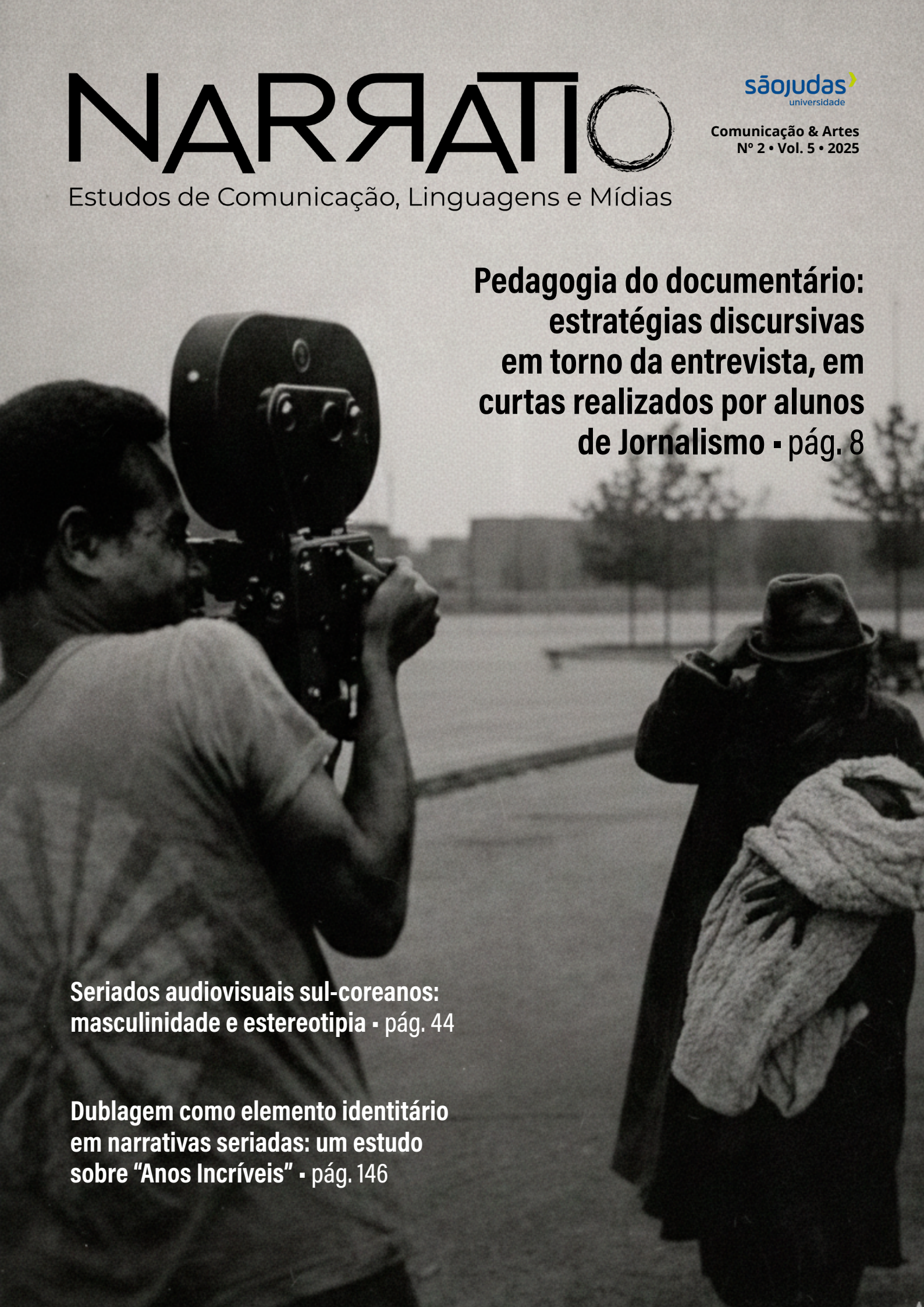
NARRATIO

Estudos de Comunicação, Linguagens e Mídias

sãojudas universidade

Comunicação & Artes
Nº 2 • Vol. 5 • 2025



Pedagogia do documentário: estratégias discursivas em torno da entrevista, em curtas realizados por alunos de Jornalismo ▪ pág. 8

Seriados audiovisuais sul-coreanos: masculinidade e estereotipia ▪ pág. 44

Dublagem como elemento identitário em narrativas seriadas: um estudo sobre "Anos Incríveis" ▪ pág. 146

_Equipe Editorial

NARRATIO
Estudos de Comunicação, Linguagens e Mídias

Revista científica da área de Comunicação & Artes
da Universidade São Judas Tadeu (USJT)
ISSN 2676-0274 | Qualis B4 (Capes Periódicos)
Nº 2 • Vol. 5 • 2025

Editor-chefe
Prof. Dr. Marcelo Monteiro Gabbay
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)

Editor-adjunto
Prof. Dr. José Augusto Lobato
(Universidade Anhembi Morumbi e
Universidade São Judas Tadeu, Brasil)

Direção de arte e editoração
Prof.ª M.ª Ana Elizabeth Lima Vasconcelos
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)

Conselho Científico
Prof. Dr. Cesar Adolfo Zamberlan
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Cintia Liesenberg
(Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Brasil)
Prof. Dr. Daniel Reis
(Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil)
Prof. Dr. Dimas Kunsch
(Universidade Metodista de São Paulo, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Dulcília Buitoni
(Universidade de São Paulo, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Eliane Corti Basso
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Fábia Lima
(Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Fernanda Elouise Budag
(Universidade Federal de Santa Maria, Brasil)
Prof. Dr. Ivan Ferrer Maia
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)
Prof. Dr. Ivan Paganotti
(Universidade de São Paulo, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Jaqueline Lemos
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)
Prof. Dr. José Augusto Lobato
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Juliana Doretto
(Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Laura Loguercio Cánepa
(Universidade Paulista, Brasil)
Prof. Dr. Luís Mauro Sá Martino
(Faculdade Cásper Líbero, Brasil)
Prof. Dr. Luiz Alberto de Farias (Universidade de São
Paulo / Universidade Metodista de São Paulo, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Maira Mariano
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Maria Eugênia Porém
(Universidade Estadual Paulista, Brasil)
Prof. Dr. Mateus Yuri Passos
(Faculdades Integradas de Jaú, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Mayra Rodrigues Gomes
(Universidade de São Paulo, Brasil)
Prof. Dr. Marcelo Monteiro Gabbay
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Mayara Luma Assmar Maia Lobato
(Universidade São Judas Tadeu e Centro Universitário
FAM, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Melyssa Pinheiro
(Universidade São Judas Tadeu, Brasil)
Prof. Dr. Michael Samir Dalfovo
(Centro Universitário Sociesc, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Nara Lya Cabral
(PUC Minas, Brasil)
Prof. Dr. Nivaldo Ferraz
(Centro Universitário Belas Artes, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Patrícia Paixão
(Universidade Presbiteriana Mackenzie, Brasil)
Prof. Dr. Rafael Grohmann
(Toronto Universidy, Canadá)
Prof. Dr. Ricardo Freitas
(Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil)
Prof. Dr. Rogério Ferraraz
(Universidade Anhembi Morumbi, Brasil)
Prof.ª Dr.ª Roseli Fígaro
(Universidade de São Paulo, Brasil)
Prof. Dr. Thiago Venanzoni
(Fiam-Faam Centro Universitário, Brasil)
Prof. Dr. Vicente William Darde
(Centro Universitário FAM, Brasil)

Capa
Criada por IA, a partir de referências filmográficas de Aloysio Raulino

Rua Taquari, 546 - Mooca, São Paulo - SP, Brasil - CEP 03166-000

Reitor
Guilherme Martins Ramos Daflon

Vice-Reitora
Thiciane Vanessa Holanda Lins

_Editorial

José Augusto Mendes Lobato

Marcello Monteiro Gabbay

Constituída no campo interdisciplinar dos estudos de linguagem, estética e mídias, **NARRATIO** apresenta sua sétima edição e, nela, celebra os primeiros cinco anos d e sua história. Neste quinquênio, pudemos observar, a partir das contribuições enviadas e dos números publicados, uma série de recorrências temáticas e metodológicas que reafirmam a pertinência de nosso Foco e Escopo, bem como a riqueza e multiplicidade de abordagens que os estudos em comunicação e artes mantêm no Brasil.

Em primeiro lugar, cabe-nos ressaltar que, em atenção ao processo de avaliação dos periódicos científicos do Brasil, **NARRATIO** passa, em 2026, a conter classificação Qualis B4, em sua primeira apreciação no Qualis Periódicos da Avaliação Quadrienal da Capes (2021–2024).

Reafirmamos o propósito de seguir um caminho de amadurecimento da revista e celebramos esta conquista como um feito de todo nosso Conselho Científico, da equipe editorial, dos mais de 20 autores e dos mais de 30 pareceristas acionados para examinar criteriosamente os manuscritos que recebemos continuamente desde 2020.

O percurso pelos trabalhos apresentados nesta edição confirma que objetos empíricos oriundos da cultura audiovisual e de produções e processos que atravessam as redes são mais frequentes e, pouco a pouco, delineiam as abordagens preferenciais da revista.

“Pedagogia do documentário: estratégias discursivas em torno da entrevista, em curtas realizados por alunos de Jornalismo”, primeiro texto apresentado a seguir, é de autoria de Fábio Raddi Uchôa e Murilo Bronzeri e traz um relato de experiência do ensino da prática de produção de documentá-

rios entre estudantes de Jornalismo, examinando curtas-metragens e suas abordagens para o exercício da entrevista em diálogo com pautas e agendas sociais e outros gêneros e formas audiovisuais.

"Arquissema da triste paixão e subliminaridade: um olhar matreiro sobre passagens de A Amazônia Misteriosa e de A Amazônia que eu vi, de Gastão Luis Cruls", de Cláudio Silveira Maia, aproxima-se do escopo dos estudos literários e históricos por meio de uma análise da arte como fenômeno cultural e identitário que revela suas potencialidades na abordagem da Amazônia, para isso recorrendo ao arquissema da triste paixão, na abordagem de Iuri Lotman.

O texto contribui para articular os estudos da semiótica da cultura e da teoria literária à análise estética das figurações de identidades territoriais e culturais e reverbera de modo importante pesquisas já publicadas na revista em anos anteriores.

O estudo das televisualidades contemporâneas é o território de Malena Contrera e Camila Coronado, que assinam "Seriados audiovisuais sul-coreanos: masculinidade e estereotipia". O artigo promove uma análise sobre a presença de estereótipos de masculinidade em seriados audiovisuais sul-coreanos, em linha com uma análise de percepções das audiências sobre as imagens difundidas nas obras, combinando abordagens quantitativa e qualitativa em um interessante exercício metodológico.

Ainda no universo da cultura audiovisual, mas com olhar para os fenômenos específicos das redes, "Obrigado pelas rosas, huum milho: consumo do constrangimento e as lives de NPC", assinado por Hélio Cunha Filho, mergulha no consumo de constrangimento como categoria estética pertencente aos rituais de trocas simbólicas da cultura digital e, em especial, como exemplo do poder da imagem nas redes sociais.

Em seguida, Vicente Darde desloca os objetos de estudo para a economia da mídia contemporânea e para os estudos de comunicação institucional.

Para isso, em “Fazer diferença é todo dia: uma análise das campanhas de comunicação institucional do Grupo Globo sobre diversidade e inclusão da população LGBTQIA+”, avalia estratégias de diversidade e inclusão do grupo empresarial, com foco na campanha de mesmo nome divulgada em 2022.

A cultura musical, a indústria fonográfica e suas incidências sobre a produção dos artisas contemporâneos são o foco do texto “Sucesso era seu desejo...da jovem guarda ao sertanejo: Sérgio Reis e a Cultura Midiática da Música Sertaneja”, de Bárbara Heller, Heloísa Valente e Aparecido Donizeti Rodrigues. O texto investiga a transição de Sérgio Reis entre os dois movimentos musicais, com foco na canção “O Menino da Porteira”, de 1973, que seria o principal marcador de uma transição artística alinhada aos movimentos da indústria cultural e à memória do homem do sertão.

Por fim, em “Dublagem como elemento identitário em narrativas seriadas: um estudo sobre Anos Incríveis”, Marcio Dantas de Andrade e Sergio Nesteriuk mergulham nos estudos de dublagem, conectando-os a um elemento identitário presente nas narrativas seriadas brasileiras e confirmando a dublagem como objeto de pesquisa central às pesquisas do audiovisual.

O conjunto de trabalhos segue reafirmando o poder das narrativas e suas estruturas sobre os mais diversos espectros de gêneros e formas da cultura contemporânea. Seguem, ainda, mobilizando a *aisthesis* como processo prioritário para o exame dos impactos das mídias sobre os sujeitos e comunidades, não apenas em suas formulações de identidade, mas também na internalização de condutas e na compreensão do mundo-texto - como nos diria Vilém Flusser - sobre o qual devemos, respeitosamente, nos debruçar para entender o que nos diz.

Além desses textos, outros três trabalhos foram aprovados pela equipe de pareceristas e figurarão nas edições de 2026 de **NARRATIO**. Optamos por distribui-los para garantir equilíbrio e coerência ao rol de manuscritos divulgados a cada edição. Seguimos com chamada de trabalhos aberta e estendemos, para além de doutores, doutorandos e mestres, o convite e as portas abertas

às contribuições, também, de pesquisas de Iniciação Científica e monografias de cursos de graduação. Estes são publicados na seção Iniciação à Pesquisa, que optamos por não apresentar neste sétimo volume.

Agradecemos às autoras, aos autores, à equipe de pareceristas e aos membros do corpo editorial de **NARRATIO** pelo trabalho dedicado a esta edição, que finaliza um quinquênio e, esperamos, abre perspectivas ricas de trabalho coletivo em defesa das ciências humanas e sociais por meio da produção e difusão do conhecimento.

A você, leitor, desejamos uma boa experiência nas próximas páginas.

***

Nota de pesar

Registramos aqui, também, nossos sentimentos pelo falecimento abrupto e tão precoce do Prof. Dr. Igor Sacramento. Membro de nosso Conselho Editorial até o ano de 2025 e um grande amigo para os editores desta revista, Igor partiu ao final do mês de abril e representa, para o campo dos estudos em comunicação, um exemplo de trajetória intelectual, humildade e rigor em pesquisa. Além disso, sua cordialidade e generosidade o credenciaram como um dos mais promissores e jovens líderes de nossa área. A seus familiares, amigos e colegas do Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS), nossos mais profundos sentimentos.

_Sumário

8
_Artigo
Pedagogia do documentário: estratégias discursivas em torno da entrevista, em curtas realizados por alunos de jornalismo
Fábio Uchôa
Murilo Bronzeri

23
_Artigo
***Arquissema* da triste paixão e subliminaridade: um olhar matreiro sobre passagens de "A Amazônia Misteriosa" e de "A Amazônia que eu vi", de Gastão Luis Cruls**
Cláudio Silveira Maia

44
_Artigo
Seriados audiovisuais sul-coreanos: masculinidade e estereotipia
Malena Contrera
Camila Coronado

67
_Artigo
Obrigado pelas rosas, huum milho: consumo do constrangimento e as *lives* de *NPC*
Hélio Cunha Filho

88
_Artigo
Fazer diferença é todo dia: uma análise das campanhas de comunicação institucional do Grupo Globo sobre diversidade e inclusão da população LGBTQIA+
Vicente William da Silva Darde

115
_Artigo
Sucesso era seu desejo... da Jovem Guarda ao sertanejo: Sérgio Reis e a cultura midiática da música sertaneja
Aparecido Donizeti Rodrigues (Zé Renato)
Bárbara Heller
Heloísa Duarte Valente

146
_Artigo
Dublagem como elemento identitário em narrativas seriadas: um estudo sobre "Anos Incríveis"
Marcio Dantas de Andrade
Sérgio Nesteriuk

_Artigo

Pedagogia do documentário: estratégias discursivas em torno da entrevista, em curtas realizados por alunos de Jornalismo[1]

Pedagogy of documentary: discourse strategies surrounding the interview, in short films produced by Journalism students

Fábio Uchôa[2]
Murilo Bronzeri[3]

1 Este trabalho foi originalmente apresentado no 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM.

2 Doutor em Ciências da Comunicação (ECA/USP), com formação em Ciências Sociais (FFLCH/USP) e pós-doutorado em Imagem e Som (UFSCar). É docente do PPGCOM-UAM e coordena o grupo de pesquisa CineArte.

3 Doutorando em Comunicação pela UNIP (bolsa CAPES), mestre em Comunicação Audiovisual pelo PPGCOM-UAM (bolsa CAPES) e graduado em Rádio, TV e Internet pela Universidade Anhembi Morumbi, com distinção Magna Cum Laude.

Resumo

A partir de uma experiência com a disciplina de Narrativas Documentais (UAM), questionamos as presenças da voz, dos depoimentos e das estratégias político-discursivas, vislumbradas por alunos de graduação em jornalismo. Para tanto, unimos três passos: a) o debate teórico sobre a presença da voz no documentário (Bernardet; Lins; Nichols); b) a descrição da experiência pedagógica com os alunos; e c) uma análise dos curtas-metragens, realizados como trabalho final, enfatizando as intersecções entre a entrevista, os gêneros jornalísticos e as estratégias do audiovisual contemporâneo – como a encenação do cotidiano, o olhar feminista às minorias, o videoclipe e a publicidade.

Palavras-chave: Documentário; Pedagogia do cinema; Jornalismo.

Abstract

Based on an experience with the course Documentary Narratives (UAM), we examine the presence of voice, testimonies, and political-discursive strategies as perceived by undergraduate journalism students. To this end, we combined three steps: a) a theoretical discussion on the presence of voice in documentary (Bernardet; Lins; Nichols); b) a description of the pedagogical experience with the students; and c) an analysis of the short films produced as final projects, emphasizing the intersections between the interview, journalistic genres, and contemporary audiovisual strategies – such as the staging of everyday life, the feminist perspective on minorities, the music video, and advertising.

Keywords: Documentary; Pedagogy of cinema; Journalism.

Introdução

O ensino do Audiovisual em universidades, além do caráter formativo, permite acesso a valores e práticas, que refletem a cultura cinematográfica em um dado momento histórico. No caso da UAM (Universidade Anhembi Morumbi), a disciplina de Narrativas Documentais é um espaço de interface, unindo teorização do documentário e a realização audiovisual, ministrada para alunos de diferentes cursos da área de Comunicação. Neste trabalho, enfatizamos os filmes realizados por alunos do curso de Jornalismo, sua experiência com a linguagem documental e as interfaces estabelecidas com as estratégias jornalísticas.

