representações das diversidades em campanhas publicitárias torna-se ainda mais necessário.

Nessa mesma linha de pensamento surge uma outra discussão: a da imagens de controle. Esse conceito é trazido por Collins (2019) em que a autora descreve que existem imagens de controle criadas sobre os negros e que elas permeiam na sociedade, o que a autora pretende dizer com o conceito é o de que existem imagens, estereótipos que são conservados sobre os negros desde a escravidão. Essas imagens de controle geram o que chamamos de opressão, Collins (2019) afirma que as ideologias racistas e sexistas permeiam nas estruturas sociais de forma hegemônica, e acabam por se tornarem naturais, normais e inevitáveis.

Entender essa perspectiva traz uma ideia clara do que acontece frequentemente nos espaços da sociedade, mas em específico no que essa pesquisa busca entender o uso da imagem negra em campanhas publicitárias. O objeto em questão traz no seu histórico como empresa de cunho popular, acessível “para todos”, entretanto o que provoca questionamentos é o frequente uso de negros em suas peças publicitárias, como na campanha atual de 2023 em que trabalha com atores negros. O que parece ser inclusivo, também faz questionar até que ponto é uma inclusão.

Uma outra referência dos estudos feministas e raciais, bell hooks (2019) evidencia que “ao abrir uma revista ou um livro, ligar a TV, assistir a um filme ou olhar fotografias em espaços públicos, é muito provável que vejamos imagens de pessoas negras que reforçam e reinstituem a supremacia branca” (hooks, 2019, p. 28). A autora ainda descreve os impactos desse racismo na própria mente de muitas pessoas negras, pois por muitos anos sendo condicionadas a um sistema educacional racista e de supremacia branca, em conjunto a uma mídia racista, acreditam que não são dignas de reflexões e de uma análise crítica (bell hooks, 2019). A autora faz uma crítica de que o negro já está tão condicionado nessa educação a qual permeia por anos, que acha normal e isso tem se tornado algo banalizado na mídia e na sociedade.

Trazer o negro em uma perspectiva de pobreza, constrói uma imagem de controle de que é pros negros pois os negros são pobres, essas são as imagens de controle descritas por Collins (2019) são imagens trazidas desde a escravidão de que negros são sinônimo de pobreza. E quando esse estereótipo está impregnado não só nas estruturas sociais como também dentro das redes sociais é algo preocupante, nos primeiros passos desse estudo observa-se essas características presentes na campanha a ser analisada e assim a pesquisa pretende compreender os demais aspectos que permeiam essa narrativa.



### **Cartão de TODOS é de todos?**

A pesquisa fez um levantamento de postagens tendo como base o primeiro ano de lançamento da Campanha “Cartão de TODOS é da Família”, onde foram analisadas 12 postagens realizadas entre os meses de janeiro a novembro do ano de 2023.

Em consideração aos pressupostos da presente pesquisa, pretende-se compreender até que ponto a campanha abordada é inclusiva ou exploratória quando se trata do uso da imagem negra em campanhas de marketing, bem como entender de que forma a empresa dispõe de uma influência sobre a construção do negro na sociedade.

A empresa aqui estudada já apresentava em suas criações de publicidade antes mesmo do lançamento da atual campanha o uso da imagem negra em suas postagens da rede social *Facebook* e *Instagram*, a essa pesquisa adotamos as postagens presentes em ambas redes sociais, é válido ressaltar que são mídias compartilhadas em ambos, ou seja, os posts estudados estão presentes em ambas plataformas digitais.

Voltando ao objetivo da pesquisa proposto, em que busca-se entender até que ponto a campanha publicitária adotada pela empresa se configura como exploratória ou inclusiva sobre o uso da imagem do negro na mídia. Com base nos estudos de Bardin (2016) foi realizada uma categorização dessas postagens, divididos em duas categorias temáticas: exploratória e inclusiva.

Dentre as postagens selecionadas e analisadas foi possível observar que a imagem do negro está presente em todas elas, o que nos traz o questionamento, não do por que ser negro, mas sim do porque sempre um negro? E aqui tecemos um estudo sobre a exploração e apropriação da imagem do negro vinculada a empresa. Anteriormente, discorremos sobre as imagens de controle descritas por Collins (2019) em que ela fala das imagens construídas e enraizadas na mídia do que o negro é, e deve ser de acordo com os padrões pré estabelecidos.

A essas postagens considera-se que a imagem de controle trazida é a de vincular a imagem do negro a pobreza e a escassez, isso em consideração que a empresa é de cunho popular e carrega um slogan de acessível e de fácil acesso a benefícios e serviços de baixo custo. Para melhor compreensão do que vem sendo discutido trouxe uma das postagens em que transparece a presença de uma exploração de imagem, bem como uma forma de controle que coloca o negro em uma visivelmente imagem enraizada e associada a pobreza.

Imagem 1



Fonte: Facebook Cartão de TODOS

Observe como a temática do post se trata de doação de brinquedos, em que a imagem dispõe de uma criança negra visivelmente com poucos recursos financeiros, descalças brincando pelas ruas. Será que o uso de uma criança branca conseguiria transmitir a mesma mensagem? O post deseja fazer um apelo a doação de brinquedos ou fortalecer que o negro pertence a um cenário de pobreza e por isso precisa ser usado a esse post?

São muitas perguntas, e o que essa pesquisadora percebe é que a cada postagem pensada pela empresa e toda a sua estruturação de marketing faz uma construção da imagem do negro com traços de racismo e de exploração quando se trata do negro na propaganda. Seguindo com a categorização idealizada, a seguir dispomos de um post que dos demais pode-se considerar que a empresa fez uso da inclusão social que carregam no seu slogan “Cartão de TODOS é para todos” em que ocorre uma mistura de personagens de forma diversificada.

Imagem 2



*Fonte: Facebook Cartão de TODOS*

Perceba em como acontece uma variação de tons de pele e em como a imagem foi utilizada de forma inclusiva, afinal a campanha propõe que é um cartão popular e que atende a todos, não somente aos negros. Com a pesquisa, observa-se que o argumento de existir uma utilização de imagem do negro inclusiva não consegue ser sustentada, pois dentre as 12 postagens analisadas todas elas fazem uso da imagem do negro associada a propaganda da marca sendo consideradas por esta pesquisadora mais exploratória do que inclusiva, isso em alusão a todo o contexto que a marca é inserida, seja qual, popular, acessível, baixo custo em que todos esses acertos são voltadas para uma minoria da sociedade.

### **Considerações e alguns apontamentos**

Aqui iniciamos uma discussão que ultrapassa as fronteiras da marca e do produto, pautamos sobre construção social, e o racismo presente na mídia, e que é alimentado pela sociedade. Estamos falando de uma tentativa de inclusão social da imagem do negro dentro de uma campanha publicitária em que deixa a desejar quando se trata de inclusão, logo percebe-se que o cenário inserido o negro carrega maelas antiga que são impostas pelo racismo.

A sociedade está tão condicionada a tal prática que em muitas partes, episódios como esses é passado despercebido, logo é algo naturalizado e o próprio negro aceita a condição imposta e associada a sua imagem. Quando pautada a discussão de “imagens de controle”

tratamos de fortalecimentos de imagens que foram associadas aos negros ainda no período escravocata e que permeia na pós modernidade.

Pensando assim, a fundamentação tem uma base forte de estudo da mídia e em como vem sendo naturalizado traços de preconceito dentro de plataformas digitais. Mas ainda assim, a pesquisa não pretende rebaixar a marca, ou fazer chacota com sua publicidade, pois se trata de uma análise crítica para como o material produzido pela empresa que de alguma forma apresenta um olhar atento ao mundo que estamos inseridos e ao que está sendo propagado e consumido pela grande massa, isso em consideração ao alcance da própria empresa analisada, pois se trata de uma marca nacional que está presente nos quatro cantos do país, tornando-se assim um estudo pertinente envolto de campanhas publicitária.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. São Paulo: Boitempo, 2019.

HALL, Stuart A **identidade cultural na pós-modernidade Stuart Hall**; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro-11. ed. -Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

hooks, bell. **Olhares negros raça e representação**. 1ª ed. São Paulo: Elefante Editora, 2019.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria**. São Paulo : ECA/USP, p.39-58, 2016

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discursão**. Revista Comunicare, v. 17, p. 47-61, .2017.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 5a ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007

OLIVEIRA, Thamyres Sousa de. **O jornalismo piauiense e a censura em tempos de estado novo**. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM). UFPI -Teresina, 2016.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ªed. São Paulo: Editora Cortez, 2007. 66-122

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

## **O jovem a caminho da fé: a comunitarização do grupo Apostolado de Oração em São Luís do Piauí**

Layanne de Sousa RODRIGUES  
Evandro Alberto de SOUZA  
Universidade Estadual do Piauí

### **Resumo**

A fim de descobrir os impactos da comunicação comunitária em meio aos jovens e a comunidade, o presente artigo busca compreender como funciona a comunicação dentro do grupo Apostolado de Oração (AO), em São Luís do Piauí (Sertão piauiense). Deste modo, por estar inserida em ambos grupos, tanto como membro ativo do AO, e moradora da cidade, se torna necessário buscar desvendar como a comunicação comunitária auxilia na divulgação do grupo? De que maneira as novas ferramentas tecnológicas podem ajudar com a propagação da fé cristã católica? Assim, seguindo os fundamentos de Sousa (2006); Peruzzo (2006) e Machado (2010) constrói-se o balizamento teórico do artigo, assim o principal método usado foi o da pesquisa bibliográfica, proposto por Gil (2002), juntamente da coleta de dados através de entrevistas. Portanto, chegando a considerar a importância das mídias digitais para a Igreja Católica e sua maior inserção comunitarista em São Luís do Piauí.

**Palavras-Chave:** Comunicação; Comunicação Comunitária; Apostolado de Oração; São Luís do Piauí; Mídias Digitais.

### **Introdução**

Não é de hoje que vemos a juventude em busca de encontrar sua fé, seja ela através de grupos religiosos dentro ou fora da igreja (missas/cultos ou células). E isso se torna perceptível ao observarmos como as cidades de pequeno porte vêm se alinhando aos interesses dos mais novos. Em São Luís do Piauí não é diferente, o grupo religioso Apostolado de Oração (AO) vem cada vez mais se reinventando, e assim, através de sua comunicação simples e com a ajuda das mídias digitais vem cada dia mais conquistando o coração dos jovens. O grupo, até o final de 2023, era composto por 56 pessoas. Esse número tem tendência de crescimento e vem caindo nas graças dos mais novos que buscam compreender ainda mais a missão de seguir o Sagrado Coração de Jesus. Assim, ao observarmos os demais grupos que cercam a macrorregião de Picos, pode se notar a forte presença do jovem no AO de São Luís do Piauí. Portanto, ao

decorrer do artigo, busca-se compreender como funciona a comunicação dentro do grupo AO, e assim, observa-se a participação do jovem em grupos religiosos. Deste modo, busca-se responder a tais problemas de pesquisa: como a comunicação comunitária auxilia na propagação da fé? De que maneira as novas ferramentas tecnológicas podem ajudar com a propagação da fé cristã?

Desta forma o objetivo geral deste artigo é analisar como é feita a comunicação desse grupo, não apenas com o jovem, mas também com a comunidade. Além de observar como esses grupos de orações afetam a vida dos jovens e da comunidade.

Para realização deste estudo, a metodologia foi baseada nos ensinamentos de Antonio Carlos Gil (2002), no sentido de destacar sobre pesquisa de campo. Assim usa-se como fonte principal a pesquisa bibliográfica, onde segundo o autor, “a pesquisa bibliográfica também é indispensável nos estudos históricos. Em muitas situações, não há outra maneira de conhecer os fatos passados se não com base em dados bibliográficos” (Gil, 2002, p. 45).