A partir do estudo de caso de uma experiência pedagógica, debatemos aqui a presença da voz/entrevista no documentário contemporâneo e as estratégias político-discursivas, vislumbradas por alunos de graduação em jornalismo, diante da tarefa de realizar um curta-metragem. Para tanto, unimos três passos. Primeiramente um mapeamento do debate sobre a presença da voz/entrevista, entre pesquisadores do documentário (Consuelo Lins; Jean-Claude Bernardet; Bill Nichols); passando num segundo momento à descrição da experiência com a disciplina Narrativas Documentais (UAM) e um debate dos curtas-metragens realizados, sob o viés da presença da voz/entrevista. A hipótese inicial observa que uma parte dos alunos opta por realçar a entrevista como principal fio condutor; outra parte mescla tal dispositivo com estratégias conhecidas do audiovisual contemporâneo – caso da encenação do cotidiano; do olhar feminista às minorias; do videoclipe; e da forma publicitária.

No campo da Comunicação, com ênfase ao ensino de documentário em cursos de comunicação/jornalismo no Brasil, três pesquisas podem ser destacadas entre estado da arte sobre o tema, envolvendo diálogos nosso estudo. Em um artigo que problematiza as definições de documentário e de jornalismo, Gustavo Souza (2009) indica semelhanças e divergências entre os dois formatos midiáticos. Partindo do documentário expositivo clássico, em contato com a construção da notícia no modo informativo, Souza indica como semelhança a objetividade da notícia, mediada por um narrador e a ação de personagens. Por outro lado, os vínculos estabelecidos com os personagens seriam diferentes e mais complexos, no caso do documentário autoral moderno, apto a trazer diferentes vozes e ambiguidades. As relações com o pos-

tulado de registro da realidade, por sua vez, colocam-se como problema intrínseco às duas áreas. Nesta senda, Cíntia Pinto (2011) examina Trabalhos de Conclusão de Curso, no formato de documentário, realizados em cursos de Graduação em Jornalismo. Entre suas hipóteses, indica as aproximações entre documentário e reportagem televisiva, atentando para o uso da entrevista como uma das características comuns. Por fim, o ensino do audiovisual a partir de um gênero narrativo, bem delimitado, foi questionado por Laura Cánepa e Juliana Monteiro (2022), no contexto de alunos da Universidade Anhembi Morumbi, indicando um panorama inventivo de trabalhos finais. A partir dos referidos esforços e interpretações, nossa pesquisa leva em conta a complexidade de fronteira em questão, a importância atribuída à voz/narração especialmente sob o viés da entrevista, bem como o potencial de inventividade, presente nos filmes e estratégias discursivas de alunos de Graduação em Jornalismo. Colocamos em pauta não apenas as possíveis interações entre documentário e jornalismo, mas as soluções criadas para a construção dos filmes nessa fronteira.

A voz no documentário e a entrevista como recurso

Em nossa pesquisa, identificar a presença de uma voz envolve dois questionamentos: por um lado, a construção de uma visão de mundo própria a cada filme; por outro, a presença efetiva de uma voz em termos sonoros, por meio da entrevista. Diversos teóricos do cinema já questionaram a existência de uma voz no documentário. Bill Nichols, em Introdução ao documentário, afirma que o documentário é uma representação, ou visão singular do mundo. Sua voz "é, portanto, o meio pelo qual esse ponto de vista ou essa perspectiva singular se dá a conhecer" (NICHOLS, 2005, p. 73). Trata-se de uma "voz fílmica" (NICHOLS, 2005, p. 135) de natureza própria, podendo ser organizada a partir de subgêneros[4], referentes ao modo de representação de cada filme. Aos alunos de *Narrativas Documentais* tais subgêneros são apresentados como decisões a serem tomadas pelos grupos durante a realização dos filmes. Deste modo, para além de uma mensagem verbal, trata-se de uma forma de

4 Os subgêneros propostos por Bill Nichols (2005) dividem-se entre: poético, expositivo, participativo, observativo, reflexivo e performático. Eles podem coexistir, sendo também forma de relações com o mundo e com o outro, através do documentário.

enunciação, relacionada ao estilo e ao ponto de vista social dos realizadores, com materiais selecionados e arranjados em imagem e som.

A voz de cada documentário tem a ver com o modo escolhido para entrar em contato com os personagens, abordá-los, registrá-los por meio de um jogo que é também de identidade/alteridade. Numa outra vertente, a construção da referida voz passa pelas escolhas técnicas, ao longo da realização do documentário, incluindo a pesquisa de personagem, a forma de abordagem, ou ainda as decisões entre a personagem em situação de entrevista e/ou a encenação de eventos – elementos esses descritos por Sérgio Puccini em *Roteiro de documentário – da pré-produção à pós-produção*. Na linha das entrevistas como elemento central do filme, os exemplos e debates teóricos da disciplina Narrativas Documentais trazem o cinema de Eduardo Coutinho, unindo a economia de recursos técnicos e discursivos e a situação da entrevista como momento singular de construção das personagens (PUCINNI, 2009, p. 70-71). Predominantemente iniciantes à linguagem audiovisual, os alunos são apresentados a tal debate conceitual, passando também por uma oficina de câmera, na qual são indicadas e experimentadas variações de registro da fala, do documentarista e dos personagens abordados – buscando uma consciência das possibilidades, entre um documentário clássico, centrado na voz over, e as presenças do documentarista, seja no fora de campo, seja como personagem diante da câmera. Em Cineastas e imagens do povo, Jean-Claude Bernardet lida com as presenças do povo, por meio dos modos de construção do documentário e em particular de uma determinada voz. Entre as categorias debatidas por Bernardet, nota-se um arco, situado entre a noção de *modelo sociológico* (com o predomínio da voz *over*) e a ideia de voz ao povo (em documentários como os de Aloysio Raulino, em que o povo se apropria da própria câmera).

A história do documentário se imbricou com o uso de técnicas do jornalismo ligadas ao uso da entrevista, da voz over e dos critérios de objetividade e neutralidade, atualmente presentes especialmente no gênero informativo e em reportagens televisivas. Portanto, a própria formação dos alunos traz a objetividade no centro do debate como cânone do tipo de documentário realizado e a entrevista como meio de comprovação de ideias. O processo de orientação da disciplina procurou ampliar o cabedal de recursos narrativos em torno do potencial da imagem como maneira de desconstruir o uso da en-

trevista como solução narrativa única. Para José Marques de Melo (1985), a entrevista é um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando a eles contato direto com a coletividade. Se os gêneros jornalísticos sofrem constante transformação, de acordo com demandas sociais e históricas (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016), a entrevista e a notícia associam-se historicamente ao gênero informativo, com a função de informar dados sobre acontecimentos, cumprindo o papel de "vigilância social" (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016, p.49). Sua associação à objetividade, porém, pode estar em transformação, valendo questioná-la no contexto dos documentários universitários. Desse modo, a entrevista também pode ser pensada como espaço de tensão entre entrevistador e entrevistado no corpo jornalístico, como propõe Margarida Adamatti (2018), quando o assunto em pauta tem a necessidade de dizer sem ser dito. Como ressaltou a autora, o recurso da entrevista no jornalismo geralmente propicia ao leitor o acesso direto ao depoimento, mas não realça a relação criada com o entrevistador (e no caso do documentário, com a câmera). Esse recurso, que é a gênese da postura do jornalista, será analisado nos trabalhos feitos pelos alunos, assim como o uso das estratégias discursivas do campo do documentário contemporâneo.

A disciplina "Narrativas Documentais" e os filmes realizados

A disciplina *Narrativas Documentais* propõe uma introdução ao documentário, por meio de debates teóricos e da realização de um documentário em curta-metragem. Para isso, o curso é dado por dois professores, que se dividem entre: a) as definições de documentário em suas diferentes vertentes e dos modos documentais de Bill Nichols (2012); e b) uma frente prática dividida entre elementos de pré-produção, produção e pós-produção de um documentário, especialmente inspiradas em Sérgio Puccini (2009)[5]. Como recorte para essa pesquisa, adotamos as turmas de 2022/2 e 2023/1, constituídas por alunos de Jornalismo, para os quais foi pedido como trabalho final prático a realização de um documentário em curta-metragem, com temática

5 Essa foi a ênfase específica, adotada durante os semestres selecionados para análise, que tiveram como professores responsáveis: Fábio Raddi Uchôa/Jamer Guterres de Mello (2022/2) e Fábio Raddi Uchôa/Maria Ignês Carlos Magno (2023/1). A banca final da turma de 2022/2 foi formada por Margarida Maria Adamatti e Murilo Bronzeri.

livre, atentando especialmente às relações estabelecidas com os personagens/entrevistados, e para os momentos de depoimento[6]. Para alunos de jornalismo, tal proposta ativa dois campos sobrepostos: por um lado as noções de voz no documentário, à luz de autores acima referidos (Bernardet; Nichols), e por outro, os conhecimentos de jornalismo que atribuem importância à seleção de entrevistados, a formulação de entrevistas e aos gêneros jornalísticos - conhecidos como informativo e opinativo. Enquanto indagação de análise, pensamos que nos momentos de entrevista e nas decisões de pós-produção, os curtas realizados por alunos de jornalismo trazem embates de interesse, entre audiovisual e jornalismo, especialmente verificadas pelo modo como a entrevista, ou o contato com o "outro" são formulados.

Para o debate desses filmes, levamos em conta não apenas o processo pedagógico proposto e o desenvolvimento de cada grupo, mas sobretudo uma análise fílmica (processos descritivos) atenta às formas de construção do outro e de seus depoimentos, na interface, entre conceitos relativos à voz do documentário e aos gêneros jornalísticos. Essa metodologia permite construções que estão para além dos modos documentais descritos por Bill Nichols.

Dentre os trabalhos finais realizados, foram selecionados cinco, que representam formas interessantes de apropriação do outro por alunos de Jornalismo, em seu contato com a linguagem documental. São eles: *À beira do abismo*; *Barreira entre linhas*; *Bike boys*; *Desafios do home office*; *Mulheres da Luz*[7].

À beira do abismo é um documentário que tem como proposta abordar os abismos socioeconômicos e culturais na cidade de São Paulo. Realçando o espaço da entrevista, o filme cria um dueto entre um funcionário da *Rede Nossa São Paulo* (imagem 1) e a vivência do personagem em situação de rua (imagem 2).

6 Os alunos tiveram disponibilizados, para uso, kits reportagem, compostos por Câmera Panasonic AG-AC90 e microfone de lapela.

7 Nosso universo total de análise era composto por 7 filmes: À beira do abismo (2022); Barreira entre linhas (2022); Bike boys (2022); Carandiru – O apagamento da memória (2023); Desafios do home office (2022); Fiel – paixão ou fanatismo? (2023); Mulheres da Luz (2022). Entre eles, foram selecionados 5.

Imagem 1 – Quadro da entrevista com funcionário da Rede Nossa São Paulo.
Fonte: captura de tela de À beira do abismo.

Imagem 2 – Quadro da entrevista com homem em vulnerabilidade social.
Fonte: captura de tela de À beira do abismo.

As fronteiras entre documentário e jornalismo encontram-se tensionadas por meio dessas duas entrevistas, uma mais relacionada à reportagem e outra à coleta de depoimento nas ruas, com a construção de um personagem. O debate realizado com os realizadores do filme, durante a banca de avaliação final, indicou a intenção de aprofundar o segundo personagem, um pintor, que levou a equipe para a sua casa, revelando novos traços, sentimentos e objetos relacionados à sua vida. Nesse sentido, *À beira do abismo* explicita uma busca experimental por personagens, entre o uso informativo do depoimento

e a presença do documentário como instrumento de pesquisa. Seu método envolve uma voz dupla, ou uma dupla forma de abordagem, presente entre os depoimentos, mas também no fluxo da edição. Em sua abertura, o filme optou por realçar as imagens de São Paulo e da Avenida Paulista, usando como trilha sonora o rap, por meio de um fluxo bem concatenado e editado. Com o avançar do curta-metragem, a montagem torna-se menos fragmentada, deixando espaço aos depoimentos e presenças do outro.

Barreira entre linhas aborda a história de um produtor musical, Matheus Perin, de 22 anos e morador da cidade de Santo André, que tem como sonho a ascensão no cenário musical do rap. Ambientando em seu estúdio, a entrevista com Perin é intercalada com imagens dele nos shows e nas batalhas de rima. O documentário escolhe destacar um momento reflexivo, quando Perin resolve responder de novo à pergunta inicial (imagem 3). O trecho em que há esse "erro de gravação" aparece em preto e branco. A entrevista e a montagem do filme chamam a atenção pois remetem ao formato *vlog*, abreviação de *videoblog*, um tipo de vídeo popular nas redes sociais que costuma funcionar como um registro pessoal de alguma experiência. Quanto a sua voz, Barreira entre linhas traz uma intersecção, entre a entrevista e o discurso autobiográfico enfatizado via edição. No início do processo, os realizadores já tinham uma entrevista formulada e feita com o Matheus Perin. Grande parte do trabalho fixou-se na pós-produção, com uma montagem que enfatiza o depoimento em primeira pessoa, associado a imagens de shows e do rapper em seu estúdio. O depoimento de Matheus mescla-se ao posicionamento trazido pela edição em estilo videoblog, como um caderno de campo antropológico – do qual depreendem-se as interações entre equipe e entrevistado, transitando da entrevista à autobiografia saudosista.

Imagem 3 – Quadro de erro de gravação deixado no filme.
Fonte: captura de tela de Barreira entre linhas

A proposta de Bike boys é retratar a vida dos entregadores de aplicativos, principalmente os que utilizam a bicicleta como meio de transporte. Tendo como objetivo descobrir os motivos que os levaram a se manter nessa profissão, surgem nas histórias contadas pelos entregadores as condições de trabalho e a rotina como trabalhadores. A opção narrativa foi gravar as entrevistas em estúdio com fundo branco, tirando os motoboys de seu local de trabalho (imagem 4), mas intercalando os depoimentos com imagens da cidade de São Paulo e de outros entregadores no trânsito.

Imagem 4 – Quadro da entrevista com Gustavo.
Fonte: captura de tela de Bike boys

A proposta de levar os entregadores ao estúdio, estando um deles vestido com uma camiseta com o logotipo da empresa, faz pensar sobre a forma como o ambiente da entrevista pode alterar as respostas dadas. Os entrevistados podem ter se sentido desconfortáveis, acuados, incapazes de exercer críticas vorazes, diante de tal situação. Devido ao cuidado com iluminação, cores e som dentro do estúdio, trazendo discursos que evocam trabalho, estilo de vida e conquista, a voz geral do documentário flerta com algo de publicitário; especialmente quando um dos personagens veste a camisa do iFood. A vida cotidiana relatada pelos entrevistados, cotejada com imagens das ruas e do ambiente de estúdio, evoca algum tipo de fascínio – que pode ser também o fascínio dos bike boys ao entrarem nos estúdios da UAM, situados dentro de um conhecido shopping da Avenida Paulista.

Desafios do home office se propõe a demonstrar as vantagens que o trabalho em casa proporciona aos trabalhadores. O filme segue a rotina de três entrevistados entre o início do trabalho, pela manhã, até o final do expediente à noite, com acesso à rotina familiar envolvida no processo (imagem 5). Gravado durante a pandemia do Covid-19, as personagens ficaram responsáveis pela gravação e captação das imagens, o que, por um lado, é uma solução para prática para evitar a propagação do vírus e, por outro, também leva a pensar sobre a tentativa de permitir uma autorrepresentação dos entrevistados. O uso do celular e de uma câmera, entregue pelas realizadoras, ainda permite cotejar os tipos de padrão visual utilizados no registro. Ao propor um mesmo conjunto de questões (entrevista), que deveria ser respondido através da autorrepresentação em condições similares, *Desafios do home office* aproxima-se de um documentário de dispositivo. Sua forma transmuta a entrevista, distanciando-se do jornalismo e aproximando-se do documentário contemporâneo, em sua vertente observativa (NICHOLS, 2005). Entre o material bruto do filme, as temporalidades e silêncios cotidianos do Covid-19 explicitavam-se intensamente; trata-se de uma descoberta própria ao documentário, mas que foi amenizada no corte final do curta-metragem.

Imagem 5 – Quadro retirado da entrevista com Luca.
Fonte: captura de tela de Desafios do home office

O documentário *Mulheres da Luz* tem como tema a prostituição em São Paulo e as ações sociais existentes para acolher as mulheres que trabalham nesse setor, filmado nas imediações do Jardim da Luz. Trazendo diferentes depoimentos, como o da assessora parlamentar Thamiris Suellen dos Santos, o destaque do material é a forma de filmar as inúmeras histórias contadas por Cleone dos Santos, fundadora do Coletivo Mulheres da Luz (imagem 6).

Imagem 6 – Quadro que mostra Cleone dos Santos sendo entrevistada.
Fonte: captura de tela de Mulheres da Luz

O filme intercala as entrevistas com imagens de cobertura do local, quase sempre filmadas com a câmera na mão enquanto o cinegrafista caminha

– o que se assemelha a um plano subjetivo, marcando ali a presença de um documentarista na obra. Quanto à sua voz, Mulheres da Luz transcende o modo informativo, trazendo bons depoimentos mesclados à inserção do documentarista, que relê e reinterpreta as relações estabelecidas com os personagens. As tensões se dão aqui entre o informativo jornalístico e o documentário reflexivo.

Considerações finais: interfaces entre documentário e jornalismo

Do ponto de vista metodológico, a proposta é uma análise da produção audiovisual dos discentes, a partir da intersecção entre as pesquisas sobre a voz no documentário, os gêneros documentais e o processo de entrevista no jornalismo. Os curtas-metragens inserem-se numa zona de intersecção e experimentação, cada um com uma configuração particular. Quanto à voz, para essa pesquisa, foi considerada como modo de organização do mundo pelo filme, mas também como palimpsesto dos diferentes personagens e suas vozes, incluindo as presenças do próprio documentarista. Une posicionamento ideológico e expressão verbal. Entre o corpus de pesquisa, as vozes partem da entrevista como conteúdo informativo, num movimento de transposição ao documentário, decorrente de decisões de produção e pós-produção. Tratamos de tipologias de interface, unindo a entrevista informativa e estratégias audiovisuais contemporâneas como o autobiográfico, o desejo publicitário, o reflexivo, o observativo ou o documentário de dispositivo. As possibilidades do informativo são expandidas, levando-se em conta as presenças dos realizadores/entrevistadores e de suas negociações com os personagens. Nota-se uma consciência de intervenção no mundo através do documentário, com doses diferentes de subjetividade na narrativa documental. Tais materiais permitem ampliar o debate das fronteiras entre documentário e jornalismo (SOUZA, 2009), incluindo a questão dos gêneros jornalísticos (MARQUES DE MELO, 1985; ADAMATTI, 2018). Embora o próprio documentário poderia ser pensado como um gênero jornalístico (MELO; GOMES; MORAIS, 2001), tratamos aqui de experiências de fronteira, tensionando os próprios gêneros jornalísticos. Tendências informativas ou opinativas ganham novas nuanças, em contato com inspirações autobiográficas, reflexivas, publicitárias ou de

dispositivo, em termos audiovisuais. A riqueza discursiva dos documentários realizados por jornalistas, extrapolando a reportagem convencional, destacam um novo contexto histórico-midiático e novas possibilidades de gêneros discursivos como construções sociais.