E para conseguir-se aprofundar de maneira ampla, foi utilizada pesquisa de campo, onde contaremos e o auxílio das participantes do grupo: Solidade Sales (2023) e Edina Santos (2023), além de trazer informações pessoais, por também ser integrante do AO.

### **O Apostolado de Orações**

Segundo o site Apostolado de Oração Brasil (2023), o grupo está em missão há quase dois séculos, e surgiu primeiramente em uma pequena cidade na França chamada Vals localizada na região da Occitânia, a 637 quilômetros de distância da capital, Paris, após um grupo de jovens jesuítas que ficaram preocupados com os testemunhos de missionários vindos do sul da Índia e da África, com isso sentiram a necessidade de que ocorresse uma missão em alguns lugares.

Deste modo, segundo o Apostolado de Oração Brasil (2023), o padre francês Francisco Xavier Gautrelet propôs que fosse organizada uma formação antes de que saíssem em missão, assim chamando de “um movimento de oração pessoal e comunitária, qual seja, oferecer a vida diariamente pela missão da Igreja”.

O Padre Gautrelet mostrou a um grupo de estudantes como poderiam adotar, com fervor, a vida apostólica, sem prejuízo de seus estudos: deveriam oferecer suas orações, trabalhos e sacrifícios, em união com o Sagrado Coração de Jesus, prestando, assim, “valiosíssimo auxílio” para a “salvação do mundo” (Maués, 2001, p. 05).

Deste modo surgiu o oferecimento diário, que consiste em uma oração onde os devotos entregam ao Coração de Jesus todas as tuas intenções e oferecem todo seu dia, desde suas

angústias até as tuas alegrias, também rezando pelo próximo, pedindo paz, e saúde. Para os membros do AO, o oferecimento diário é a mais importante oração, pois assim com a oração do “CREDO” é a confirmação do catolicismo, o oferecimento diário é a confirmação do chamado de Cristo para se juntar a missão de levar a bondade do coração de Cristo aos outros. De acordo com informações concedidas em folheto que se recebe ao ingressar no Apostolado de Oração, o grupo está presente em 70 países do mundo, com aproximadamente 50 milhões de associados, sendo entre eles mais ou menos seis ou sete milhões, apenas no Brasil.

Segundo Maués (2001), no Brasil o grupo chegou através de dois missionários jesuítas, mas foi o Padre Bento Schembri, que fundou o 1º centro do Apostolado de Oração em Recife, no Pernambuco, Nordeste do Brasil, em 1867; e em 1871, pouco tempo depois o Padre Bartolomeu Taddei fundou outro centro do AO localizado em Itu, interior de São Paulo, onde no futuro seria considerado o Santuário do Coração de Jesus. Assim o AO se propagou para todo território Brasileiro, tendo diversas ramificações.

Segundo o site Apostolado de Oração Brasil (2023), o Padre Taddei foi considerado pelos fiéis como o fundador e propagador do grupo no Brasil, sendo nomeado o diretor nacional do grupo. Segundo o site católico Apostolado de Orações Brasil, “Pe. Taddei estendeu o AO a todos os estados, de tal forma que o Cardeal D. Sebastião Leme afirmou que o “renascimento espiritual do Brasil é obra do AO” (Apostolado de Oração Brasil, 2023).

Dom Sebastião Leme, foi Catedral GCC (definição em inglês para Greek Catholic Church, que significa Igreja Grego-Católica) no Espírito Santo do Pinhal-SP de 1882-1942, tornou-se Arcebispo de Olinda e Recife e Arcebispo do Rio de Janeiro.

Não se tem informações precisas de em que período o grupo foi idealizado ao Piauí, entretanto, de acordo com Sousa (2016), há evidências de que em meados de 1970, já havia um grupo formado em Francisco Santos, interior piauiense, localizado há 364 quilômetros da capital, Teresina. Porém sabe-se que sua chegada não foi diferente, muitos fiéis da igreja católica colocaram suas orações e seu coração junto ao de Cristo, assim formando diversos grupos Apostólicos, entretanto com o mesmo propósito, ter um coração semelhante ao de Jesus. Deste modo, para ingressar no grupo e ser um membro do AO, é necessário participar das reuniões do grupo que ocorrem ao final de cada missa, geralmente realizada na primeira sexta-feira do mês, onde é dedicada ao Sagrado Coração de Jesus. Após a participação nas reuniões, ocorre a investidura, que é uma missa realizada por um Padre que lhe entrega a Fita vermelha. No grupo não se tem restrições para participar, com tanto que faça parte da igreja Católica, assim, a pessoa precisa ser ao menos batizada, como manda os sacramentos Cristã da igreja católica. É fácil reconhecer um membro do AO, eles usam uma fita vermelha, com uma medalha

do Sagrado Coração de Jesus e o símbolo do grupo sobre o corpo durante as celebrações de fé. A fita significa que aquele que usa foi chamado para servir o Sagrado Coração de Jesus, a cor simboliza o sangue, e a vida de doação plena ao Senhor, a medalha serve como lembrete do amor infinito de Jesus Cristo, e o Bentinho é símbolo do Apostolado de Orações e nele vem gravado “Venha a nós o Vosso Reino”, como forma de lembrar a aquele que usa diariamente de que um membro do grupo busca sempre o Reino de Deus.

### **A cidade de São Luís caminhando junto de Cristo - perspectivas de evolução da fé**

Localizado a 358 quilômetros de Teresina (capital do estado), na microrregião de Picos, São Luís do Piauí, segundo dados do IBGE (2022), mantém apenas 2.309 habitantes e cerca de 70% de sua população é composta por católicos devotos por Deus e pelo padroeiro da cidade São Luiz Gonzaga. Segundo informações fornecidas por Catarina Xavier, correspondente do portal Canção Nova (2023), o santo Padroeiro da Jovens, São Luiz Gonzaga nasceu na Itália no ano de 1568, vindo de família nobre, e formação cristã, aos o anos, foi consagrado a Virgem Maria, e sentiu o chamado de Deus para a vida do celibato. Luiz Gonzaga veio a falecer em 21 de junho, com apenas 23 anos e antes mesmo de se tornar padre. Entretanto em 1726 foi canonizado Santo, pelo papa Bento XIII, sendo assim considerado o "Patrono da Juventude", e mais tarde como o “Protetor dos Estudantes”.

Padroeiro dos jovens, São Luiz Gonzaga é festejado pelos fiéis são luizenses a 102 anos, mesmo antes de se ter a emancipação política da cidade. A igreja foi a primeira construção do cidade que até o momento ainda era considerada como povoado da cidade de São João da Canabrava, deste modo, a partir desta construção que a pequena São Luís do Piauí começou a ser povoada, pois segundo informações da moradora local e Ministra da igreja Católica Edna Santos (2023), as pessoas que até então tinham suas casas às margens do rio Guaribas começaram a construir novas moradias ao redor da igreja, que antes tinha sua fachada virada para o rio, deste modo a ligação com o templo religioso ficou cada vez mais forte, assim dando nome a cidade. São Luís do Piauí tem a igreja e as festas religiosas mais antigas que São João da Canabrava. Entretanto, devido a ter uma quantidade maior de habitantes (4.242 segundo dados fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2022) e por terem se emancipado politicamente primeiro, acabaram por se tornando paróquia, assim tendo a igreja de São Luís Gonzaga parte integrante.

De acordo com dados fornecidos pela Coordenadora do grupo AO, Solidade Sales (2023), o templo religioso é composto por quatro pastorais, a da família, da juventude, dos coroinhas e do dízimo e três grupos de orações, sendo eles o Terço dos Homens com



aproximadamente 16 pessoas, o grupo da catequese que é dividido em duas turmas, uma com 12 integrantes e outra com apenas cinco crianças, e o Apostolado de Oração, objeto de estudo desta pesquisa com 56 componentes. Sendo assim, no dia 20 de dezembro de 2017, a pequena cidade de São Luís do Piauí deu início a primeira formação do grupo do AO. Segundo Edna Santos (2023) a partir do incentivo do Padre Paulo Henrique da Silva Oliveira, pároco da igreja de São Luiz Gonzaga. Esse, em termos históricos, foi o marco inicial de uma das manifestações comunitárias e coletivas mais fortes e presentes em solo do município são-luisense.

Até o meio do ano de 2023 o grupo era composto por 56 pessoas, sendo 17 deles jovens entre 13 e 25 anos, que decidiram se juntar à missão de Cristo na Igreja através da oração e da revisão de vida. Desta forma, o grupo missionário, mantém um papel importante em meio a fé cristã de São Luís, pois o mesmo tem como propósito seguir os preceitos da igreja e cada dia mas levar os ensinamentos do Sagrado Coração de Jesus para a comunidade.

Para isso o grupo utiliza de ferramentas tecnológicas para a comunicação, como *WhatsApp* onde é divulgado os encontros mensais, assim como a agenda de compromissos que é imposta durante as reuniões, e também se é utilizado da comunicação oral, através de recados transmitidos para a comunidade durante as missas dominicais.

Assim, nas primeiras sexta-feira do mês, é realizada uma reunião logo após a celebração é realizada uma reunião com todo grupo e com a comunidade que deseja está presente (visto que não é obrigatório), onde é repassado a agenda mensal com todos os compromissos que se deve ser feito.

## **Comunicação Comunitária Tradicional**

### **O que é a Comunicação?**

Hohlfeldt (2008), diz que a comunicação vem de uma existência sensível, e se tem domínio de real, assim tratando-se de algo concreto do dia-a-dia, deste modo, o processo de comunicação pode ser definido como a troca de mensagens ou sinais, que ao transmitido para o outro exerce uma troca de informação.

Assim, Sousa (2006) complementa que, a definição exata dos conceitos de comunicação é algo difícil de se determinar, visto que toda ação humana e não humana, mesmo que seja feita de maneira não intencional, ainda assim é uma forma de se comunicar. Assim, a comunicação pode ser entendida como tudo aquilo que se expressa algo, ou que se tem algum significado.

A comunicação pode ou não ser pretendida, mas não só ao Homem é impossível não comunicar como também, para o Homem, o mundo é cheio de significados e só é inteligível e compreensível porque lhe atribuímos significados e o interpretamos (Sousa, 2006, p. 21-22).

Deste modo, pode-se compreender a comunicação como a forma que encontramos para conseguir “ler”, o mundo e decifrar todos os significados que nele está atribuído. A comunicação pode ser feita de diferentes formas, seja só, com um grupo de amigos, por meio das redes sociais ou simplesmente através de gestos, como por exemplo quando sorrimos ao ganhar um presente. Por outra perspectiva, Oliveira *et al* (2014, p. 37), pontuam que:

O processo de comunicação é totalmente assimétrico, com um emissor ativo, que produz o estímulo e os destinatários são vistos como uma massa passiva à qual só resta obedecer ao estímulo. Os papéis emissor – receptor surgem isolados de qualquer contexto social ou cultural.

Portanto, a comunicação é vista como algo essencial para a convivência entre espécies, sejam humanas ou não, pois é através dela que se constrói as comunidades e hierarquias. Assim, Sousa (2006, p. 23) complementa que “A comunicação é indispensável para a sobrevivência dos seres humanos e para a formação e coesão de comunidades, sociedades e culturas”.

É preciso notar que nem toda a comunicação, entendida como troca de mensagens, comporta informação. Um poema, uma música, uma canção podem comunicar e exaltar sensações, estados de alma, emoções, mas, geralmente, não informam, a menos que sejam emitidas com um propósito informativo, diferente do seu propósito original (Sousa, 2006, p. 24).