Referências

ADAMATTI, Margarida Maria. A aproximação entre os cinemanovistas e o regime militar na imprensa – cooptação ou resistência? In: ABREU, Nuno César; FREIRE, Marcius; SUPPIA, Alfredo. Golpe de vista – cinema e ditadura militar na América do Sul. São Paulo: Editora Alameda, 2018.

BERNARDET, Jean-Claude. Cineastas e imagens do povo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

BUCCI, Eugênio. Na TV, os cânones do jornalismo são anacrônicos. In: BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita (orgs.). Videologias: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.

CANEPA, Laura Loguercio; MONTEIRO, Juliana Cristina Borges Quatro voltas do parafuso: romance epistolar, found footage, e glitch gothic no ensino de cinema. Comunicação & Educação, São Paulo, v. 27, n. 1, jan-jun 2022.

LINS, Consuelo. O documentário de Eduardo Coutinho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

LINS, Consuelo; MESQUITA, Cláudia. “Aspectos do documentário brasileiro contemporâneo (1999-2007)”. In. BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando. (Org.) Cinema mundial contemporâneo. Campinas, SP: Papirus, 2008. p. 157-175.

MARQUES DE MELO, José. A opinião no Jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1985.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. Intercom – RBCC, São Paulo, v. 39, jan/abr. 2016.

MELO, Cristina Teixeira de; GOMES, Isaltina Mello; MORAIS, Wilma. O documentário jornalístico, gênero essencialmente autoral. Anais do XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação/ Intercom, Campo Grande, 2001. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/115721212970949489812033638980826643 37.pdf>. Acesso: 08.10.2024.

NICHOLS, Bill. Introdução ao documentário. Campinas, SP: Papirus, 2005.

PINTO, Cíntia Xavier. O documentário como produção jornalística: nos limites da pesquisa experimental em trabalhos de conclusão em jornalismo. Tese (doutorado em comunicação), Unisinos, São Leopoldo, 2011.

SOUZA, Gustavo. Fronteiras (in)definidas: aproximações e divergências entre documentário e jornalismo. Doc On-line, n. 6, ago. 2009.

XAVIER, Ismail. Indagações em torno de Eduardo Coutinho e seu diálogo com a tradição moderna. In: Objetivo subjetivo – Cinemais especial: documentário. Rio de Janeiro: Aeroplano. v. 36, out./dez, 2003, p. 221-235.

XAVIER, Ismail; BERNARDET, Jean-Claude. Debate realizado no Centro Cultural São Paulo. 15.05.2003. Contracampo. n.53. Transcrito por Cleber Eduardo. set. 2003. Disponível em <http://www.contracampo.com.br/53/ismailbernardet.htm> Acesso em: 04.04.2024.

_Artigo

Arquissema da triste paixão e subliminaridade: um olhar matreiro sobre passagens de “A Amazônia Misteriosa” e de “A Amazônia que eu vi”, de Gastão Luis Cruls

Cláudio Silveira Maia[1]

1 Doutor em Estudos Literários Pelo Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu da FCLAr/UNESP e professor titular das Faculdades AJES & Ágora.

Resumo

Este estudo explora a arte como fenômeno cultural e identitário, com ênfase na Amazônia, destacando o conceito de *arquissema* da triste paixão de Lotman e suas conexões com a subliminaridade. Por meio de uma análise intertextual de textos literários e históricos, incluindo o romance "A *Amazônia Misteriosa*" e o diário de viagem "*A Amazônia que eu vi*", ambos de Gastão Luis Cruls, investiga-se como certos recursos narrativos e lexemáticos produzem sentidos e evocam interdiscursos. O *arquissema* é analisado como uma malha de semas, em que palavras transcendem significados apenas superficiais para compor estruturas significativas por meio de lexemas, como argumentado por Greimas e Rastier. O estudo também aborda a interdiscursividade, descrita como "signo em gêmeos", evidenciando a riqueza estética e cognitiva das narrativas analisadas. Finalmente, com base nos códigos operatórios ideológico, temporal e representacional, busca-se compreender as articulações entre ciência, fantasia e arte na construção de um imaginário amazônico.

Palavras-chave: *Arquissema*; **Subliminaridade; Narrativa amazônica; Lotman; Gastão Cruls.**

Abstract

This study explores art as a cultural and identity phenomenon, with an emphasis on the Amazon, highlighting Lotman's concept of archiseme of sad passion and its connections to subliminality. Through an intertextual analysis of literary and historical texts, including the novel A *Amazônia Misteriosa* and the travel diary *A Amazônia que eu vi*, both by Gastão Luis Cruls, the investigation focuses on how certain narrative and lexematic resources produce meaning and evoke interdiscourses. The archiseme is analyzed as a network of semes, where words transcend mere superficial meanings to compose significant structures through lexemes, as argued by Greimas and Rastier. The study also addresses interdiscursivity, described as "twin signs," revealing the aesthetic and cognitive richness of the narratives analyzed. Finally, based on ideological, temporal, and representational operative codes, the research seeks to understand the articulations between science, fantasy, and art in the construction of an Amazonian imaginary.

Keywords: Archiseme; Subliminality; Amazonian narrative; Lotman; Gastão Cruls.

Intodução

Amazonas em ciocavalga porocas,
com seio de barrancos decepados,
réu em macaréu.
Andrógino rei desmemoriado.

(Loureiro, 2000, v. 1, "Cântico II", p. 32).

Pensamos a arte enquanto um fenômeno particular a cada cultura e identitária com a gente e o ambiente locais. Nesse sentido, temos a intenção de destacar algumas particularidades do *arquissema* de Lotman, aqui denominado *arquissema* da triste paixão, além de explorar alguns recursos subliminares, orientando-nos por alguns lexemas fecundos no imaginário amazônico. Os textos constituintes do contexto que estaremos a considerar têm a natureza de carta, prefácio, crítica, e, claro, muito de literatura e história. Ao cotejá-los, pretendemos abordar alguns recursos de produção do sentido que revelam a forma, hermética ou imanente, de como certas leituras evocam outras. Empreenderemos assim, um estudo intertextual – cujo discurso tem seu sentido parcializado pelo interpretante no conjunto de suas virtualidades significativas.

Com efeito, voltados para discutir a sentimentalidade especulativa e o mecanismo de repetição das palavras ou imagens textuais, notaremos, pela equivalência de alguns arranjos narrativos dos textos-objetos, possíveis modos-construtores do *arquissema* paixão e da subliminaridade. Naturalmente, a palavra *arquissema* reporta uma grande malha de semas que aqui chamaremos de as pequeninas partes constitutivas da palavra. Ato contínuo, sabemos que uma palavra não se compõe apenas de elementos significantes mas também, senão principalmente, de elementos significados como os lexemas. Ora, todos temos consciência da força das palavras em suas lexias – pulsões internas, sobretudo se as palavras pretendem contextualizar um jogo de paixão. No prefácio ao ensaio *La lettre dans le conte populaire merveilleux*

français, de J. Courtés, Greimas[2] afirma que "o lexema não é apenas produto de uma estrutura superficial, mas de combinações sintagmáticas históricas, autonomizadas em estereótipos socioculturais os mais diversos" (Greimas in Courtés, 1979, p. 06).

Levando-se em conta que a configuração discursiva é uma manifestação lexemática, e que sua realização depende da interatividade dos intertextos, compomos a afirmação de Greimas para os lexemas, buscando trans-significá-la no âmbito do *arquissema* e da subliminaridade enquanto dispositivos de temas-imagens, respectivamente, observáveis em diferentes níveis do "percurso gerativo de sentido". A esse percurso, ou "processo de significação" como prefere Blikstein, se refere Lotman:

> As interdições, no fundo das quais funciona o texto, são, no sentido lato da palavra, todo o sistema da construção do texto artístico. [...] Lembremo-nos de que os sistemas de relação dos conceitos são a expressão mais real do modelo do mundo na consciência do homem. Assim, o texto artístico é entendido tendo como fundo o conjunto dos modelos do mundo em ação no leitor e no autor, e em luta com ele (Lotman, 1978, p. 328-329, grifos nossos).

Contudo, considerando o alto teor metafórico do texto artístico, logo, também dos textos que aqui nos servem de matéria prima ao exercício de análise, reafirmamos com Rastier (1991, p. 141) o que alinhavara Greimas a propósito do lexema: para Rastier, as sociedades socioculturais codificam e discernem, através de prescrições e interdições dos campos semêmicos por elas distinguidos, as relações alegórico-metafóricas imbricadas no contexto linguístico.

Então, examinando algumas passagens literárias do romance *A Amazônia Misteriosa* e do diário de viagem *A Amazônia que eu vi*, ambos do escritor Gastão Luis Cruls, pretendemos perceber algum diálogo entre as passagens escolhidas – através da interdiscursividade operada nos gêneros que acima referimos.

---

2 Nossa tradução parcial para: le lexéme n'est pás une unité linguistique strictu sensu,, car il n'est pas le produit de la structure, mais de l' histoire, effectuant la clôture de la combinatoire, transforme les combinaisons syntagmatiques libres en stéréotypes culturels, et la dimension lexématique des langues naturelles se trouve pour une bonne part décallée, autonomiséepar raport à la structure linguistique immanente, donnant lieu ainsi à des catégorisations sócio-culturelles du monde.

Essa interdiscursividade é o que chamamos de *signo em gêmeos*, isto é, sentido duplamente significado, retratado pela resolução (foco narrativo) da imagem na narrativa, e cuja projeção textual nos mostra uma estética abundante do conhecimento de mundo, e que surpreende por sua sensibilidade e alcance.

Para cumprir esse expediente, e o pensamos simples, desenvolveremos algumas análises com vistas a vislumbrar possíveis efeitos de sentido para o *arquissema* triste paixão e para a subliminaridade. Enfim, e já aqui estamos reduzindo nosso objeto de estudo, buscamos um exercício que, de algum modo, nos proporcione alguns resultados significativos, ancorados nas particularidades que escolhemos destacar. É conhecido o fenômeno das entrecruzes pelas tipologias textuais. Sabe-se também que há um(s) discurso(s) no seio da interdiscursividade. Ao considerar o jogo de cena como expressão do signo em gêmeos, estaremos contemplando algumas moléculas que compõem a resolução de imagem na narrativa, através de referência à conjunção poesia, pintura e mídia em *foto-síntese* na arte literária de Gastão Cruls.

Entrementes, formas para exprimir a realidade literária ou historicamente (su)posta convertem-se em atitudes, ao que, ciência e fantasia se aproximam, se plasmam e migram para a arte. Em sua hora e vez, a arte, traduzida em linguagem, reanima-nos o pensamento; povoa o imaginário com formas outras, com personagens (que bem poderiam ser nós mesmos) e situações (todas) possíveis de acontecimento. Assim, e neste momento, privilegiaremos uma leitura que registre (de o plano texto) *flashes*[3] de passagem das fronteiras de três códigos operatórios em análise semiótica: o ideológico (a que chamaremos ideogramático), o do tempo e o da representação. A saber, considerações sobre o narrador e sobre algumas personagens e acontecimentos no espaço-tempo do romance e do diário, bem como algumas articulações possíveis.

O Narrador

O saber do narrador na *Amazônia Misteriosa* apresenta-se um saber onisciente, e mesmo anterior aos caracteres sensoriais. Por outro lado, em *A Amazônia que eu vi*, mostra-se um saber inicialmente restrito à reprodução

3 Chamamos flashes aos entrechos adiante extraídos do romance e do diário, os quais misturam fantasia e ciência, dificultando o estabelecimento de fronteiras entre um gênero e outro.

das imagens e dos acontecimentos; isto é, da experiência e das expectativas do grupo em torno da expedição.

Note-se, entretanto, que a viagem na *Amazônia Misteriosa* é uma aventura-aventura, construída pelo desejo, algo mítico, de vencer lendas e medos. Já em *A Amazônia que eu vi*, a viagem é uma expedição determinada pela necessidade de demarcação das fronteiras brasileiras, e seu caráter aventureiro remonta ao universo semântico, dado ao conhecimento pela palavra aventura.

Desnecessário, mas importante lembrar que esse tal universo semântico da palavra aventura cristalizou-se nas culturas de todos os povos, graças à literatura, como o ato corajoso de lançar-se em busca do desconhecido e desmistificá-lo, contribuindo assim para a sua divinização ou assombramento.

As imagens discursivas no romance A *Amazônia Misteriosa* e na historiografia *A Amazônia que eu vi* conferem aos discursos efeitos de sentido de verdade, propiciados por uma reconhecível autoridade da enunciação, e por efeitos de referente – por sua vez, propiciados pela narração de fatos possivelmente prováveis na realidade. Na *Amazônia Misteriosa*, o narrador, actante do nível discursivo, conduz o fio narrativo pela delegação de vozes aos actantes do discurso: a ele mesmo –narrador representado –e aos interlocutores com papéis estabelecidos na história relatada e que falam em seu lugar.

Ressalte-se assim, o que para nós é de suma importância: por trás dessas vozes está o sujeito que enuncia, responsável pelo engendramento das narrativas e pela projeção de outros actantes discursivos como desdobramentos do si mesmo. Essa teia da interdiscursividade, de feitos modalizantes, revela, mais uma vez, o discurso como o território polêmico da exposição de valores individuais e socioculturais, concebidos do genoma histórico com que se relacionam o homem e o ambiente.

Já em *A Amazônia que eu vi*, o procedimento é de presentificação do presente através da técnica de registro, ao invés da simulação, do aqui-agora do instante enunciativo: o narrador, posicionado como observador do espaço e do tempo reais, fabrica uma realidade tal como era no momento em que a cena ou vista estava sendo observada.

A relação entre um e outro, ou seja, entre o espaço ficcional do romance e o

espaço (supostamente) científico do diário de viagem, tentaremos ver através de uma perspectiva sobre a construção do discurso pela trajetória de Greimas (1975): pensamento – sentido – [substância[4] do conteúdo] – cadeia fônica – [substância[5] da expressão]. A articulação entre estes dois planos, nesta análise, também chamados por Lotman (1978) de plano fraseológico, seguirá um organograma esquematizado por Blikstein (1995, p. 65), que propõe um fluxograma para a interação língua e práxis, e cuja configuração seria estabelecida a partir de uma realidade fabricada.

Desse modo, pressupondo que nossa percepção capta um mundo que já existe, com suas formas e leis naturais, e formas e leis impostas pelo poder de transformação que o homem exerce sobre o natural – precisamos reunir os dados informativos que nos chegam através da visão ou da audição, por exemplo. De posse desses dados, temos então condições de emitir o que seria um sussurro, o primeiro bafejo de uma opinião própria: instaura-se, aí, o início do processo de formação da experiência, ao que Blikstein chama práxis.

Uma vez instituída a práxis, nossa percepção passa a ter valor de causa e consequência. É o fim da inocência! Desse ponto em diante, deixamos de ser naturais na medida em que, gradativamente, aumenta nossa visão de mundo e nossa capacidade de apreender os traços de identificação e diferenciação de nosso sujeito-objeto, que é, lembremos, referente de uma realidade pré-existente.

O passo seguinte nos leva à composição dos passos ideológicos. Nesse quadrante, serão determinantes os valores sociais da família, da comunidade, etc., com os quais o sujeito está às voltas, e cujo ponto de vista continua em formação. O sujeito, havendo compreendido os traços ideológicos, abrirá caminho para a instalação (e isto se dá automática e instantaneamente) de um processo pelo qual ele, sujeito, passa a estabelecer relações de sentido com o seu objeto: é o processo da significação ou semiose.

Continuando nosso percurso, chegamos agora aos corredores isotópicos, responsáveis pela ordenação e distribuição dos diversos significados e níveis de significação, constituindo, pois, uma inter-relação, uma interdiscursividade que se gere e se reproduz nas reconhecíveis regularidades do conteúdo e

4 Para Saussure não é substância, é forma.

5 Idem.

da expressão. Conforme Greimas (1975), temos aí a isotopia do discurso: sua coerência sintagmática. Logo, considerando que abordamos nesse estágio a diversos discursos e, portanto, várias isotopias; faz-se necessária uma via de ligação entre elas. Para tanto, Greimas (1975, p. 25) sugere que "a sistematização dos processos de engate das isotopias surge desde já como uma tarefa precisa da semiótica narrativa". E complementa: "É evidente que, dentro da perspectiva gerativa, a estrutura pluri-isotópica do discurso, que desce de instância em instância até o plano da manifestação, produz aí lexemas polissêmicos [...]" (Greimas, 1975, p. 25).

Finalmente, essa inter-relação nos dará as dimensões da visão, do ponto de vista que construímos em torno do objeto – está formado, pois, o estereótipo; isto é, o layout de uma visão. A propósito, Lippman faz, no artigo Estereótipos, uma afirmação bastante pertinente para caracterizar a percepção e a definição do mundo nas pessoas:

> Na maior parte das vezes, não vemos primeiro para depois definir, mas primeiro definimos e depois vemos. Na grande confusão florida e zunzunante do mundo exterior colhemos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber o que colhemos na forma estereotipada, para nós, pela nossa cultura (Lippman, 1972, p. 151).

Ao lado dos estereótipos, forma-se a imagem do objeto percebido, que permitirá a cognição e, em consequência, a formação do referente do sujeito-objeto; ou seja, de uma matéria (real) que já existia. Com o referente formado, teremos a sua expressão mediada pela língua, cuja manifestação segue veiculando para a práxis não apenas o semema do sujeito-objeto, mas um repertório de semas carregado de eventos lexemáticos. Instala-se, enfim, o processo de repetição – do incurso realidade na manifestação da língua, e do incurso manifestação da língua na realidade: está em operação o processo de interação língua e práxis.

Com efeito, o exercício dessa competência permitirá, ao sujeito que vê, aprofundar sua visão sobre o sujeito visto; terá, pois, a oportunidade de conceituar ou mudar pré-conceitos, inclusive conceitos anteriormente formados

por ele mesmo. Muda, portanto, da condição de observador para a condição de interpretante.

O *arquissema* triste paixão

Conforme o esquema de Lotman (1998, p. 291), o *arquissema* é composto da redução ou nivelamento de determinadas unidades semânticas, correntemente vistas como opostas. Mais precisamente, o *arquissema* é uma palavra que reúne ou agrupa marcas, caracteres, de palavras de sentido contrário. Ex.: semas do par antitético cólera : : amor, ao serem agrupados e submetidos ao nivelamento semântico, formarão uma palavra capaz de designar o resultado da mistura: o *arquissema*. Nesse caso, o *arquissema* para cólera : : amor será a expressão paixão violenta.

De fato, neste exercício, o grupo semântico que compreende o triângulo amoroso envolvendo as personagens Malila, Rosina (ou Mananchic) e Seu Doutor, nivelado ao grupo semântico das mortes de Rosina e Malila – permite a seguinte redução: semas de amor agrupados a semas de morte, formam, juntos, o *arquissema* triste paixão. Vejamos:

Fragmento 1 – A francesa Rosina n'Amazônia Misteriosa (Cruls, 1958, p. 66):

> Veja este como é bonitinho. [...] E amimando-o com carinho: 'Le pauvre petit!'

O *arquissema* triste paixão nA *Amazônia Misteriosa* está estruturado sob a forma de um diálogo triangular entre as personagens Seu Doutor, Rosina e Malila. Esse triângulo é testemunhado por um narrador anônimo que se ajusta da perspectiva externa de quem se limita a mostrar a cena e a reproduzir as falas em discurso direto. Instala-se, então, um procedimento de debreagem enunciativa, que resulta da instauração de um observador, – como no romance balzaquiano, posicionado no discurso de forma não explícita e algo longínqua: os envolvidos não atinam para a possibilidade de estarem sendo vigiados, nem contam com o constrangimento que essa vigília poderia acarre-

tar. Com efeito, a presença desse narrador-testemunha, está raramente assinalada e – reserva-se à confissão de que ele sabia de tudo, anunciada somente na última página do romance:

> Beije! Seu Doutor... Pode beijar! Não se agonie por minha causa... [...] e Seu Doutor pensava então que eu não sabia? Sabia de tudo... Paixão de amor não se esconde... É como o mel-de-pau lá de nosso agreste, mesmo metido no oco das árvores, ele está cheirando de longe (Cruls, 1958, p. 170).

Nesse quadro, o narrador representado (a personagem Seu Doutor) autoriza um actante narrativo (a personagem Pacatuba) a falar em seu lugar, delega-lhe, pois, voz e saber sobre o tema da paixão. Ao inaugurar o discurso, confessando com suas palavras, o que até então era de domínio de uma testemunha-muda, configura-se o que chamaríamos de debreagem de segundo grau: quando a competência de interpretar a situação, é cedida a uma pessoa cuja integridade parece irrepreensível. Nesse quadro, a personagem Pacatuba distingue-se por representar a Natureza: ele – o nativo irremediavelmente fiel a princípios, os mais simples.

De toda sorte, mais que para a articulação de operadores ideogramáticos como o silêncio do Pacatuba até o desenlace final, o acoitamento de Malila, pilhada várias vezes entre as árvores ou arbustos, a opção de Malila por seguir à distância as pistas da fuga de Seu Doutor e Rosina, o silêncio-de-pedra de Rosina (em nenhum momento ela externa seus sentimentos quanto àquela relação), e o indisfarçável jogo da velha manipulado pela personagem de Seu Doutor – a debreagem da qual falamos, ativada no momento do passe para a outra interface do discurso, ou para outra instância narrativa, tem o poder de modalizar os acontecimentos na diegese, conferido pelo estatuto do narrador representado que produz o enunciado. Essa modalização provoca um efeito de suspensão da verdade, na medida que permite a divagação, e até mesmo a ambiguidade – já que não se sabe com certeza, antes do momento final, se a paixão de Malila é por Seu Doutor, ou se por *Mananchic* (Rosina).

Por sua vez, pensando no que Genette classifica em narrativa de falas, na categoria modo; o entrecho do fragmento 1 se nos apresenta um discurso mi-

mético, em que o narrador reproduz, nas palavras: “bonitinho” e “le pauvre petit”, não só o discurso de personagem na voz da própria personagem (e por isso mimético), mas também as cenas, o acontecimento a partir da visão, da percepção da personagem Rosina – o que nos dá uma mimese em dois graus: a imitação evolui para o máximo de se expressar na língua original da francesa, uma probabilidade equivalente da expressão articulada em português (já que bonitinho e coitadinho são, sob certo ponto de vista, sinônimos).

Segundo Anne-Marie Baron[6],

> com o auxílio do narrador representado, é possível observar-se a fisionomia dos atores em cena [dos interlocutores]. Quanto maior a evidência do mimetismo que [ele, narrador representado] se pretende, maior será a adesão de seus narratários. Sua presença garante a verossimilhança e sustenta a colocação de um ponto de vista objetivo [claro que pretensamente] sobre o mundo diegético (Baron, 1989, p. 301, grifo nosso).

Esse efeito contribuirá para a geração de empatia entre o contexto do entrecho acima, em que nos fala Rosina (como personagem homodiegética), e o contexto do fragmento a seguir, que nos dará em palavras a visão do quadro anterior – uma mimese do encantamento, uma vez que o narrador acompanha o itinerário mágico do real ao surreal do amor rimanceiro do rio. Desdobrando-se, ou falando mediado pelas isotopias que saltam do organismo sintátiço e entoacional, o prosador constrói um fundo poético capaz de inebriar mesmo. Vamos olhar:

Fragmento 2 – A amazona Malila (Cruls, 1958, p. 73):

O narrador assim a introduz:

> Todavia muito mais poética foi a lenda que Malila me contou para explicar a origem do cão entre as Amazonas. – Isto é uma sauca sauca

6 Tradução parcial nossa. No original: “*Les observateurs foisonnent dans le roman balzacien. Ces auxiliaires du narrateur figurent parmi les acteurs de cette ‘comédie illocutoire’ (l’ expression est de Oswald Ducrot) qu’il monte de toutes pièces pour emporter l’ adhésion de ses narrataires à l’univers mimétique qu’il crée. On a souvent dit que leur présence était une garantie de vraissemblance, la mise en place d’un point de vue soi-disant objectif sur le monde diégétique.*”

hauaricuna, dizia-me ela a sorrir.

E talvez ela tivesse nesse instante, o olhar como na bela quadra de Alberto Rangel, reproduzida inicialmente no romance Inferno Verde do próprio Rangel e transcrita para *A Amazônia que eu vi* (p. 7, grifo nosso):

Tem o olhar de quem se vinga
Do lago a pupila insana,
Como sobrancelha de aninga
E cílios de canarana.

Considerando o universo da paixão um arquétipo da realidade, e o seu exprimir um *arquissema* da língua, verificamos uma práxis formada por traços correspondentes. Vejamos de novo: Em A *Amazônia Misteriosa*, o narrador autodiegético[7], em 1ª pessoa, declara: "muito mais poética foi a lenda que Malila me contou..."; e Malila sorrindo, de cócoras, e com a cabeça apoiada no pescoço assente à pergunta que não lhe foi dirigida – mas facilmente previsível para a resposta que veio sob pretexto (também previsível) de quebrar o gelo, puxar conversa, enfim, com a premissa de iniciar um vínculo (este sim, imprevisível) respondeu: "isto é uma sauca sauca hauaricuna": símbolo da amizade dos deuses.

No entrecho de *A Amazônia que eu vi*, que, em síntese, pode ser reduzido a "um olhar na pupila insana", facilmente redutível a um olhar ardente, este marcado pela sobrancelha espessa e longa (esta imagem resulta da visão e pensar no palu da aninga, cuja forma é espessa e alongada); e pelos cílios arrebitados (cuja imagem é refratada pela natureza da erva canarana, que tem folhas apontadas para o alto muito viçosas).

Isso tudo desenha um quadro ou estereótipo com seu layout: o da sedução. O conteúdo pictural do quadro – uma mulher amazona, virgem, de 15 a 25 anos, acocorada, abraçando o pescoço de um cão, e olhando de baixo para cima numa posição angular e inclinada – para um homem, constitui o referente deste quadro.

7 Termo derivado de diegese. Diegese e seus derivados foram definidos por Genette em "Discurso da narrativa".

Por meio das chamadas lentes de perspectivação próprias ao universo fílmico, poderíamos reduzir essas imagens à imagem do olho olhando. E aí teríamos, nos quadros de A *Amazônia Misteriosa* e *A Amazônia que eu vi*, a mesma imagem representativa.

Isso é possível, porque os traços correspondentes eliminam, pela diferenciação, as não-afinidades. Já na introdução de sua correspondente, a personagem Malila na *Amazônia Misteriosa*, o narrador alude à forma de expressão dessa personagem interlocutória o modalizador poética. No entanto, quem ler a narrativa que segue a essa introdução, verá que se trata tão somente de uma narrativa de lenda, que segue o estatuto específico para este gênero, que, claro, carrega alguma poeticidade, mas nada que justifique a inferência de "muito mais poética", só discursivamente coerente quando focalizamos a provável entonação, que por sua vez, só imageticamente pode ser vislumbrada. Um vislumbre advindo do contexto.

Nesse sentido, temos a imagem de um *arquissema* em A *Amazônia Misteriosa* em conjunção com a imagem de um *arquissema* em *A Amazônia que eu vi*, pela co-identificação dos regimes sêmicos. Esses regimes, percebidos como componentes ideológicos, incorporam as taxias da semiose do processo de significação de Blikstein (1995), através das quais obteremos a travessia do sentido. Serão, portanto, corredores isotópicos ou fôrmas semânticas que nos darão a percepção/cognição dos estereótipos, sendo, estes estereótipos, marcas sensoriais através das quais o sujeito percebe o mundo e o intelige. A seguir, teremos um referente que ancora imagens pré-selecionadas, para finalmente alcançarmos o uso da língua para expressão de uma realidade que é a realidade traduzida pela práxis. Assim:

Nem a fala nem a linguagem são expressões fiéis do pensamento. Ambas são reflexos da práxis, do senso comum. Daí muitas vezes alguém dizer uma coisa pensando que significa outra, ou alguém interpretar um enunciado diferente de seu produtor; e ainda fingir, camuflar e instituir fatos de linguagem.

Mas, o estereótipo de outro corredor isotópico, a *sentimentalidade*, não nos deixa dúvidas quanto a correspondência entre o narrador representado ou autodiegético e Malila (como vimos na 2ª citação do fragmento 1 desta análise), pela voz, não por acaso, do narrador-testemunha Pacatuba. Com efeito, a correspondência entre o narrador representado e Malila se cumpre

no fato de que ambos amavam a mesma pessoa: Seu Doutor amava a francesa Rosina, mulher do alemão Hartmann; e Malila amava Mananchic – cognome de Rosina – para ela minha senhora, minha rainha.

Essa leitura é o ideograma de uma práxis que suscita imagens de dois universos distintos: o de regime inicial, primitivo, selvático, lendário; e o de regime final, de idealização do puro sangue ariano, mítico. Nessa mesma leitura, as imagens ainda permitem outras combinações, sem, contudo, alterar a realidade que pode ser tanto uma coisa quanto outras.

A sobreposição destes dois regimes é factual quando reportamos a imagem da comparação descricionista às páginas 48 e 64 de A *Amazônia Misteriosa*, sobre Rosina; e à página 52, também de A *Amazônia Misteriosa*, agora sobre Malila. Na página 48, Rosina é o exemplar louro ariano. Já na página 62, Rosina é a loura dos grandes olhos negros e luminosos – talvez, como os de Malila na página 52. De toda sorte ou fado, a morte de ambas põe fim a qualquer conspiração analítica que se proponha provar, se provar preciso fosse, um triângulo amoroso entre Seu Doutor, Malila e Rosina. Ficam os versos já declamados (imageticamente) de Alberto Rangel, dirigidos pelo escritor do diário a uma índia de verdade, sobre a qual pesava a cisma de ser ou não uma amazona. Mas não só: ficam também as palavras do Pacatuba, vindas ao episódio em que Malila pusera, caladinhazinha[8], qualquer coisa não reconhecida na mão de Seu Doutor:

> – Isto é olho de bôto-vermelho, disse o Pacatuba, vindo em meu auxílio.
>
> – Olho de bôto-vermelho? E pra que serve?
>
> – Então, Seu Doutor não sabe? – E ele fez uma visagem maliciosa.
>
> –?
>
> – É que essa bugrinha está embeiçada pelo senhor...
>
> – Ora, Pacatuba!
>
> – E Seu Doutor duvida? Não duvide não... Ela não lhe trazia esse presente

8 Aglutinação do signo corrente calada com o arcaico azinha (azinha significa esperteza).

> se não gostasse do senhor. É que o olho do bôto-vermelho tem mundrunga e faz pegar paixão por quem o deu (CRULS, 1958, p. 149-150).

Como vemos, um jogo passional de sedução estava aberto.

A Subliminaridade

De acordo com Calazans (1992), a subliminaridade é um aplicativo para manobrar e disparar flashes de imagens em sucessões muito rápidas. No plano fraseológico, estamos concebendo este aplicativo, como imagens-contexto dos planos de conteúdo e de expressão das passagens escolhidas – dispondo, aliás, o que já em *Sémantique* Greimas observou quanto à tendência geral dos discursos à narrativização.

Um tal esquema de representação das relações de transferência de sentido implica, no nosso caso, as considerações que Yuri Lotman faz na sua *A Estrutura do Texto Artístico*, concluindo que "o destino do discurso narrativo em arte é análogo: o discurso artístico não é idêntico à prosa não artística, mas relaciona-se com ela como uma reprodução com o seu objeto" (Lotman, 1992, p. 177).

De fato, não estamos verificando a valia dos elementos superficiais do texto, mas as relações secundárias complexas, situadas panopticamente ao nível da estrutura profunda, a fim de visualizar unidades formadoras da subliminaridade, e se tivermos sorte, alguns efeitos dessa formação – como a lágrima nos olhos a cada lembrança, materializando a saudade do lar, o peso da expiação da culpa pela descontrução do amor, com a sensação de esfriamento e fervura do sangue, entre outros. Contemplar esses instantes de plenitude, em que o sujeito que vê e o sujeito visto tornam-se, concomitantemente, ativos e passivos, cria um lume que Tatit traduziu em teoria que nos chega como música: "A imagem da apreensão estética como um instante sublime, que se destaca das imperfeições do cotidiano, ilustra bem o encanto dessas pequenas durações e não deixa de revelar também o esforço do sujeito em prolongá-las" (Tatit, 1997, p. 57).

Na página 6 de *A Amazônia que eu vi*, Cruls comenta sobre os muiraquitãs. Diz que estes muiraquitãs na forma de rãs posicionadas abertas em

puro jade foram ilustrados pela primeira vez no Brasil, por Barbosa Rodrigues. Essa ilustração de Barbosa Rodrigues, conforme explicação do autor do diário, serviu como ilustração da capa de A *Amazônia Misteriosa*, em suas primeiras edições. Repare-se que nesse percurso que estabelece a conexão narrativa entre o romance e o diário, há um transportar-se pelo pensamento.

Esse transporte tem dois pontos que merecem uma atenção especial. O primeiro diz respeito ao ponto inicial, ao motivo que levou o escritor do diário a buscar, nas lembranças de quase dez anos antes[9], o muiraquitã – símbolo talhado na pedra verde e que representava a ginocracia das amazonas. O segundo, diz respeito ao ponto final, à consequência, inclusive narrativa, que se deu por conta daquela lembrança. Esclarecendo o primeiro ponto, é importante notarmos que o motivo que despertou a lembrança esteve instalado no tempo real. A expedição do Marechal Rondon pelos trópicos da selva brasileira, acompanhada pelo escritor Gastão Cruls, estava acontecendo de verdade. Também a flecha que um dos membros da expedição recebeu nas costas não era de mentirinha, conforme relato do cronista de viagem. Com efeito, temos um encontro entre dois tempos: o passado real imaginário (tempo real de elaboração da viagem ficcional) converte-se em futuro no plano da ficção, e em prenúncio, senão presságio, dos acontecimentos em tempo real no presente concreto. Quanto ao segundo ponto, temos a considerar que não apenas aquela narrativa do diário estava sendo grafada devido à rememoração do passado ficcional, passado que naquele aqui agora do instante narrativo era também passado real, mas que o comportamento da expedição passa a estar influenciado pelo conteúdo imagético e transposto de A *Amazônia Misteriosa* para *A Amazônia que eu vi*. Esse ir e vir do pensamento, ou devir temporal do presente em direção ao passado e deste de novo em direção ao presente, constrói o que estamos chamando de processos subliminares, justamente porque tais ocorrências envolvem todos os fenômenos sensoriais passíveis de se traduzir, pelo indivíduo, nas percepções do mundo exterior em forma de palavras.

É então assinalável a irrupção da subliminaridade na narrativa do diário, gerando um quadro transposto: subliminaridade – insight– reminiscência – rememoração – premonição – nulidade do espaço e do tempo. Por volta de dez anos depois da aventura imaginária e premonitória com

9 A Amazônia Misteriosa foi escrita possivelmente entre 1918 e 1925, a Amazônia que eu vi, entre 1928 e 1929.

os versos do poeta: *'Home! Sweet home!*', o escritor Cruls tem suas lembranças manipuladas por imagens, como que taquicoscópicas[10], reguladas pelo mecanismo da repetição:

> – Não devemos andar longe do Reino das Amazonas, pois foi à foz desse último rio (o rio Trombetas – um dos grandes braços do Amazonas) que as lendárias guerreiras atacaram a Orellana e os de sua comitiva: 'Aqui dimos de golpe em la buena tierra y señorio de las Amazonas', diz Frei Gaspar de Carvajal, o cronista da viagem, que conheceu de perto a força das nossas icamiabas, recebendo na ilharga um valente flechaço (CRULS, 1973, p. 6, grifos nossos).

O evento da subliminaridade é desencadeado por um insight: o narrador reporta que "– Não devemos andar longe do Reino das Amazonas". Essa lembrança súbita, como a de um estalar de dedos, produz a reminiscência de um referencial para o sentido atribuído à distância, que em tempo presente e real se imagina estar no lugar conhecido pela ficção como o lugar-Reino das mulheres guerreiras. O referencial construído, para o diário, é a passagem marcada em páginas da *Amazônia Misteriosa*, e que nos fala de uma reiteração do dado ficcional. O escritor do diário rememora um reino fantástico, um quociente do imaginário mítico e lendário. O efeito dessa rememoração será a manifestação do medo, o trato do fictício como se fosse verdade. Uma sucessão de imagens: o lar, a família, os amigos, a vida de boemia no Rio de janeiro parecem mesmo encher de acontecimentos epifânicos, ou subliminares, a atmosfera daquele ambiente selvagem, desconhecido e que, de repente, surgia ameaçador, fantasmagórico – de uma opressão fatídica e assombrosamente real.

Um tal universo, de lembranças acentuadas pelo medo, tem seu processo de *fazer lembrar* acelerado pelo mecanismo da repetição de imagens que retratam a vida inteira, como num filme longa-metragem rodado em segundos. Construído e apreendido o sentido da lembrança, desencadeia-se um processo de instauração da saudade, tão bem rememorada na expressão de um poeta: *"Home! Sweet home!"* (Cruls, 1958, p. 09). Os pontos de exclamação, as circunstâncias que envolvem o momento da lembrança, sugerem um sabor

10 Derivado de taquicoscópio: instrumento inventado em 1956 por Jim Vicary – New Jersey-EUA, para sobrepor imagens na tela do cinema.

para a saudade. Como se fosse possível ser a saudade, doce. Nesse ínterim, a apreensão quanto ao que podia acontecer não era velada. Ao contrário, era até muito latente; posto que o cronista foi atingido por uma flecha. Nesse sentido, e a essa altura, parecia não fazer sentido estar ali, desprotegido e à mercê de eventos sobrenaturais, imprevisíveis – em vez da segurança que só o lar poderia proporcionar. Lar! Doce lar! A expressão representada no romance é vivenciada no diário, e com tanta força que ganha, no plano da análise, o estatuto da premonição cujo índice talvez possa ser abordado com propriedade enfática, já que é o próprio escritor do diário quem se transporta para as páginas da *Amazônia Misteriosa*, instalando a nulidade dos tempos e dos signos *ficcional* e *real*.