Assim, de acordo com os pensamentos de Sousa (2006), é possível observar que a teoria de que tudo que se transmite sensações é comunicação cai por terra, visto que a partir de sua colocação é notório que só é considerado comunicação quando se tem como propósito informar algo. Para Gill e Adams (1998, p. 42), “a comunicação não é apenas uma troca de informações “duras”, mas também a partilha de pensamentos, sentimentos, opiniões e experiências”. Ainda de acordo com Sousa (2006, p. 36) é possível se ter comunicação por seis maneiras diferentes, sendo elas descritas como:

1° Intrapessoal - Comunicação de alguém consigo mesmo, usando, por exemplo, frases introspectivas e formas de pensamento automático; 2° Interpessoal - Comunicação entre dois indivíduos, comunicação dentro de um pequeno grupo não formal de indivíduos ou entre pequenos grupos informais de indivíduos, servindo, por exemplo, para criar e sustentar relações pessoais; 3° Grupal - Comunicação no seio de grupos "formais" de média ou grande dimensão; 4° Organizacional - Comunicação desenvolvida no seio de organizações, como as empresas, e destas para o exterior; 5° Social - Comunicação desenvolvida para grupos heterogêneos e grandes de pessoas, também denominada de difusão, comunicação colectiva ou comunicação de massas (mass communication); 6° Extrapessoal - Comunicação desenvolvida com animais, com máquinas e, crêem algumas pessoas, com espíritos, extraterrestres e outras entidades das quais não existe prova física (nem evidência de comunicação).

Assim, segundo Sousa (2006) a comunicação ainda pode ser mediada como ao trocar bilhetes, cartas ou com auxílio da tecnologia, como é o que acontece com o *whatsapp*, ou quando se tem uma conversa sem ajuda que algo para servir de ponte, como por exemplo as conversas presenciais pode ser chamada de comunicação directa ou não mediada.

Com base nos autores já citados, pode-se compreender os conceitos de comunicação, como um sinal codificado que ao ser emitido para um receptor passa por um processo de descodificação, assim podendo ser compreendido. Deste modo, compreende-se que a comunicação pode ser categorizada por diversos viés, como, *comunitário*, *popular*, *alternativa*.

Entretanto, o estilo de comunicação pode variar de acordo com o público que consumirá, assim ela podendo ser transmitida para o *local/regional* ou para *nacional*. Deste modo, o irá diferenciá-las é o público que estará consumindo o conteúdo fornecido.

### **Comunicação Comunitária**

Ao tratarmos de comunicação comunitária, é importante destacar, “Comunicação comunitária é aquela construída de forma coletiva, a partir de princípios como participação, democracia, autogestão” (Zanchett, 2015, p. 121). Cicilia Peruzzo (2006, p. 9) destaca que:

A comunicação popular e comunitária pode ser entendida de várias maneiras, mas sempre denota uma comunicação que tem o “povo” (as iniciativas coletivas ou os movimentos e organizações populares) como protagonista principal e como destinatário, desde a literatura de cordel até a comunicação comunitária.

Peruzzo (2006) reafirma que comunicação comunitária é tudo aquilo que é feito pelo “povo”, e que o faz como protagonista de uma história, assim os assuntos sobre são sobre a comunidade/local e tem seu direcionamento feito para comunidade, assim, dando ênfase a assuntos que sejam de interesse daqueles que vivem a realidade do local inserido.

Segundo os fundamentos de Ferdinand Tönnies, no século XIX, a comunicação comunitária se constrói por três caminhos, sendo eles por fatores de *consanguinidade*, que seriam os laços familiares, *territoriais*, aqueles que vivem no local e os *religiosos*, que se constrói através da fé coletiva que compartilham. Assim, partindo dos ensinamentos de Tönnies, Paiva (2007, p.140) reafirma que, “a partir da comunicação comunitária, a pluralidade das vozes pode ser uma realidade. Estima-se que seja possível a inserção de grupos até então à margem do espectro da visibilidade”. Deste modo, a comunicação comunitária é um movimento social que surge para dar força às vozes silenciadas e esquecidas pela sociedade, deste auxiliando como fonte vital para a projeção da cultura local, ou dos problemas na qual a comunidade acaba sofrendo. Peruzzo (2008) afirma que, a comunicação comunitária tem

reservadas exigências identitárias, sem pensamento em finalidades lucrativas e deve buscar manter uma relação entre a população que consome o conteúdo e aqueles que produz, assim ele acabará mantendo um empoderamento social midiático e auxiliando a cidadania. Contudo, Peruzzo (2006, p. 9) ainda afirma que:

A comunicação comunitária se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania.

Com isso, o jornalismo, que tem como um dos pontos de partida a comunicação comunitária, tem por finalidade, dar voz a classes comunitárias (que geralmente se encontra em minoria), seja através da cultura, das notícias do dia a dia ou pelos atos de fé, como já citado anteriormente sendo um dos principais fatores para a comunicação comunitária.

### **A comunicação comunitária e a fé**

As questões de religião e movimentos de fé, são um dos fatores que compõem o surgimento dos estudos sobre comunicação comunitária, visto que um grupo religioso é composto por manifestações populares que se unem em prol de determinado assunto, neste caso a fé. Para Machado (2010, p. 145-146);

Movimentos religiosos, constroem-se totalidades complexas de valores sociais que se formulam em torno de projetos religiosos minoritários, em sua maioria transnacionais, não articulados diretamente a um projeto específico de formação da nação, e que tornam incontrolável a relação da comunidade religiosa com a comunidade nacional.

Machado (2010), pontua em sua fala como os movimentos religiosos contribuem com a construção de valores de uma região, auxiliando em projetos sociais e fortificando os laços comunitários que rodeiam, assim dando ainda mais ênfase aos pensamentos de Tonnies em meados do século XIX.

Assim, a comunicação comunitária nos atos de fé exercidos em meio a comunidade propõe auxiliar nos movimentos sociais, proporcionando unificar pessoas através dos mesmos ideais, deste modo constituindo não apenas um grupo, como uma comunidade unida em prol do mesmo propósito.

Ao tratar dos sentido de comunidade em meio a movimentos religiosos, Machado (2010, p. 156) pontua que:

É interessante analisar os diferentes sentidos de comunidades que ora se configuram: marginais aos projetos nacionais e institucionais de grande porte, religiosidades minoritárias se agrupam e compartilham vivências e

---

experiências sob registros diversificados, cuja variabilidade se distancia em muito da expectativa normativa que se apresenta.