Para Hjelmslev (1975, p. 62), parece mais adequado utilizar a palavra signo para designar a unidade constituída pela forma do conteúdo e pela forma da expressão, estabelecida pela solidariedade que denominamos de função semiótica. Assim, olhando para a proposição de Hjelmslev e observando um conjunto de signos, temos então um encontro, uma dialética, uma interação mesmo de tipologias textuais que imbricam mensagens e comportamentos na forma de intertexto. Os desdobramentos desse intertexto podem gerar o que, na mídia, conhecemos por hipertexto, dado o alto teor de informações amalgamadas por ele. Dessa forma, signos como *muiraquitã, jade, peças zoomórficas, rãs*, são preenchidos por conteúdos e expressões, que além de elementos étnicos e sociais, trazem elementos da cultura e da história – todos relacionados segundo um princípio de solidariedade, de troca e plasma, como a simbiose da lembrança do ficcional no mundo real. O muiraquitã, símbolo de poder e proteção das Amazonas, visto com os próprios olhos, tocado de verdade, remete-nos à reflexão sobre a lenda e a imaginar possibilidades da existência do mito daquelas mulheres que tiravam o seio direito para melhor apoiar o arco e flecha.

Nas pistas desse território problemático, de incurso ora da redação, ora da narrativização – em A *Amazônia Misteriosa*, no capítulo sobre as Amazonas (Cruls, 1958, p. 57), temos:

> – Los fundamentos que ay para assegurar la Provincia de las Amazonas en este río, son tantos y tan fuertes que seria faltar a la fée humana el no darles crédito. **Padre Cristóbal de Acuña**

Contribuindo com a afirmação do Padre Cristóbal de Acunã, destacamos o jade. Essa belíssima pedra verde não entrou no texto por acaso. Sua cor simboliza a cor do Universo na Era das rãs (Cruls, 1958, p. 57-70) e também a cor do universo natural da Amazônia. Por sua vez, a figura da rã incorpora a representatividade do símbolo muiraquitã. A rã esculpida verde e brilhante, com braços e pernas estendidos, denota a semiose – o processo de significação das rãs como centro do Universo, logo, como entidades sobrenaturais que tinham o poder de vida e morte sobre o mundo, ele todo percebido como território amazônico, do qual as amazonas seriam guardiãs e, hodiernamente re-significadas, peças zoomórficas em mãos de intérpretes, como o Dr. Barbosa Rodrigues, por exemplo.

De fato, o ato involuntário ou não, de transportar-se pelo pensamento, constrói ou reagrupa imagens sempre da linha, ou da expressão ou do conteúdo, para a respectiva face do sentido : : significado. Essa linha pode ser entendida como o perfil da substância ou contorno da forma, e é ela responsável pela transformação de cada letra escrita na passagem de A *Amazônia Misteriosa*, em um complexo nucléico visual para a passagem de *A Amazônia que eu vi*; lembrando que toda letra escrita, articulada, ou representada é um complexo visual que tem na intersemiose – um canal da interação entre os processos de significação.

A escritura crulsiana, de uma dualidade sempre recorrente, já é em si mesma um modo passional de escrever e criar o efeito da extasia cuja leitura nos permitiu este exercício. Na verdade, tão somente um exercício de breve apreciação das temáticas triste paixão e subliminaridade. Com efeito, esperamos que a densa carga das figuras, signos e reproduções miméticas de algumas particularidades da natureza-vislumbrada, na A *Amazônia Misteriosa* e na *A Amazônia que eu vi* – seja percebida aqui, ainda que subliminar.

Referências

BARON, Anne-Marie. Statut et fonctions de l'observateur balzacien, Année Balzacienne, [s.n.], 1989.

BARROS, Diana, L. P. Teoria Semiótica do Texto. São Paulo: Ática, 1999.

BARTHES, Roland. Image, music, text. Tradução: de Stephen Heath, Nova York: Hill and Wang, 1977.

BLIKSTEIN, I. Kaspar Hauser, ou a fabricação da realidade. São Paulo: Cultrix, 1995.

CALAZANS, F. M. De Alcântara. Propaganda Subliminar Multimídia. São Paulo: SUMMUS Editorial Ltda, 1992.

COURTÉS, J. La "lettre" dans lê conte populaire mervelleux français. Paris: G. R. S. l., 1979. (Documents, v. 9, 1e partie)

CRULS, G. A *Amazônia Misteriosa*. In: Quatro Romances. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1958.

_____. *A Amazônia que eu vi*. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora; Brasília, INL, 1973.

FIORIN, J. L. As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 1995.

FOURNIER, Alain. O bosque das ilusões perdidas. Tradução de Maria Helena Trigueiros. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

GENETTE, G. Discurso da narrativa. Tradução: de Fernando Cabral Martins. Lisboa: Vega, 1970.

GREIMAS, A. J. Ensaios de Semiótica Poética. São Paulo: Cultrix, 1975.

HJELMSLEV, L. Prolegômenos a uma teoria da linguagem. São Paulo: Perspectiva, 1975.

LIPPMANN, Walter. Estereótipos. In: STEINBERG, Ch. São Paulo: Cultrix, 1972.

LOTMAN, I. A Estrutura do texto artístico. Lisboa: Editorial Estampa, 1978.

MAIA, Cláudio Silveira. Gastão Luis Cruls: uma nova recepção. 2 v. Dissertação (Mestrado em Estudos Literários) – Universidade Estadual Paulista (UNESP), Araraquara, 2005.

PEIRCE, CH. S. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1977.

RASTIER, F. Sémantique et recherches cognitives. Paris: PUF, 1991.

SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de linguística geral. São Paulo: Cultrix, 1974. (Edição crítica preparada por Túlio de Mauro)

TATIT, L. Musicando a Semiótica. São Paulo: Annablume, 1997.

_Artigo

Seriados audiovisuais sul-coreanos: masculinidade e estereotipia

South korean audiovisual sitcoms: masculinity and stereotypy

Malena Contrera[1]
Camila Coronado[2]

1 Malena Segura Contrera é doutora em Comunicação e Semiótica, professora titular do PPGCOM da UNIP, líder do Grupo de Pesquisa de Mídia e Estudos do Imaginário e diretora científica do Instituto do Imaginário. É também psicoterapeuta na linha da Psicologia Analítica. DOI - https://orcid.org/0000-0003-4334-9467

2 Camila Coronado é mestranda do PPGCOM da UNIP, professora da ETC Centro Paula Souza de São Paulo. DOI - https://orcid.org/0009-0008-9602-3456

Resumo

O texto propõe uma análise sobre os estereótipos de masculinidade presentes nos seriados audiovisuais coreanos ambientados no contemporâneo a partir dos padrões de preferência das fãs desse gênero. Traz resultados de enquete realizada em páginas de fãs das redes sociais, a fim de levantar as preferências de seriados e a relação desses seriados com os protagonistas masculinos. Cruzando as ferramentas da enquete realizada, dados quantitativos são cruzados com dados qualitativos para observar quais elementos simbólicos estão presentes nas configurações dessas personagens. O texto contextualiza ainda a análise a partir do fenômeno dos doramas, seu impacto na cultura coreana e seu crescimento global, e delineia o perfil dos protagonistas masculinos a fim de analisar o modelo de masculino que projetivamente está sendo desejado pelo público feminino do gênero. Alinha-se teoricamente aos estudos acerca da relação entre mídia e imaginário.

Palavras-chave: Dramas asiáticos; Coreia do Sul; Streaming; Estereótipos de masculinidade; Imaginário.

Abstract

The text proposes an analysis of the stereotypes of masculinity present in Korean audiovisual serials set in the contemporary from the preference patterns of fans of this genre. It brings results of a poll carried out on fan pages of social networks in order to identify those preferences and the relationship of these series with the male protagonists. The quantitative data are cross-referenced with qualitative data to observe which symbolic elements are present in the configurations of these characters. The text also contextualizes the analysis from the phenomenon of dramas, their impact on Korean culture and their global growth, and outlines the profile of the male protagonists in order to analyze the masculine model that is projectively being desired by the female audience of the genre. The article is aligned with theories and studies on the relationship between media and imaginary.

Keywords: Asian dramas; South Korea; Streaming; Stereotypes of masculinity; Imaginary.

A onda coreana no audiovisual

Os doramas, também conhecidos como produções audiovisuais seriadas asiáticas, têm seu lugar de origem na Ásia, especialmente na Coreia do Sul, Japão e China. Nos últimos anos, esse tipo de produção audiovisual tem ganhado popularidade e se tornado uma parte significativa da cultura pop contemporânea, sendo amplamente difundido por meio de plataformas de streaming e por grupos de fãs nas redes sociais.

Os doramas tiveram início nas décadas de 1960 e 1970, com suas raízes no Japão, as primeiras séries nesse estilo foram produzidas na década de 60. Inicialmente conhecidas como radiodramas, essas séries surgiram com histórias simples e episódicas, seguindo uma estrutura semelhante às novelas ocidentais, porém com exibição semanal (ORTIZ, 2000, p.86).

A partir das décadas de 80 e 90, as produções asiáticas da indústria do entretenimento começaram a se expandir, e, como resultado, os doramas passaram a ganhar popularidade, primeiro em outros países asiáticos, como Coreia do Sul e Taiwan, e depois no Ocidente. Esse sucesso gerou um movimento de expansão, levando esses países asiáticos a produzirem seus próprios conteúdos audiovisuais, adaptando roteiros e estética conforme os gostos e hábitos da cultura local. Isso se torna evidente pela presença constante das comidas típicas e de comidas de rua locais, pelos espaços internos das casas retratadas nos doramas, pela ênfase no vestuário e nos hábitos de vestimenta.

Com o desenvolvimento do fenômeno do K-pop e a ascensão da Onda Coreana, também conhecida como Hallyu[3], a partir dos anos 2000, houve um impulso e um crescente interesse pela cultura coreana. Os doramas sul-coreanos, popularmente conhecidos como K-dramas, desempenharam um papel importante nesse movimento. Séries como “Winter Sonata” (2002), “Dae Jang Geum” (2003) e “The Prince of Coffee” (2007) tornaram-se fenômenos globais e continuam, até os dias atuais, sendo referências para grupos de fãs espalhados pelo mundo.

3 Ortiz, Renato. “O Próximo e o Distante – Japão e Modernidade-Mundo”. São Paulo: Brasiliense. 2000.

Para comprender melhor o crescimento dos doramas no Brasil, recomendamos a leitura dos seguintes textos: https://bitniks.com.br/por-que-os-doramas-crescem-na-netflix-brasileira/

https://oglobo.globo.com/cultura/na-onda-do-pop-como-hallyu-fez-do-brasil-terceiro-maior-consumidor-de-dramas-na-pandemia-25098742

De 14 anos para cá, os doramas têm passado por mudanças significativas, apresentando uma estética mais moderna, diversificando os gêneros de narrativas em seus roteiros. Além dos temas tradicionais, como romances e triângulos amorosos, eles também abordam o gênero fantástico (incluindo lendas asiáticas, como a raposa de nove caldas e o Goblin), histórico, comédia, ação e suspense. No entanto, questões sociais como bullying, cyberbullying e suicídio têm ganhado maior visibilidade nas produções, bem como o abandono e o abuso infantil (sobretudo por alcoolismo dos pais ou segundo casamento da mãe), refletindo questões sensíveis enfrentadas pela Coreia do Sul nesses aspectos.

É importante destacar a relevância dessas temáticas sociais nos doramas, considerando que a Coreia do Sul é um dos países que enfrenta problemas sérios de bullying e de suas consequências, como o suicídio. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Ministério da Educação da Coreia do Sul, o número de casos de bullying denunciados aumentou significativamente ao longo dos anos, passando de 11.749 casos em 2013 para 31.130 acusações formais em 2019 (Ministério da Educação da Coreia do Sul)[4]. Embora não seja o tema central deste texto, é importante considerar esse movimento comportamental da sociedade coreana e como os K-dramas tocam a seu modo nas feridas sociais, não se reduzindo apenas a narrativas românticas previsíveis, como alguns alegam.

Com as mudanças e debates culturais em curso nas novas gerações na Coreia, as histórias apresentadas nos doramas estão mais complexas e elaboradas, atraindo tanto o público jovem quanto o mais velho. A disponibilidade dessas séries em plataformas de streaming online, como Netflix e Viki, com grande parte da produção legendada em vários idiomas, contribuiu para sua popularidade global, permitindo que fãs de diferentes partes do mundo tenha acesso a uma ampla variedade de seriados. Assim, a indústria cultural sul-coreana se tornou uma das maiores exportadoras culturais dos últimos tempos, alavancando o consumo de produtos industrializados e impactando econômica e politicamente o mercado de entretenimento (Silva; Farias, 2021).

Um dado que nos ajuda a avaliar o quanto os doramas estão se consolidando como relevantes e influentes no cenário do entretenimento, com uma

4 Conforme citado em matéria da Revista Corean "Bullying na Coreia do Sul: a realidade por trás do K-drama, a lição", 2023 (https://revistakoreain.com.br/2023/03/bullying-na-coreia-do-sul-a-realidade-por-tras-do-k-drama-a-licao/)

base de fãs dedicada e em constante crescimento, é o recente investimento significativo que a Netflix realizou na Coreia do Sul, de US$ 2,5 bilhões (O Globo, 2023)[5].

O entretenimento proposto pelos doramas unem, em sua maioria, roteiros simples e de fácil acompanhamento, mas ao não se pretenderem cosmopolitas ou universais, cativam justamente pelas singularidades da cultura local, apostando em roteiros nos quais predominam os temas do romance, dos valores, dos costumes, da honra, da superação pelo mérito. No entanto, o que também tem gerado um grande impacto são as questões relacionadas às relações e padrões de comportamento entre homens e mulheres. Grande parte dos doramas sul-coreanos de maior sucesso no Brasil trazem uma forte presença do melodrama romântico e possuem uma estrutura narrativa que atrai os espectadores (Mazur, 2021), narrativa essa sustentada em grande parte pelo protagonismo do casal romântico central e de personagens que orbitam ao redor deles, facilitando ou tentando inviabilizar o romance. Embora a Netflix seja uma das principais plataformas de distribuição dessas séries, os Fansubs também desempenham um papel relevante ao disponibilizar traduções e legendas de forma voluntária, promovendo a interação e o compartilhamento de materiais entre a comunidade de fãs (Vinco; Mazue; Urbano, 2014).

Levando em consideração o impacto dos doramas na audiência e sua capacidade de influenciar as percepções e gostos na sua ampla audiência, é possível considerar que essas séries podem também ser utilizadas como ferramentas que promovem a desconstrução da masculinidade tóxica, sobretudo denunciando muitas vezes comportamentos truculentos, especialmente vindo das gerações mais velhas.

Por meio de personagens que representam homens sensíveis, gentis e educados, e que cuidam atentamente de seus corpos e aparência, os K-dramas quebram o padrão de masculinidade tóxica do machão latino-americano enraizado no Brasil, oferecendo uma representação alternativa e incentivando uma reflexão sobre os estereótipos de gênero (Mazur; Meimaridis; Rios, 2021). Essa abordagem pode ser enriquecedora e impactante, considerando o alcance e o poder das produções audiovisuais na formação de percepções e atitudes.

5 Netflix vai dobrar investimentos na Coreia do Sul, com US$ 2,5 bilhões nos próximos 4 anos (globo.com)

Temos de considerar ainda que no Brasil, os K-dramas tiveram um impacto crescente durante a pandemia do Covid-19, segundo o jornal O povo (2021)[6]. Em 2020, uma pesquisa realizada em 18 países pelo Ministério da Cultura, Esporte e Turismo pela Fundação Coreana para Intercâmbio Cultural Internacional revelou que o Brasil foi o terceiro país do mundo que mais consumiu conteúdos audiovisuais sul-coreanos durante o período da pandemia (Marques, 2021). Nossa hipótese é de que os estereótipos de masculinidade apresentados nesses doramas foram, em grande parte, um dos motivos de tamanho sucesso no Brasil.

O impacto dos protagonistas masculinos no público brasileiro

Frente ao dados estatísticos (apresentado adiante) de que o público-alvo majoritário dos doramas coreanos são mulheres, e que há toda uma rede de relações entre as plataformas de streaming e os grupos de fãs nas redes sociais, consideramos significativo avaliar o que há nessas personagens masculinas que é capaz de gerar tanta aderência do público feminino, e não apenas brasileiro, como sabemos.

As discussões acerca da masculinidade têm ocupado os espaços culturais, os consultórios psicológicos, as salas das universidades, as páginas dos veículos midiáticos. As novas gerações de mulheres têm dado sinais de que não estão mais dispostas a conviver com padrões machistas de conduta, com comportamentos masculinos tóxicos estereotipados e truculentos que até há algumas décadas eram considerados aceitáveis, senão mesmo desejáveis.[7] Essa "revolução das garotas" tem sido compreendida a partir de muitos fatores psicossociais, mas todos partem de um ponto comum: a situação econômica da mulher mudou nas últimas décadas, poucas são as famílias cuja renda provém exclusivamente dos homens. Na realidade, as estatísticas apontam para a enorme quantidade de famílias brasileiras monoparentais e predomi-

6 Brasil é o 3º país do mundo que mais consumiu doramas na pandemia (opovo.com.br)

7 Aqui precisamos assinalar que em nosso país há exceções relacionadas ao universo cultural dos grupos neopentecostais que postulam e educam suas comunidades para a manutenção da subserviência feminina e do lugar masculino da dominação, legitimando todo o tipo de abuso, além do movimento "redpill". Acerca desses movimentos indicamos as pesquisas de Jorge Miklos.

nantemente femininas, e o abandono paterno é um quadro social inegável no Brasil, o que faz com que as mães figurem como as principais mantenedoras[8], ainda que as mulheres continuem enfrentando desigualdades salariais em grandes empresas e ambientes corporativos. Tudo isso sabemos bem, está nas estatísticas oficiais e em pesquisas de máxima credibilidade, não dizemos nada de novo[9]. Mudando o perfil dessa mulher, mudaria também o seu ideal de masculinidade presente nos homens que buscam como parceiros? Para onde se movem as fantasias acerca do homem desejável?

Quando nos referimos ao tema da masculinidade tóxica, devemos considerar que há várias exceções, resistências masculinas maravilhosas, e grupos de homens que lutam por mudanças na mentalidade predominante do brasileiro quanto ao que é desejável, a partir de critérios éticos, em busca de entendimentos mútuos entre homens e mulheres. Infelizmente, eles ainda são a minoria e as lutas feministas históricas seguem conquistando alguns espaços e enfrentando resistências recorrentes aqui e ali.