Assim, segundo a citação pode-se notar que as comunidades religiosas ajudam na projeção de vivências humanas e experiências pessoais, também transmitindo costumes entre cada grupo religioso.

### **O Apostolado da Oração de São Luís do Piauí como um grupo comunitário e sua comunicação para comunitarizar a fé**

O grupo AO, tem como um de seus propósitos buscar cada vez mais a participação ativa da comunidade, e para isso é necessário unir-se aos jovens, assim para facilitar na comunicação, acabou-se aderindo a utilização de meios tecnológicos como grupos de *WhatsApp*, para assim otimizar-se o tempo e manter contato com os integrantes de maneira simples. Deste modo, Ávila e Deliberador (2016, p. 100) afirmam que “comunicativa e comunitária se refere a sua capacidade de construir uma comunicação entre o mundo religioso e o mundo do cotidiano”.

Entretanto, o preço a se pagar por uma comunicação tão “atualizada” é grande. Com isso se tem alguns riscos que se corre, como por exemplo, a exclusão da participação ativa da comunidade, visto que o grupo de *Whatsapp* é composto por apenas 56 pessoas, assim alguns recados acabam ainda ficando restritos ao resto da população são luizense. Para que problemas como este não aconteça com tanta frequência ainda se tem a comunicação face a face, onde durante as missas dominicais, momento onde por volta de 15% a comunidade se reúne, assim repassando os informes do grupo e convidando a população para se juntar ao Sagrado Coração de Jesus. Deste modo, o grupo que mantém sua comunicação voltada em sua maior parte do tempo para as mídias digitais, como *whatsapp*, vem a se qualificar como um grupo comunitário, pois o mesmo tem em sua estrutura características de uma comunicação comunitária, pois como já foi citado, os laços religiosos podem ser capazes de se construir uma comunidade, assim o grupo AO, além de se comunicar com outras pessoas na qual convivem na mesma macrorregião, também se comunicam através dos mesmos ideais espirituais.

Para que a comunicação comunitária possa ser demarcada, o termo “comunidade” também se torna fundamental. Sobretudo quando se fala em igreja, tal termo se torna estritamente ligado – o termo “eclesial” advém de *ecclesia*, que significa “assembleia” no grego (Ávila; Deliberador, 2016, p. 91).

Assim, segundo Ávila e Deliberador (2016), o grupo cristã é demarcado como uma comunicação comunitária, pois ele se interliga diretamente com o termo eclesial, portanto, sendo um grupo de pessoas reunidas em prol do mesmo objetivo, deste modo, além de cumprir

com os compromissos da igreja também auxiliando em debates da comunidade, como por exemplo ao ajudar uma pessoa com problemas.

### **A Igreja e os meios de comunicação**

As mídias sociais têm sido de grande importância para a comunicação atual, visto que ela exerce um grande impacto quando o assunto é divulgar informações de maneira mais ampla e rápida. Assim, cada vez mais, grupos sociais estão migrando para os meios digitais, a fim de otimizar o tempo e conseguir atingir um número maior de pessoas com tal informação.

Quando tratado sobre as mídias sociais, Fertoni (2019, p. 15) comenta que, “Elas permitem o contato com pessoas de diferentes lugares, a qualquer tempo.” Deste modo, a autora afirma que a presença das mídias auxilia os grupos em sua comunicação com outras pessoas que estejam em lugares opostos.

Entretanto, ao tratarmos de uma comunicação religiosa é necessário tomar cuidado, pois ao mesmo tempo em que se pode otimizar o tempo e alcançar mais pessoas, a internet ainda é um campo “desconhecido”, e cheio de surpresas, assim Amâncio (2016, p.19) comenta que, “A Internet é moralmente neutra, ou seja, vai ser boa ou ruim, depende do uso que damos para ela. É preciso sabedoria, discernimento e estratégia para se comunicar virtualmente”.

Contudo, a comunicação ainda é algo necessário, e utilizar-se destas tecnologias também, visto a praticidade que ela exerce para todos, facilitando na divulgação de recados e mensagens no dia-a-dia. Assim, Satuf, Roque e Santos (2018, p. 03) colocam que “Não existe religião sem interação, partilha e comunhão. A comunicação é elemento indispensável tanto para a emergência quanto para a consolidação de qualquer prática religiosa”.

Mesmo que aconteça uma migração cautelosa para os meios tecnológicos, o grupo do Apostolado de Oração de São Luís do Piauí, ainda mantém suas raízes tradicionais, com uma comunicação face-a-face. Deste modo, eles organizam reuniões mensais dentro da igreja com também fazem encontros familiares, que ocorrem na casa dos irmãos de fita de acordo com a disponibilidade de cada um.

### **O grupo de *Whatsapp* do Apostolado da Oração de São Luís do Piauí**

O grupo do *Whatsapp* Apostolado de Oração foi criado no dia 01 de setembro de 2017, por uma das integrantes *Ariana Bezerra*, quando o mesmo (grupo de orações) surgiu na cidade. A princípio o grupo ainda contava poucas pessoas, mas aos poucos foi crescendo, desta forma, cada dia com mais membros.

Em junho de 2023, o grupo conta com aproximadamente 50 pessoas, de todas as faixas etárias de idade e de ambos os sexos, e nele pode-se observar poucas conversas, pois sua principal finalidade é transmitir os recados mais importantes para o grupo, como datas de missas, compromissos a serem cumpridos durante o mês e em especial o Oferecimento Diário, na qual todo integrante deve rezar.