O estrondoso sucesso dos atores coreanos no mundo das redes sociais faz com que olhemos para as personagens que eles protagonizam nos doramas em busca do segredo de seu sucesso entre os fãs, já que de suas vidas pessoais pouco se sabe, considerando que a cultura asiática preza pela privacidade e a indústria mantém as vidas dos atores trancadas a sete *Chaves* , até mesmo por medo da desconstrução da idealização dos fãs a partir das personagens que esses atores interpretam. O segredo das projeções e das expectativas frente aos modelos de masculinidade está então na configuração das personagens dos doramas de maior sucesso.

Buscando levantar quais seriam os doramas preferidos do público brasileiro, fizemos a seguinte enquete junto às seguintes páginas de grupos de fãs no Instagram e Facebook, que aceitaram realizar uma parceria espontânea e voluntária: @dorameieagora, @kdramaindica, @kporamei, @sinjadiary, @natisatv, @entredramasekpop, @euviodorama, @aipapidoramei, @julianaacapel e @lovers_doramas.s. A aplicação do questionário foi realizada durante o mês de julho de 2023 e nosso recorte considerou apenas os seriados

8 Mulheres são responsáveis pela renda familiar em quase metade das casas (correiobraziliense.com.br); liv102066_informativo.pdf (ibge.gov.br).

9 Com autonomia econômica, ainda que muitas vezes essa autonomia seja não opcional e em um lamentável quadro de pobreza, o fato é que a mulher tem enfrentado muitas vezes um quadro no qual não pode contar com o apoio econômico ou emocional de um parceiro ou do outro genitor dos seus filhos.

cujas tramas são contextualizadas no contemporâneo, ou seja, não tratamos aqui dos seriados históricos, de época, que possuem particularidades próprias. Aplicou-se um questionário com 12 perguntas, abrangendo aspectos quantitativos e qualitativos em torno das preferências dos fãs e foram coletadas 939 respostas válidas, com o recorte considerado – público feminino –, das 1097 recebidas no total. Para a análise qualitativa foram excluídas as respostas do sexo masculino (20 respostas) e de residentes de fora do Brasil, considerando o objetivo de mapear esse padrão de resposta apenas junto ao público brasileiro.

Os cinco doramas considerados os preferidos pelos fãs foram: "Pousando no Amor" (2019, dirigido por Lee Jung-hyo, Netflix), "Pretendente Surpresa" (2022, dirigido por Park Seon-ho, Netflix), "Vicenzo" (2021, dirigido por Kim Hui-won, Netflix), "O que há de errado com a secretária Kim?" (2018, dirigido por Park Joon-hwa, Viki) e "Goblin" (2016, dirigido por Lee Eung-bok, Viki).

A partir das respostas obtidas no questionário aberto, que pedia para as fãs justificarem a escolha do dorama predileto, ficou evidente a importância do fascínio exercido pelos personagens masculinos. Verificamos então padrões congruentes que nos permitiram estabelecer as seguintes categorias de análise qualitativa em relação aos personagens masculinos: personalidade, beleza, romance, humor e status econômicos.

Masculinidade e delicadeza – os heróis românticos coreanos

A partir da definição dos cinco doramas prediletos resultantes da enquete, chegamos aos seguintes personagens principais masculinos:

a) Pousando no Amor: Ri Jeong-hyeok é um personagem principal de destaque no dorama "Pousando no Amor", um Capitão do exército da Coreia do Norte, cujas características físicas e traços de personalidade se entrelaçam para criar uma figura impressionante e cativante. Com um porte físico imponente, ele se destaca como um homem alto, forte e de ombros largos, refletindo sua posição como um líder militar respeitado.

Sua personalidade é multifacetada, revelando-se como um indivíduo gentil, tímido e até mesmo um pouco ingênuo em certas situações, mas sempre evidenciando um alto senso de justiça, delicadeza e cuidado, especialmente em relação à protagonista, Yoon Seri. Jeong-hyeok é habilidoso e dedicado em suas responsabilidades como líder militar, demonstrando um forte sentido de honra e dever exemplar que permeia suas ações.

Além de suas qualidades militares e sua história de amor com Seri, Jeong-hyeok tem uma história pessoal complexa que adiciona profundidade ao seu caráter. Ele vem de uma família poderosa, e apesar de ser um prodígio no piano, teve que desistir de seus estudos na Suíça para se juntar ao pai nas forças armadas, após a morte misteriosa de seu irmão mais velho em um acidente de carro.

No enredo, Jeong-hyeok desempenha um papel central, não apenas como interesse amoroso de Seri, mas também como um elo entre os dois mundos separados pela divisão entre as Coreias. Sua decisão de esconder e proteger Seri após sua queda em território norte-coreano desencadeia uma série de eventos que desafiam não apenas seu senso de dever para com o país e a família, mas também seus próprios sentimentos e convicções. Ao longo da trama, sua jornada de autoconhecimento e sua luta para conciliar suas responsabilidades com seus desejos pessoais adicionam camadas de complexidade à narrativa, tornando-o um personagem cativante e central na história.

b) Pretendente surpresa: Kang Tae-moo é um solteiro cobiçado e elegante, possuindo uma estatura esguia e um porte físico forte, típico dos atores coreanos. Seu charme é acentuado por um currículo invejável e fluência em diversas línguas, conferindo-lhe um ar de talento e admiração, neste dorama ele é apresentado como o novo presidente da empresa de alimentos de sua família.

Inicialmente retratado como um homem intimidante e arrogante, Tae-moo revela gradualmente sua verdadeira natureza ao longo dos episódios. Sua jornada de autodescoberta expõe traços surpreendentes de gentileza, cuidado e sensibilidade, particularmente em relação à personagem principal, Shin Ha-ri. Essa evolução transformadora o leva de uma postura dura e reservada a alguém mais aberto, empático e até divertido em alguns momentos.

Além disso, Tae-moo é um indivíduo determinado e focado em suas aspirações profissionais, visando ao sucesso e ao reconhecimento da empresa familiar. Seu desdém inicial por relacionamentos românticos e casamento reflete sua priorização da carreira e das obrigações familiares. À medida que o enredo se desenrola, o vínculo entre Tae-moo e Shin Ha-ri se aprofunda, revelando nuances emocionais e desafios inesperados. Um deles é a necessidade de confrontar um trauma do passado, relacionado à morte dos pais em um dia chuvoso.

A jornada de autodescoberta e transformação de Tae-moo é um dos aspectos mais cativantes do enredo, oferecendo uma mistura envolvente de romance, humor e drama ao longo da história, na qual ele emerge como uma figura complexa e multifacetada.

c) Vicenzo: o personagem é apresentado como um anti-herói intrigante e complexo, cuja jornada de autodescoberta e redenção se desenrola ao longo da trama. Vincenzo é retratado como um homem de aparência elegante, com um corpo magro e esguio, cuja presença é marcada por momentos em que ele fala em italiano, absorvendo a postura corporal e expressão dos italianos de maneira marcante e expressiva.

Inicialmente apresentado como um advogado e conselheiro da máfia, Vincenzo é habilmente descontruído ao longo da história, revelando-se como uma pessoa justa e compassiva, que se importa genuinamente com os outros. Seu profissionalismo exemplar e sua beleza elegante e fluida complementam sua personalidade multifacetada. Um aspecto notável de Vincenzo é seu senso de humor sarcástico, que permeia sua interação com outros personagens e adiciona uma camada de leveza à trama.

Como órfão adotado por uma família italiana, Vincenzo busca por suas origens principalmente em relação a mãe, essa busca o leva a um momento de impacto emocional ao confrontar a escolha de ajudar sua mãe biológica, que está morrendo de câncer, apesar da dor do abandono que ele carrega consigo. Este ressentimento e dor se tornam características marcantes do personagem, influenciando suas ações ao longo da série e adicionando complexidade à personagem.

Sua jornada é centrada em alcançar seus objetivos financeiros, mas ao longo do caminho, ele desenvolve empatia pelos menos favorecidos e se une à

advogada Hong Cha-yeong para desafiar o corrupto grupo Babel, utilizando métodos legais e ilegais.

d) O que há de errado com a secretária Kim? Lee Young-joon é apresentado como uma figura elegante e imponente, com um estilo clássico tanto em sua postura quanto em sua vestimenta. Sua estatura alta e ombros largos contribuem para sua presença dominante de vice-presidente do Grupo Yoomyung, a empresa de sua família.

Apesar de sua natureza narcisista, Young-joon passa por uma jornada de autodescoberta ao longo da trama, aprendendo a lidar com uma variedade de emoções e sentimentos, como amor, ciúmes, raiva, medo e insegurança. Em alguns momentos, sua falta de experiência em relacionamentos amorosos o torna ingênuo, revelando uma vulnerabilidade que contrasta com sua imagem arrogante.

Como vice-presidente, Young-joon é retratado como alguém cujo mundo gira em torno de si mesmo, incapaz de perceber verdadeiramente a profundidade dos acontecimentos e dos sentimentos das pessoas ao seu redor. A partida repentina de sua secretária de confiança, Kim Mi-so, leva-o a uma jornada de autorreflexão em que, pela primeira vez, tenta entender as motivações e sentimentos dos outros, ao invés de apenas focar em si mesmo. Abismado com a decisão de Kim Mi-so de deixá-lo, Young-joon embarca em uma busca para desvendar o mistério por trás de sua demissão, chegando à conclusão precipitada de que ela está apaixonada por ele. Esta interpretação equivocada leva a uma série de eventos engraçados e emocionantes, enquanto Young-joon gradualmente aprende a olhar além de si mesmo e reconhecer o valor das pessoas ao seu redor.

e) Goblin: O protagonista Kim Shin é apresentado como uma figura complexa e intrigante, cuja jornada abrange séculos e transcende a vida e a morte. Inicialmente retratado como um general corajoso que enfrenta batalhas em nome de seu reino, Kim Shin é condenado à morte por traição após retornar triunfante de uma dessas batalhas. No entanto, Deus o salva da morte e o transforma em um Goblin, uma criatura sobrenatural imortal, encarregada de ajudar outras pessoas ao longo da eternidade.

A essência da história se concentra em Kim Shin buscando sua noiva, a única capaz de libertá-lo de sua imortalidade. Nessa busca, ele encontra Ji Eun-Tak, uma jovem que perdeu a mãe em tenra idade e possui o dom de ver

fantasmas. Apesar das afirmações das almas com quem ela interage de que ela é a noiva do Goblin, Kim Shin inicialmente se comporta de forma distante e grosseira com Eun-Tak. No entanto, suas interações com ela o levam a desenvolver uma nova compreensão do mundo e de si mesmo. Ao longo desse processo, ele aprende a ser gentil, a pensar no próximo e a se permitir sentir uma gama completa de emoções, incluindo o sofrimento, o riso, parceria, fé, ciúmes e o amor. A longa vida de Kim Shin como um semideus imortal de 939 anos é marcada por suas interações com outros personagens e suas reflexões sobre seu próprio propósito, apesar de retratado como um guardião que entrega bênçãos àqueles que cruzam seu caminho, ele carrega o fardo de sua imortalidade e as consequências de suas ações passadas.

Ao longo dos episódios, Kim Shin exibe traços de imaturidade e egoísmo em certos momentos, mas gradualmente desenvolve um cuidado genuíno pelo bem-estar de Eun-Tak, demonstrando gentileza, amor e disposição para realizar seus desejos. Seu corpo forte e elegante reflete sua história de liderança e sabedoria, e seu estilo de roupa destaca sua diferença de idade em relação a Eun-Tak, sugerindo uma dinâmica de relacionamento em que ele desempenha o papel de protetor e mentor. Apenas anos depois quando a personagem feminina está mais velha e madura que um relacionamento amoroso acontece.

O padrão recorrente é basicamente a elegância na aparência e nos gestos, a atitude protetora, gentileza, caráter, inteligência, responsabilidade e força, mas sem violência. Não podemos ignorar o papel do status social, já que muitos são herdeiros de famílias ricas e altos executivos, no entanto, muitos doramas de grande sucesso trazem também apenas homens lutando para serem reconhecidos em estruturas bem opressoras.

Afinal, de onde vem esse ideal de masculinidade presente nessas personagens?

> “Antes que ela chamasse meu nome, não fiz um único movimento. Quando ela chamou meu nome, eu finalmente me tornei uma flor”

(Diálogo interno do herói romântico de Revolutionary Love)

É preciso esclarecer que ao falarmos sobre masculinidade no presente texto, tratamos da noção arquetípica advindas da memória cultural e presentes abundantemente nos mitos e na produção artística, tanto quanto nas produções da cultura de massas (Morin, 2018), e não necessariamente das configurações individuais dessa masculinidade, construídas a partir de vivências, escolhas e percepções de cada indivíduo, seja de que gênero for. Muitos têm refutado a relevância dos arquétipos, mas quem trabalha com as narrativas míticas e com as produções simbólicas das culturas arcaicas e das sociedades contemporâneas sabe que sua existência é inegável. O arquétipo do masculino, do feminino e do hermafrodita estão presentes abundantemente nas mitologias e na própria produção artística.

Daí a reduzir as questões de gênero a essas duas ou três matrizes arquetípicas é algo que precisamos afirmar claramente que não é nossa proposta; o recorte aqui realizado responde ao enfoque temático escolhido, ou seja, analisar a configuração de masculinidade das personagens protagonistas heterossexuais do doramas.

Por conta também do nosso objeto, trataremos exclusivamente das relações heterossexuais nesta breve reflexão, não por considerá-las mais importantes do que todas as outras possíveis, mas porque são delas que tratam a grande maioria desses seriados românticos coreanos[10]. No entanto, não temos dúvida de que essa heteronormatividade já nos dá boas dicas de que teríamos muito o que discutir sobre esse segmento da produção audiovisual.

Tratando dos seriados produzidos na Coreia do Sul, vemos que as tramas possuem em geral uma trama narrativa bastante estereotipada: as histórias tratam da quase-impossibilidade do amor romântico, das jornadas extenuantes de trabalho e da subserviência muda e massacrante ao sistema capitalista de "triunfar ou morrer". Pais que abandonam os filhos em condições extremas, mães terríveis e pais tiranos, famílias que insistem em casamentos ar-

10 Há várias séries coreanas direcionadas ao público homossexual masculino, conhecidas como BL (sigla para "Boys Love"). Algumas dessas produções incluem: Semantic Error, Choco Milk Shake, The Eight Sense e Color Rush. Para compreender melhor o crescimento dessas produções sugerimos essas leituras: https://queer.ig.com.br/2022-12-04/geek-queer-series-boys-love-coreanas.html
https://www.otempo.com.br/entretenimento/por-que-os-dramas-boy-s-love-se-tornam-cada-vez-mais-populares-no-brasil-1.2861380

ranjados, contrariando o desejo dos filhos, chefes que são autorizados a agredir fisicamente seus funcionários. Mulheres totalmente servis e resignadas, lutando desesperadamente para demonstrar seu valor, ou, tendo desistido de tudo, garotas rebeldes que lutam sozinhas contra um mundo para o qual parecem não ter nenhum valor, a não ser que demonstrem uma resistência e uma força implacáveis frente a todas as mais radicais intempéries e sejam produtivas no trabalho, cobrindo quase sempre a incompetência de um chefe homem ou de uma chefe tirana.

As heroínas românticas são quase sempre jovens em situação de fragilidade social, massacradas por condições de vida terríveis, abandonadas pelos pais (ou tendo de sustentá-los desde muito cedo) ou pequenas tiranas mimadas, filhas de famílias ricas ou celebridades da mídia, que vão aos poucos se humanizando por conta de alguma grande reviravolta da vida. A temática do afastamento corporal e da moralidade sexual que os seriados trazem por si só oferecem assunto para um tratado, mas não é no momento nosso foco.

Importante frisar que buscamos traçar os perfis das personagens principais masculinas dos doramas não por presumir que essas personagens representem fielmente a sociedade coreana, mas porque, para os estudos do imaginário, interessa-nos exatamente essa fabulação, esse exercício de imaginação posto em ação na construção de um personagem. O que se mostra ou o que se esconde, tudo revela uma imaginação que faz suas escolhas a partir dos sintomas de uma determinada sociedade, em uma determinada época.

Ao analisarmos esses seriados, é bem evidente o destaque dado aos heróis românticos, aos personagens principais masculinos que, mesmo quando fazem pares românticos que dividem a centralidade do protagonismo, são o destaque até mesmo pelo tratamento estético que recebem da câmera. O foco das câmeras está nos seus microgestos; os melhores closes, as falas mais interessantes, os enquadramentos em câmera lenta são prioritariamente deles, deixando evidente que o público-alvo responsável por movimentar um mercado que, estima-se, seja de milhões ao ano[11], são as mulheres.

Outro ponto que nos chama a atenção é o de quanto é variável a diferença geracional nos modelos de masculinidade. Os homens mais velhos, pais, sogros, chefes, políticos, líderes que povoam os seriados são em sua grande

11 Um artigo que traz dados concretos sobre o crescimento desse mercado de entretenimento é: O_Mercado_de_Streaming_na_Coreia_do_Sul.pdf

maioria machistas, agressivos, autoritários, muitos deles cruéis, e quase todos têm amantes e tratam suas submissas esposas com desprezo e muitas vezes práticas extremas de humilhação. São eles os portadores da sombra do masculino nos doramas. Ou então morreram jovens e deles as filhas protagonistas só têm boas lembranças. Pais amorosos e gentis existem, mas são evidente minoria nos seriados. Alguns homens honrados e sábios pipocam aqui e ali, como patriarcas respeitáveis, grandes literatos ou artistas, mas não são abundantes.

As filhas jovens desses casais fazem de tudo para não seguirem o destino servil das mães, e, via de regra, declaram que os relacionamentos amorosos não estão nos seus planos, demonstrando em muitos diálogos a clara equivalência que fazem entre relacionamentos e tragédia pessoal. Não querem sofrer, e armam-se com personas de ferro, fazendo de tudo para fugirem do azar de terem o destino indesejável de se apaixonarem. Ficam os heróis românticos responsáveis por vencerem essas barreiras, já que elas não mostram ser o relacionamento amoroso um aspecto central em suas vidas.

É aqui, então, que começa a ficar surpreendente para nós, brasileiros condicionados pelos estereótipos latinos de masculinidade e pelo padrão Rede Globo do herói sedutor, que temos a tendência de achar que um homem sedutor e viril se aproximaria mais de músculos e barbas do que da sutileza poética. Os personagens masculinos dos doramas vão ter de demonstrar que estão à altura das mulheres que desejam, mesmo quando a diferença de classe é gritante. E pelos índices de audiência que não deixam dúvidas, os atores e modelos asiáticos (portadores dessa projeção coletiva) despontam como a tendência de mercado em ascensão, inclusive nos cenários fashionistas[12].