É possível observar que conversas paralelas não ocorrem no grupo, pois essa não é a finalidade pela qual ele foi criado, mas qualquer outro assunto que de maneira direta ou indireta seja relacionada ao AO pode ser incluído nele. Exemplo disso, foi durante os preparativos para os festejos de São Luiz Gonzaga que ocorreu durante os dias 12 e 21 de junho, onde com a ajuda do *whatsapp* foi possível realizar a escolha do tema deste ano, o modelo das camisas utilizadas, a participação da missa e principalmente a divisão nas tarefas, para que assim fosse feita uma festa linda para celebrar ao padroeiro da cidade. Outro ponto a ser discutido em nossa análise, é a participação assídua do jovem em meio a grupos religiosos. Deste modo, dentro da Igreja Católica de São Luís do Piauí, é possível notar o grande aumento de jovens dentro dos grupos de oração, em especial no nosso objeto de estudo Apostolado de Oração, sobretudo pós pandemia, onde através pesquisas de campo, pode-se observar a participação do jovem.

Segundo pesquisa realizada pela empresa Bateiah em 2021 e publicada no Correio Braziliense Brasil (2021), cerca de 26% dos brasileiros demonstraram vontade de retornar à igreja após a pandemia do covid-19. Deste modo, segundo entrevista concedida a Bernardo Lima (2021), correspondente do portal:

A estudante Byanca Carvalho de Souza, de 20 anos, foi uma das entrevistadas. Ela escolheu igreja, academia e viagens como as atividades prioritárias após a pandemia. “Para mim, esses são ambientes com ações que me incentivam a pensar que posso viver o mais normalmente possível, apesar da pandemia. Me cativam para não desanimar e continuar a vida”, disse a jovem.

Em São Luís essa mudança foi fácil de observar, a última turma a ingressar no AO em dezembro de 2022, contou com cerca de 7 novos integrantes, sendo 5 jovens entre 13 e 23 anos de idade, assim mostrando como a juventude está cada vez mais próxima de Cristo.

A migração da Igreja Católica para as mídias digitais tem surtido cada vez mais efeito, principalmente com o fato de atrair os jovens para os grupos religiosos. O Papa Francisco pode ser considerado um dos principais responsáveis pela participação do jovem na Igreja Católica, deste modo, Rizzon (2016, p. 17) pontua que, “O Santo Padre, o Papa Francisco, a cada dia humaniza mais a Igreja Católica, utilizando linguagens acessíveis e mídias sociais, com o intuito de aproximá-la das pessoas pelo mundo todo”.

Assim, convidando cada dia mais o jovem a se ingressar nas atividades religiosas, sem estigmas de preconceitos, com uma pregação voltada a Trindade Santa e não a fatos paralelos do mundo, assim aproximando a comunidade como um todo, e não a crucificando.

Assim, em diversos momentos, é possível perceber como o *whatsapp* pode ajudar com a comunicação do grupo de orações, afinal, é através dele que conseguimos notar cada vez mais a participação do jovem, que contribui tanto em ideais pelo aplicativo, como também reuniões presenciais. Essa participação fica cada vez mais evidente ao participar de missas ou eventos religiosos, assim podendo observar a grande presença da comunidade, e com um foco em especial nos jovens, que não apenas participa de maneira assídua, como também auxilia no preparo do evento e na divulgação.

Desta forma, pode-se notar que o motivo dos mais novos estarem cada vez mais próximos da igreja se dá ao fato da instituição buscar cada vez mais se adaptar aos novos modelos de comunicação e a linguagens mais simples, falando da comunidade com exemplos que cabem a ela, assim, atraindo ainda mais o olhar de outros, entretanto, uma comunicação feita trazendo proximidade em suas falas, também é um grande aliado ao trazer novos integrantes.

### **Considerações**

Portanto, a partir de toda pesquisa realizada para a produção deste trabalho, pode-se observar a importância da comunicação comunitária para a formação do grupo Apostolado de Oração, que mesmo sendo chamado de Deus por muitos dos integrantes do grupo, fica notória a formação da comunidade, devido a quantidade de pessoas inseridas.

A todo momento durante a pesquisa de campo foi possível perceber a maneira com que tanto a comunidade, como os jovens que nela vivem estão a todo momento a frente da igreja, seja na preparação de um evento, como foi durante os festejos de São Luiz Gonzaga, na organização das missas ou a frente dos grupos religiosos mirins. Desta forma, pode se notar também que tal fato ocorre devido às novas táticas da Igreja Católica em se reinventar nos tempos atuais e também aderir às tecnologias, assim auxiliando na comunicação e atraindo os jovens a participarem. Entretanto, tal feito se deu também a comunicação usada pela igreja, trazendo sempre histórias da comunidade como pauta principal para as pregações e testemunhos dados durante a missa.

Contudo, é impossível não notar como tais mudanças foram os grandes responsáveis pelo aumento na quantidade de pessoas participantes dos grupos religiosos na igreja.



Deste modo, podemos destacar a importância da comunicação comunitária não só para o grupo, mas também para todos os são-luisenses, sobretudo no contexto tecnológico, Rizzon (2016, p.15) aponta que:

A era digital é uma realidade contemporânea. Hoje em dia, com o crescente número de outras crenças religiosas, a presença da Igreja Católica nos meios de comunicação de massa é imprescindível para continuar com o seu propósito de levar a sua palavra para os seus fiéis.

Assim, segundo Rizzon (2016) está inserido junto aos meios de comunicação é algo indispensável, pois é a partir dele que a Igreja Católica mantém seu contato com os fiéis, além de conseguir um grande alcance a partir da tecnologia, conseguindo transmitir a palavra de Deus para todos de forma homogênea.

Deste modo, se levarmos em consideração que aplicativos de *smartphone*, como *whatsapp* se enquadram em conceitos de mídias sociais, é possível notar os efeitos positivos que ele tem tanto com o grupo do Apostolado de Oração, tanto na divulgação de comunicados como também ao aproximar a Igreja Católica da era digital, assim, trazendo conceitos e tradições antigas para a era atual, e auxiliando na participação do jovem com os preceitos de Deus. Portanto, a igreja também ajuda a exercer um papel fundamental na vida do jovem, seja ela de maneira espiritual ou pessoal, como cita Rizzon (2016, p. 1), “A igreja exerce um valioso papel social na formação de opinião de seus seguidores. Ao falar especificamente dos jovens, ela influencia na formação de seu caráter e personalidade”.