Os personagens masculinos são muitas vezes andróginos na aparência, mas surpreendentemente capazes de comportamentos assertivos nas tomadas de decisões e na firmeza de seus posicionamentos. A força que não aparece como truculência nos gestos – delicados e gentis – aparece no desejo, na capacidade de manterem-se fiéis aos próprios valores, de superarem todos os obstáculos concretos, e na disposição de dizerem sim aos sentimentos amorosos, esforçando-se para que suas ações estejam à altura dos sentimentos

12 Conhecido como efeito Netflix, cresce o número de mulheres que veem os coreanos como os homens ideias a partir da perspectiva apresentada pelos doramas: https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/efeito-netflix-por-que-mulheres-ocidentais-estao-indo-para-a-coreia-do-sul-em-busca-de-amor/

que afirmam ter. Atentos aos sinais, às coincidências, percebem as marcas da trajetória das setas de Eros antes de suas parceiras, e dedicam enorme energia e atenção ao planejamento dos passos que os levem para mais perto das garotas de ferro que, fatalmente, acabam seduzidas, ainda que muitas vezes no final da trama.

São apresentados como homens sensíveis, gentis e atenciosos, que valorizam as emoções, com uma abordagem mais afetiva nas relações interpessoais. Eles não têm medo de mostrar vulnerabilidade, o que os torna mais humanos e acessíveis ao público. Além disso, muitos protagonistas masculinos em doramas são retratados como pessoas educadas, cultas, respeitosas e preocupadas com o bem-estar dos outros, valorizando a empatia e as demonstrações de cuidado e gentileza com as pessoas ao seu redor, especialmente com as protagonistas femininas, protegendo e apoiando as mulheres de forma não dominadora. Esse é um dado importante se consideramos que há também muitos seriados que trazem como elemento principal da trama o massacre sofrido pelas mulheres no âmbito profissional e familiar, num contexto retratado como extremamente machista.

Ao ver esses seriados ficamos todo o tempo presos numa incrível ambivalência, já que os homens são todos extremamente protetores e cuidadores, como se suas amadas fossem a coisa mais valiosa das suas vidas, mas em nenhum momento usam essa proteção para fragilizarem as mulheres ou para exercerem poder sobre elas, o que bem conhecemos como o velho truque da "gaiola de ouro e almofada de veludo" no qual muitos príncipes pretendem deixar a princesa presa, dormindo em sono eterno. Pelo contrário, estimulam e apoiam suas conquistas profissionais e pessoais, colocando verdadeiramente seus feitos viris de coragem e enfrentamento a favor de sua amada. E invariavelmente assumem a cozinha e atividades domésticas com naturalidade.

Outra peculiaridade é a de que os heróis românticos não flertam despreocupadamente; ou se apaixonam ou são absolutamente defensivos. Para a mulher que amam, tudo, e não existem as outras; levam a lealdade muito a sério. Gentis, sóbrios e introvertidos. Os personagens mais voltados para o humor raramente são protagonistas românticos.

A elegância, que é um dos pontos mais referidos pelas respostas da enquete realizada é o que mais se poderia dizer desse modelo de homem

que o dorama apresenta. Vestem-se, penteiam-se, caminham, sentam-se, levantam-se e interagem com suas mulheres com uma elegância impecável[13] e bastante incomum em outras culturas. Muitas vezes beiram o estilo dândi, mas na maior parte das vezes trata-se de uma elegância que se aproxima mais do senso de honra e dignidade do antigo samurai. Essa elegância alia-se então a um profundo espírito poético para compor uma combinação que parece ser explosiva para as fãs. Os diálogos internos são muitas vezes arrebatadores e de uma poesia ímpar, muitos deles embasados na literatura e na poesia coreana e mundial. Não são raras citações diretas aos grandes clássicos da literatura mundial, alguns doramas trazem esses textos não apenas no início ou final de cada capítulo, como também no próprio núcleo da trama, com personagens que são escritores, artistas, ou simplesmente mecenas. As cenas trazem muitas vezes questões corriqueiras do cotidiano, mas lançam uma perspectiva surpreendentemente bela a uma simples xícara de café. Não há verborragia, não há palavras inúteis e tagarelice em nenhum momento, contar vantagem só é visto nos personagens cômicos. O herói romântico dos doramas coreanos é elegante também nas palavras, que ele diz com um tom de voz grave e firme, olhando nos olhos, com convicção.

Enfim, é uma incrível radiografia do que anda acontecendo com o desejo das mulheres, de diferentes gerações[14], e não só das asiáticas, considerando-se o fenômeno da audiência dos doramas no mundo e os muitos fãs clubes espalhados pelo mundo dos atores que encenam esses personagens, e que são totalmente confundidos com eles.

Na Coreia do Sul o fenômeno dos fã-clubes desses atores é extremo e eles são cercados de cuidados e de uma privacidade que nos lembra o tratamento recebido pela realeza inglesa; qualquer boato ou foto que vaze para os tabloides expondo algum romance ou cena indicativa de relacionamento ou comportamento amoroso é retaliado grotescamente pelas fãs, obrigando-os, qua-

13 Certamente a indústria da moda se vende por meio dos doramas, mas é digno de nota o senso de moda dos garotos, uma certa atualização da estética dândi.
https://www.correiobraziliense.com.br/revista-do-correio/2022/05/5008712-o-protagonismo-do-k-style-ultrapassa-fronteiras-e-conquista-brasilienses.html
https://www.bbc.com/portuguese/geral-45434713

14 A enquete foi respondida espontaneamente por mulheres de diferentes idades: 10 a 18 anos, 150 respostas; 19 a 24 anos, 217 respostas; 25 a 59, 688 respostas; e acima de 60 anos, 42 respostas. Nossa hipótese é a de que o formato streaming e o fato de a maioria dos doramas serem traduzidos de forma legendada e não dublados dificulte um maior acesso ao público de mais de 60 anos.

se sempre, a irem a público se desculpar por qualquer coisa, para evitarem as práticas de cancelamento. Esses comportamentos tornam evidente como, para o público feminino, sobretudo o coreano, as projeções afetivas das fãs tornam a separação entre ficção e realidade praticamente inexistente, evidenciando um forte contágio imaginário.

Ainda queremos o príncipe encantado?

Podemos dizer que temos aqui algo que merece ser considerado pelos estudos do imaginário, das irrupções simbólicas e das reduções presentes nos estereótipos da produção audiovisual massiva, a partir do estereótipo de masculinidade presente nesses seriados. Afinal, se a velha pergunta de Freud sobre o que as mulheres querem, afinal, nunca poderá ter uma resposta padrão (já que cada mulher quer o que cada mulher quer, e nenhum de nós saberá nunca exatamente a forma e a dimensão do seu querer porque o desejo escapa sempre ao nosso controle), podemos ao menos entender o que pode estar se delineando como fantasia de ideal masculino nessas milhões de mulheres que suspiram por Lee Min Ho, Cha Eun Woo, Kim Seon Ho, Song Kang, Lee Dong Wook, Kim Woo Bin, Sung Hoon, Kim Jae Wook, Hyun Bin[15], e por outros ventos que vêm do Oriente.

Um dado que nos chama a atenção ao olharmos para esta preferência do público feminino pelo perfil dos personagens masculinos dos doramas é o quanto esse ideal masculino se afasta totalmente dos estereótipos latinos de masculinidade propagados por redpills e machocratas de toda ordem. Nossa análise também sinalizou para o abismo existente entre as fantasias femininas de masculinidade que os doramas oferecem e as noções de masculinidade presentes nas produções audiovisuais brasileiras. Se olhamos para um e para outro, não nos espanta a quantidade de mulheres que atualmente alegam não encontrar parceiros masculinos que as interessem[16].

15 Para quem quer ter uma noção da aparência desses atores, o site a seguir traz uma matéria com uma amostra interessante: Os 47 atores coreanos mais bonitos do K-Dramas - Atualizado em 2021 (ivisitkorea.com)

16 Aqui uma matéria que traz à tona esse tema, tão presente nas queixas femininas dos consultórios psicológicos: Pesquisador fala sobre comportamento dos homens nas relações (uol.com.br).

O velho sonho do príncipe encantando que pensávamos estar superado volta com toda a força na preferência pelo ideal de masculinidade presente nos protagonistas masculinos dos doramas? Por outro lado, é sabido que os conteúdos simbólicos dos contos de fadas tratam de estruturas psicológicas[17] que, mais do que meros gostos, são referências culturais que perduram e atravessam as décadas voltando a aparecer aqui e ali, sobretudo nas produções da cultura de massas. Nesse sentido, concluímos convencidas de que a preferência do público feminino por esse modelo de masculinidade, que está na raiz do sucesso estrondoso dos doramas no Brasil (como em vários outros países), revela algo para o qual precisamos olhar mais atentamente.

Afinal, nem todo masculino chega rasgando, alguns florescem.

"Antes de eu chamar pelo seu nome,
Ela não era nada
Além de um gesto.
Quando eu chamei pelo seu nome,
Ela veio até mim,
E em uma flor se transformou
Da mesma forma que eu chamo pelo seu nome,
Alguém chamará pelo meu nome e
Haverá de convir com a minha luz e minha fragrância?
Eu também desejo chegar até ela,
E transformar-me em sua flor.
Todos nós ansiamos nos tornar em algo,
De ti para mim, e de mim para ti,
Nós desejamos nos transformar em um olhar,

17 Dentro da literatura científica psicológica temos os livros de Marie-Louise Von-Franz, que tratou longamente das relações entre psique e contos de fadas.

Que não será esquecido."

(A Flor, poema de Kim Hye-Soon)[18]

Referências

AMARAL, C. V. Psicologia Junguiana na Contemporaneidade: Uma Leitura feminista dos conceitos Animus e Anima no ensaio A Mulher na Europa. Biblioteca de monografia do IJEP, 2020. Recuperado de: psicologia-junguiana-na-contemporaneidade-uma-leitura-feminista-dos-conceitos-animus-e-anima-no-ensaio-a-mulher-na-europa (ijep.com.br)

ANDRADE, N. T. (2021). Fãs e a prática Fansubbing: uma análise dos Fansubs brasileiros de dramas de TV asiáticos. (TCC, Graduação em Jornalismo). Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. Recuperado de: http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/626114

BONFIM, L. F. S. (2021). Os efeitos do Hallyu: O uso do Soft Power sul-coreano como um instrumento de política externa. Trabalho de Conclusão de Curso. Relações Internacionais. Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS, Centro Universitário de Brasília-UniCEUB. Brasília-DF. Recuperado de: https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/prefix/15632

CAMPOS, T. B.; TEODORO, M. C.; GOBBI, M. C. (2015). Doramas: cenários da cultura asiática. Iniciação Científica CESUMAR, v. 17, n. 2, maio, p. 173-181. Recuperado de: https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/iccesumar/article/view/4271/2663.

CONTRERA, M. S. O mito na mídia. São Paulo: Annablume, 1996.

"Impactos persistentes da Cultura de Massas", in INTERCOM - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 44/2, 2021.

JUNG, E. Animus e anima – uma introdução à Psicologia Analítica sobre os Arquétipos do Masculino e Feminino Inconscientes. São Paulo, Cultrix, 2020.

18 Sobre a poesia coreana, indicamos: Poesia sul-coreana: o grito político de uma sociedade indignada | Revista KorealN

MARQUES, A. F. (2021). Brasil é o 3º país do mundo que mais consumiu doramas na pandemia. Portal O Povo. Recuperado em 23 de abril de 2021, de https://www.opovo.com.br/vidaearte/2021/08/10/brasil-e-o-3-pais-do-mundo-que-mais-consumiu-doramas-na-pandemia.html

MAZUR, D. (2021). A Indústria Televisiva Sul Coreana no Contexto Global. Revista Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, Vol. 52.

MAZUR, D., MEIMARIDIS, M., RIOS, D. O Mercado de Streaming na Coreia do Sul: Disputas Internas e a Invasão Estrangeira. Revista Novos Olhares, número 10, vol. 1., 2021. O_Mercado_de_Streaming_na_Coreia_do_Sul.pdf

MORIN, E. Cultura de massas no século XX. São Paulo: Forense Universitária, 2018.

ROSA, D. F. C. (2019). O que os K-Dramas querem? (Trabalho de conclusão de Curso de Graduação, História da Arte). Instituto de Artes Visuais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Recuperado de: http://hdl.handle.net/10183/206626

ROWLAND, Susan. Jung. A Feminist Revision. Cambridge: Polity Press, 2002.

SHIM, D. (2008). The growth of Korean cultural industries and the Korean wave. East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave, v. 1, p. 15-32. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/287779167_The_Growth_of_Korean_Cultural_Industries_and_the_Korean_Wave

SILVA, M. P. A., & FARIAS, A. C. (2021). A transgressão da cultura popular Sul-Coreana: A Hallyu e sua influência no consumo de produtos Sul-Coreanos. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação - REASE, v. 7, n. 5, maio. DOI: https://doi.org/10.51891/rease.v7i5.1215 VON-FRAZ, M.-L.

YONG JIN, D. (2012). Hallyu 2.0: The New Korean Wave in the Creative Industry. International Institute Journal, University of Michigan, v. 2, n. 1. Recuperado de: https://quod.lib.umich.edu/i/iij/11645653.0002.102/--hallyu-20-the-new-korean-wave-in-the-creative-industry?rgn=main;view=fulltext

Souza, E. (2017). Onda Hallyu e o consumo de produtos coreanos no Brasil. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de Mato Grosso do

Sul). Repositório Institucional da UFMS. Recuperado de: https://repositorio.ufms.br/bitstream/123456789/5544/1/TCC-Elisangela%20Souza_vers%C3%A3o%20final.pdf

Revista KoreaIN. (2023, 03 de março). Bullying na Coreia do Sul: A Realidade por Trás do K-Drama "A Lição". Recuperado de: https://revistakoreain.com.br/2023/03/bullying-na-coreia-do-sul-a-realidade-por-trasdodrama-alicao/#:~:text=Dados%20levantados%20pelo%20Minist%C3%A9rio%20da,subindo%20para%2031.130%20acusa%C3%A7%C3%B5es%20formais.

Cosmo.ph. (2022, 23 de julho). K-Drama Male Characters: 10 Green Flags We're Obsessed With. Recuperado de: https://www.cosmo.ph/entertainment/k-drama-male-characters-green-flags-a882-20220723-lfrm

Feminism in India. (2019, 30 de agosto). Korean Dramas: Deconstructing Masculinities, Constructing Gender Stereotypes. Recuperado de: https://feminisminindia.com/2019/08/30/korean-dramas-deconstructing-masculinities-constructing-gender-stereotypes/

Allkpop. (2020, 19 de novembro). The 7 Types of Male Leads in K-Dramas. Recuperado de: https://www.allkpop.com/article/2020/11/the-7-types-of-male-leads-in-k-dramas

UCLA Entertainment Studies. (s.d.). Neither Flower Boy Nor Alpha Male: Subverting Stereotypical Masculinity In The Korean Drama 'Itaewon Class'. Recuperado de: https://utsynergyjournal.org/2022/01/28/neither-flower-boy-nor-alpha-male-subverting-stereotypical-masculinity-in-the-korean-drama-itaewon-class/

Koreaboo. (2020, 19 de novembro). 8 Characteristics Of Male Second Lead Characters In K-Dramas. Recuperado de: https://www.koreaboo.com/lists/8-characteristics-male-second-lead-characters-in-k-dramas/

MovieWeb. (s.d.). K-Drama Male Characters: Ultimate Green Flags. Recuperado de: https://movieweb.com/k-drama-male-characters-ultimate-green-flag/

VON-FRANZ, M-L. A individuação nos contos de fadas. São Paulo: Ed. Paulus, 1999.

VON-FRANZ, M-L. O feminino nos contos de fadas. Petrópolis: Ed. Vozes, 2010.

_Artigo

Obrigado pelas rosas, *huum milho*: consumo do constrangimento e as *lives* de *NPC*

Thanks for the roses, yuuuum corn: consumption of embarrassment and NPC lives

Hélio Cunha Filho[1]

1 Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); mestre pelo programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Resumo

Este artigo visa compreender a natureza do consumo do constrangimento, delimitando-o dentro dos rituais de trocas simbólicas contemporâneas. A pesquisa irá explorar como esses rituais reconfiguram os processos de distribuição e consumo de conteúdo, enquanto geram reflexões sobre o poder da imagem e o valor do trabalho na era digital. Para exemplificar esse fenômeno, a pesquisa se concentrará na análise das transmissões ao vivo dos *NPC*s no TikTok, empregando uma metodologia baseada na Análise de Conteúdo para oferecer visões em categorias sobre esse fenômeno emergente que tensionou as relações estéticas e econômicas, e testa os limites da práxis humana e da centralidade do corpo no digital.

Palavras-chave: consumo; digital; constrangimento; ***NPC*****; Tiktok.**

Abstract

This article aims to understand the nature of the consumption of embarrassment, delimiting it within the rituals of contemporary symbolic exchanges. The research will explore how these rituals reconfigure the processes of content distribution and consumption, while generating reflections on the power of the image and the value of labor in the digital age. To exemplify these characteristics, the research will focus on the analysis of the *live* peculiarities of *NPC*s on TikTok, employing a methodology based on Content Analysis to offer categorical insights into this emerging characteristic that has strained aesthetic and economic relations, and tested the limits of human praxis and the centrality of the body in the digital world.

Keywords: consumption; digital; embarrassment; ***NPC*****; Tiktok.**

Introdução

"O espetáculo é uma permanente guerra do ópio para confundir bem com mercadoria; satisfação com sobrevivência, regulando tudo segundo as suas próprias leis" (Debord, 2003, p.26). O autor alemão Guy Debord, em sua obra canônica, "A sociedade do espetáculo", demonstra como a instrumentalização das visibilidades e imagens alça a sociedade a uma relação dependente da espetacularização para efetivar as relações de consumo, sobrevivência material e simbólica, e até mesmo da subsistência. O próprio autor vai comentar que o espetáculo carrega o sonho e é seu guardião; é ele que permite cristalizar ideias, conceitos, desejos e aspirações em uma sociedade capitalista.

Em um contexto globalizado e estratificado, marcado pelo capitalismo tardio e mediado por espaços de comunicação construídos sobre a imagem e a espetacularização, percebe-se um aprofundamento dessas dinâmicas desde a publicação da obra de Debord.

Na sociedade hipermediatizada atual, essa relação entre a espetacularização e os fluxos de conteúdo e informações estabelecidos entre as mídias, especialmente as digitais, torna-se evidente. Dados de 2023 do instituto We Are Social revelam que 5,16 bilhões de indivíduos estavam conectados à internet, representando 64,4% da população global. Desse total, 4,76 bilhões marcavam presença em plataformas de redes sociais, o que corresponde a quase 60% da população mundial. O mesmo levantamento aponta TikTok e YouTube como líderes em tempo de consumo por hora em escala global, com uma média superior a 23 horas mensais por usuário (SOUZA, 2023).