A participação do jovem na igreja está ligada a dois pontos: forma como tal templo se comunica com seus fiéis e o meio na qual ele utiliza para essa comunicação, com tudo, nota-se que tanto a Igreja de São Luís Gonzaga, quanto o grupo AO, faz bem uso de sua linguagem comunitária, onde é utilizada para atrair ainda mais membros do local, falando com eles de modo que sintam pertencimento, deste modo, levando em conta o local onde estão inseridos. E também das ferramentas tecnológicas, onde eles usam para alcançar o maior número de fiéis, e expandir-se em território, conseguindo levar a Missão para cada vez mais locais.

## Referências

AMÂNCIO, Elis. **Mídias sociais na igreja**. Engenheiro Coelho: CPAD, 2016.

ÁVILA, Otávio Cezarini; DELIBERADOR, Luzia M. Yamashita. **Comunicação Comunitária na igreja**. *Comun. & Inf.*, Goiânia, GO, v. 19, n. 2, p. 86-105, jul./dez. 2016.

BRINCA, Pedro. **Jornalismo de proximidade e participação**. Por uma dieta equilibrada de informação, contra a fast-information. In.: *Jornalismo de Proximidade: limites, desafios e oportunidades*. CORREIA, João Carlos (Org.). Covilha: Labcom Books, p. 31-35, 2012.

FERTONANI, Melani Laura. **Projeto de assessoria de comunicação em instituição religiosa**. 2019. TCC, Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Federal do Pampa, Rio Grande do Sul, p.71, 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.\_

GILL, David. e ADAMS, Bridget. - **ABC of Communication Studies**. Second edition. Thomas Nelson Publishers; 2nd Revised ed. edição, Nashville-Tennessee, p.207, 1998.

História, Apostolado da Oração Brasil, 2023 Acessado em 19 de maio de 2023.<disponível>  
<https://aomej.org.br/historia>

HOHLFELDT, Antonio. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2008.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. São João da Canabrava. Acessado em: jun. 2023 Disponível em: [São João da Canabrava \(PI\) | Cidades e Estados | IBGE](#)

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Crescimento populacional**. São Luís do Piauí. Acessado em: jun. 2023. Disponível em: [São Luis do Piauí \(PI\) | Cidades e Estados | IBGE](#)

LIMA, Bruno. **Pesquisa mostra que voltar à igreja é prioridade do brasileiro no pós-pandemia**. 2021. Brasília: Correio Brasiliense, 2021.

MACHADO, Carly. **Novos movimentos religiosos, indivíduo e comunidade**: sobre família, mídia e outras mediações. Rio de Janeiro: Revista Religião e Sociedade, v. 30, n.2, 2010, p.145-163.

MAUÉS, Raymundo Heraldo. **Tradição e modernidade conservadoras no catolicismo brasileiro**: o Apostolado da Oração e a Renovação Carismática Católica. Sociedad y Religión, v. 22, p. 23, 2001.

OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. **A teoria hipodérmica**. SOUZA, Rose Maria Vidal de; MELO, José Marques de; MORAIS, Osvando J. de.(org.) *Teorias da comunicação: correntes de pensamento e metodologia de ensino*. São Paulo: INTERCOM, 2014. p.34-54

PAIVA, Raquel. Para reinterpretar a comunicação comunitária. **O retorno da comunidade—Os novos caminhos do social**, MAUAD. Rio de Janeiro, p. 133-148, 2007.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados**. Reelaboraões no setor. Palavra chave, v. 11, n. 2, p. 367-379, 2008.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação. 2006. p. 1-17.

RIZZON, Nathalia Guerreiro; GUINDANI, Joel Felipe. **Comunicação, Igreja Católica e Juventude: estudo dos grupos de jovens ABC e JEM e da Paróquia São Francisco de Borja**. TCC, Relações Públicas, Universidade Federal do Pampa, São Borja-RS, 2016.

SALES, Solidade. **Informações sobre o Apostolado da Oração de São Luís do Piauí** concedidas a Layanne de Sousa Rodrigues, 17. maio. 2023, Picos-PI.

SANTOS, Edna. **Informações sobre a história de São Luís do Piauí** concedidas a Layanne de Sousa Rodrigues, 17. maio. 2023, Picos-PI.

SATUF, Ivan; ROQUE, Robson; SANTOS, Mychelle. ROMEIROS NO WHATSAPP. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, v. 1, n. 2, 2018.

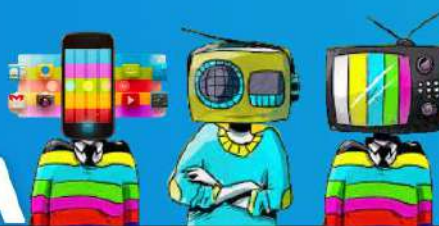
SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Revista e Ampliada. 2º edição, Porto. 2006, p 21-28

SOUSA, Sabrina Rose de Lima. **“IRMANDADE DO APOSTOLADO DA ORAÇÃO”**: ritos e devoções na cidade de Francisco Santos (PI) nas décadas de 1970 a 1980. Monografia, Licenciatura Plena em História, Universidade Federal do Piauí, Picos-PI, p.59, 2016.

XAVIER, Catarina. **São Luís Gonzaga, padroeiro dos jovens**. Canção Nova. 2023. Disponível em: [São Luís Gonzaga, padroeiro dos jovens \(cancaonova.com\)](http://cancaonova.com) Acessado em 27 de maio de 2023

ZANCHETT, Stella Adriana. **Reflexões sobre comunicação popular e comunitária: uma análise a partir das estratégias de comunicação da CPT/MS**. Fortaleza: Revista Passagens, v. 6, n. 2, 2015, pp. 108-124.

6ª SEMANA



# COMUNICAÇÃO

UESPI  
PICOS

Democracia e desordem informacional:  
Debate sobre a regulamentação dos meios de comunicação

Editora da Universidade Estadual do Piauí - EdUESPI