Nesse cenário, o entretenimento atua como um elemento em um ritual que colabora para a construção do consumo, gerando troca simbólica e material num determinado contexto social. A relação entre cultura e consumo demonstra como bens e comportamento do consumidor são moldados pela cultura (McCracken, 2007), entendida como um modelo de transferência simbólica. Embora a cultura digital estabeleça novos parâmetros para a apreensão dessa troca, essa nova forma de consumo mantém características dos rituais fundantes das identidades sociais. Por outro lado, o consumo também se configura como um ritual, envolvendo a aquisição de bens e serviços tanto simbólicos quanto materiais (Baudrillard, 2008), mas esses rituais, inseridos

em um espaço marcado pela espetacularização, adquirem novas proporções, modelos e formatos.

Por exemplo, ao compreender o consumo como um dos instrumentos (e objetivos) que impulsionam o engajamento digital, estabelecer esse vínculo capaz de produzir identidade – o consumo – torna-se um caminho ainda mais eficaz para alcançar tal engajamento. Essa união entre consumo, espetacularização e o poder do digital é notória nos números das redes sociais.

Os dados do TikTok revelam, primeiramente, sua ampla aceitação global e, em segundo lugar, o reflexo do crescente poder econômico, social, cultural e tecnológico das *Big Techs* orientais no cenário mundial. A plataforma tem transformado e ditado tendências em formato e conteúdo – como as conhecidas dancinhas, trends e transições, elementos do espetáculo –, e seu tempo e modo de consumo (Filizola, 2021) intensificam a midiatização do consumo e das relações sociais, modelam gostos, estimulam desejos e representam uma fonte de trabalho e entretenimento.

Essa dinâmica se tornou evidente em 2023 com a popularização das *lives* de *NPC* (*non playable character*, ou personagem não jogável). Inspiradas nos personagens de jogos eletrônicos automatizados, que apenas compõem o cenário com comportamentos e atitudes repetitivas, nessas transmissões ao vivo, os indivíduos passam a agir como tais personagens, repetindo ações a partir de estímulos dos espectadores. A cada *input* – uma rosa, um café ou um milho, por exemplo – respondem com uma frase predefinida, daí vem o título deste trabalho, escolhido por frases como *obrigado pelas rosas, huum milho, você é demais*, entre outras a serem repetidas constantemente em *lives*.

De acordo com dados sobre a remuneração oferecida pelo TikTok por volume de interação, criadores de conteúdo podem cegar a obter ganhos entre R$30 mil e R$50 mil. Durante essas *lives*, as interações se convertem em diamantes, uma forma de monetização virtual da plataforma, posteriormente trocados por valores financeiros. Cada diamante tem um valor aproximado de US$0,005. O preço das figurinhas, em interações mais personalizadas e diretas, varia, podendo alcançar até US$500, cerca de R$2,4 mil em conversão direta (Carneiro, 2023).

Essas transmissões podem gerar sentimentos conflitantes e exposição repetitiva a uma posição de submissão e ridicularização, e suas relações podem

ser enquadradas como uma espécie de estética do constrangimento. Esta se configura como uma expressão artística que abrange a concepção de contextos desconfortáveis ou embaraçosos para o observador. Tais cenários são meticulosamente elaborados para confrontar convenções sociais e culturais, incitando uma reflexão profunda sobre convicções e valores individuais (Ngai, 2005).

Contudo, ao considerar a estética do constrangimento, percebe-se uma proposta artística e um posicionamento de desconstrução através do constrangimento, visando construir uma nova perspectiva. As *lives* de *NPC* parecem configurar um novo processo de constrangimento mais voltado à obtenção de recursos financeiros no ambiente digital, expondo os participantes a situações desconfortáveis, do que necessariamente a uma proposta artística ou a um movimento de vanguarda.

A espetacularização e sua ligação no modo como as pessoas consomem – inclusive financeiramente –, se entretêm e participam permitem que a presente pesquisa formule a seguinte questão norteadora: nas *lives* de *NPC*, como se desenvolve um consumo baseado na exposição do outro ao constrangimento e quais suas implicações para a construção de uma cultura do consumo e do entretenimento digital?

A presente pesquisa tem como objeto de análise a *#NPC* no TikTok e utilizará a combinação de elementos da Análise de Conteúdo, mapeando essas visibilidades e analisando suas imbricações no objeto em categorias.

O consumo de conteúdo no digital

Os rituais de consumo, conforme conceituados por McCracken (2007), estão profundamente enraizados na cultura e na sociedade, delineando a interação, a interpretação e a atribuição de significado aos produtos pelos consumidores e, consequentemente, a maneira como o valor é atribuído. No ambiente digital contemporâneo, esses rituais adquirem novas formas e dimensões, moldados pela tecnologia. Essa transição reconfigura o envolvimento dos consumidores, transformando rituais tradicionais em experiências virtuais, frequentemente marcadas pela instantaneidade, interconectividade e participação ativa.

Essa dinâmica digital também se relaciona com as ideias de Baudrillard (2008) sobre o consumo de bens simbólicos e imateriais. Ao confrontar as observações desse autor com o ambiente digital, percebe-se que este se configura como um terreno fértil para a produção e circulação de símbolos e significados, onde bens simbólicos e imateriais se entrelaçam de maneira complexa. Se os dados são a fonte de renda em um modelo de negócio de estratificação, como o das Big Techs (Morozov, 2018), seriam eles o dinheiro e o lucro, e o conteúdo, os bens de consumo? Esse tipo de questionamento sobre as trocas no digital complexifica e aprofunda os mecanismos de troca e consumo da contemporaneidade.

A natureza intangível dos produtos no ambiente digital desafia as noções convencionais de posse e valor. Nesse cenário, a representação simbólica supera frequentemente a existência física, à medida que os consumidores valorizam elementos intangíveis como identidade de marca, experiências digitais e conexões sociais. No mundo digital, a fronteira entre o real e o virtual se torna tênue, com a experiência do consumo ocorrendo frequentemente em um espaço onde virtualidade e materialidade se entrelaçam, desafiando as estruturas tradicionais de consumo e valorização.

Além da alteração no valor dos bens, observa-se também uma mudança na concepção e no valor do trabalho. Contudo, essas constantes transformações no mundo do trabalho sob o capitalismo já eram analisadas por Marx (2011), que compreendia que, nesse sistema, os trabalhadores são frequentemente despojados do controle sobre seu próprio trabalho e o produto final, resultando em alienação e diminuição de sua identidade, transformando-os em peças substituíveis e facilmente dispensáveis no sistema produtivo. Essa descartabilidade e insegurança, intensificadas pelo capitalismo tardio e pela ascensão de plataformas digitais e redes sociais, possibilitaram, por um lado, novos postos de trabalho, mas, além de serem caracterizados pela pouca segurança social e trabalhista, precarizaram outros serviços (Ghromann, 2019).

Ademais, além da descartabilidade e depreciação do trabalho, ocorre um processo aprofundado de deslegitimação do trabalhador nesses espaços digitais. Marcuse (1982) argumenta que a sociedade de consumo capitalista tende a criar uma cultura que promove a infantilização das massas, reduzindo a consciência crítica e fomentando uma mentalidade conformista, perpetuando a ideia de que a busca pela satisfação imediata e a conformidade são valores constantemente almejados.

Ambos os autores, Marx e Marcuse, oferecem análises críticas sobre como o sistema capitalista pode diminuir a dignidade e a autonomia do trabalhador, seja pela alienação no processo produtivo, seja por meio de uma cultura de conformidade. A presente pesquisa busca compreender a repercussão desses processos nas *lives* de *NPC*, sendo um dos sintomas desse constrangimento. Estas também surgem em um contexto de insegurança nas condições de trabalho. Grohmann e Qiu (2020) investigam como essas plataformas impactam a organização do trabalho, as condições de emprego, a flexibilização das relações trabalhistas e a economia como um todo, abordando a precarização do trabalho, a desregulamentação das condições laborais, a emergência de novos modelos de negócios e a reconfiguração das relações entre empregadores e trabalhadores.

Compreendendo o consumo como uma ferramenta estruturante e estruturadora de uma realidade capitalista, que pode envolver prazer e construção de identidade, mas também criar mecanismos de consumo onde o trabalhador pode ser um instrumento descartável, e onde o intuito desse consumo pode estar fundado em rituais que reforçam estereótipos e aprofundam estratificações, torna-se possível imaginar e perceber limites para o consumo, especialmente no século XXI, relacionados ao respeito ao espírito cidadão, aos parâmetros éticos e ao sentimental (Perez, 2020).

O constrangimento como categoria estética

Na contemporaneidade, as visualidades funcionam como um termômetro para a construção de novas dinâmicas, especialmente quando mediadas pelas mídias. O domínio das imagens e suas constantes atualizações permitem que se construa, ou por vezes se modele, o entendimento do que é real, importante, descartável, belo ou feio. Consequentemente, as visualidades estabelecem um prisma para as coisas do mundo e o mundo das coisas, de modo que "a imagem equivale a uma inevitável fuga da realidade" (Mortensen Steagall, 2020, p.2).

É notório que esse aprisionamento pelas imagens na sociedade hipermediatizada possui forte relação com o crescimento exponencial da interação – e dependência – com o universo digital, mais precisamente as redes sociais

(Mortensen Steagall, 2021). As redes sociais são, por excelência, mecanismos estruturados por imagens e, portanto, quanto maior a presença dessas plataformas no cotidiano social, mais intensa será a relação simbólica com as imagens.

Ainda observando essa sobreposição entre questões estéticas e sociedade, algumas áreas são contestadas e/ou tensionadas pelas visibilidades. Para Rancière (2009 e 2004), a posição estratégica que esse elemento sempre ocupou na sociedade e como as visualidades se tornaram ferramentas para desmantelar ou reafirmar estruturas estabelecidas pelo capitalismo é fundamental.

O uso das imagens é essencial para os processos de comunicação no capitalismo, seja para contribuir com um sistema de resistência, seja para reforçar e aprisionar práticas econômicas, culturais e sociais. Consolida-se a relação entre imagem e capitalismo na sociedade de consumo, devido à maneira como desejos e necessidades de prazer são transmitidos pelas formas contemporâneas de visibilidade. Nesse cenário, a aproximação entre imagem e mercadoria é facilitada pela natureza subjetiva, especialmente no mundo digital, onde o domínio do imediatismo e uma estética do real utilizam essa aproximação para gerar engajamento. As visualidades constituem uma economia que molda um estilo de vida específico em um mundo altamente voltado para o visual (Han, 2020).

A eficácia desse processo decorre de sua capacidade de adaptação ao ritmo com que o capital busca valorizar-se, seguindo padrões conformistas. E essa construção de uma identidade pelo consumo, inerente ao próprio sistema, é um dos pontos fortes dos rituais (McCraken, 2007). Isso alimenta a compulsão incessante do sistema em produzir e consumir imagens continuamente, contribuindo para a formação de um ciclo de autovalorização e consumo de representações visuais (Han, 2020).

Para a construção desses rituais, contudo, é necessária uma relação com o sujeito presente, o chamado engajamento digital. Essa relação se manifesta por uma aproximação do público com o objeto de desejo de consumo. Alguns autores compreendem esse fenômeno pelo termo *fandom*, definido como um "agrupamento de fãs em torno de determinado produto" (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, p. 210), geralmente uma obra, uma personalidade ou um artefato midiático. A formação de um *fandom* garante também a existência de

propagadores da mensagem e do consumo da produção daquele objeto midiático, seja de qual natureza for. Nessa perspectiva, no ambiente midiático, surge também o grupo contrário, o que Gray (2003) denomina Anti-fã, caracterizado pelo engajamento na busca não pela admiração, mas pelo consumo do desagrado, pelo desejo de construir o que no ambiente digital ficou conhecido como *hate*. A prática de assistir algo para encontrar defeitos, problematizar ou mesmo ridicularizar o que está acontecendo pode ser entendida pelo ator como um movimento de monitoramento *hatewatching*.

Considerando que a presente pesquisa busca compreender o consumo do constrangimento como um possível ritual dentro dos espaços digitais, este trabalho supõe esses consumidores como anti-fãs, indivíduos que buscam esse consumo pelo que há de inusitado, imprevisto e constrangedor, como as *lives* de *NPC*.

Este artigo também inicia uma reflexão entendendo essas *lives* como constrangimento, mas não aquele que possibilita uma abordagem revolucionária, e sim o da imagem degradante e imprecisa. Nesse contexto, o constrangimento deriva do que na internet se entende por *trash* (Fontanella, 2009a; 2009b), um termo típico da cibercultura que tenta definir o que é desconforme, impreciso, aquilo que não se encaixa nos formatos conformes e estabelecidos.

> [...] envolve as práticas de produção, reprodução, compartilhamento e consumo de produções textuais e audiovisuais fundamentadas em uma estética intencionalmente tosca, difundindo frequentemente de forma viral através das redes sociais (Fontanella, 2009a, p.3).

Para a autora, o teor *trash* e desconfortável das obras digitais reside no fato de serem sempre uma remanescência, um protótipo mal produzido, algo feito amadoramente para ser disforme, mas que lembra e "envolve de uma forma ou outra a citação, ou mesmo intervenção direta sobre algum repertório do imaginário da cultura de massa" (Fontanella, 2009a, p.5). Percebe-se, então, uma relação entre a produção da *NPC* e o imagético dos *games*, do comportamento atomizado dos personagens de ficção.

Essa relação do constrangimento do corpo na reprodução de personagens de *games* remete ao que Haraway (2009) argumenta sobre como a tecnologia

está alterando a maneira como a sociedade encara e se apropria dos corpos, na qual a linha entre o humano e o não humano se torna cada vez mais tênue. A autora comenta a respeito do corpo ciborgue, uma fusão de corpo humano e tecnologia, onde esta é vista como uma extensão.

Haraway entende que o corpo ciborgue é uma forma de transcender as fronteiras de gênero e raça, permitindo que os indivíduos sejam o que desejarem. No caso das *lives*, o entendimento se aprofunda pela relação estabelecida com esse movimento de não apenas possuir o corpo ciborgue, mas de digitalizar as ações e entrar em um processo de repetição.

A pesquisa compreenderá como estética do constrangimento essa colocação de pessoas em situações que atomizam e robotizam seus corpos, com visualidades que englobam o *trash* e o desconforme, e como esses acionamentos de anti-fãs buscam um consumo por algo perturbador. Essa relação não é inédita com as *lives* de *NPC*, considerando o apreço por programas dominicais que exibiam quedas e vídeos amadores de acidentes, além das famosas "pegadinhas" que colocavam pessoas em situações vexatórias, cujo consumo simbólico desse tipo de constrangimento já era comum desde a década de 1990 (Reimão et al., 1997).

Metodologia

Considerando o objetivo deste trabalho, que é compreender o estabelecimento do consumo de constrangimento nas *lives* de *NPC*, a presente pesquisa adota como base metodológica a Análise de Conteúdo e, como ferramenta de investigação, a análise categorial. Esta consiste em classificar o material empírico selecionado em categorias temáticas e identificar sua presença (Fonseca Júnior, 2005).

Para efetivar essa análise, torna-se fundamental estabelecer um conjunto de categorias predefinidas ou emergentes, organizando o material de acordo com elas. Tais categorias seguirão os parâmetros identificados no aprofundamento bibliográfico. Ao longo deste artigo, foi possível perceber diversas temáticas que se agrupam em categorias de análise, sendo estas: rituais de consumo, constrangimento como estética, presença do Anti-fã, condições de trabalho e ridicularização do trabalhador no digital.

Essa divisão do conteúdo em unidades menores, visando identificar padrões recorrentes, permite uma compreensão mais profunda do material. Para tanto, é essencial um processo de codificação dos segmentos relevantes, assegurando que as categorias representem fielmente o conteúdo analisado e promovam uma interpretação precisa e abrangente dos dados (Fonseca Júnior, 2005). Por isso, um aprofundamento teórico prévio é necessário para fundamentar o entendimento dessas categorias.

O recorte do objeto será realizado pelas *lives* feitas no TikTok, plataforma que originou esse fenômeno, onde se buscará pela *#NPC*, observando-se apenas os resultados brasileiros em língua portuguesa. A partir dos quatro vídeos com maior número de visualizações que melhor simbolizam essas categorias, será possível perceber a presença delas, em uma escolha por conveniência de acesso a essas *lives*. É importante lembrar que a pesquisa no TikTok não permite um filtro muito detalhado, e a presença do algoritmo hierarquiza a busca. Os vídeos apresentados para exemplificar não significam necessariamente os maiores e mais vistos entre todos, constituindo esta amostra uma amostra por conveniência. Além disso, algumas *lives* foram removidas da plataforma, sendo utilizados canais de arquivo que as disponibilizam.

Obrigado pelas rosas, hummm milho: analisando o consumo do constrangimento nas *lives* de *NPC*

Ao acessar a aba de pesquisa no aplicativo TikTok e utilizar a *#NPC*, foram selecionados alguns vídeos que podem ilustrar essa relação: *Live* do Felca (*NPC*, 2023); *Live* legal do Bruno Best (Page, 2023a); *NPC live* da Nana (Page, 2023b) e *NPC* do Pescinale (Maiara, 2023). A seleção dessas quatro *lives* também se deu por suas diferenças, abrangendo diversidade de gênero e raça, além de propostas múltiplas, algumas que seguem mais estritamente o formato (Page, 2023a e 2023b) e outras que o modificam (*NPC*, 2023 e Maiara, 2023).

Como mencionado anteriormente, serão observadas quatro categorias de análise nesses vídeos, sendo elas: *rituais de consumo, constrangimento como estética, presença do Anti-fã e condições de trabalho e ridiculariza-*

ção do trabalhador no digital. Estas buscam compreender como se configura esse consumo pelo constrangimento.

Rituais de consumo

Mais do que meros eventos de entretenimento, as *lives* de *NPC* evoluíram para rituais de consumo, nos quais os espectadores não apenas assistem, mas também participam ativamente por meio de trocas simbólicas que transcendem a transação em si. Elas incorporam elementos ritualísticos, como eventos especiais e datas comemorativas, ou até mesmo recompensas exclusivas, que podem gerar um senso de comunidade entre os espectadores, apesar de ser uma comunidade voltada ao controle do personagem. Aparentemente, a dinâmica da reciprocidade constitui um aspecto fundamental. Os espectadores são frequentemente incentivados a participar ativamente, mas nas *lives* que se destacaram no terceiro trimestre de 2023, essa dinâmica assume contornos distintos, apresentando uma relação ainda mais evidente com a monetização e o controle.

Assim, as *lives* de *NPC*s se transformam em rituais de consumo, onde as trocas simbólicas não apenas sustentam a economia virtual, mas também alimentam outros sentimentos. Além da simples troca material, ou seja, quando o usuário doa um valor e é recompensado, ocorrem também trocas imateriais, como ouvir o *NPC* dizer seu nome ao se inscrever.

Observa-se também a força do processo coletivo momentâneo. Por ter se tornado um movimento viral, resultando nos números mencionados no primeiro tópico deste artigo, as pessoas também desejam fazer parte desse fenômeno. Por exemplo, a *Live* do Felca (*NPC*, 2023), que possui mais de 2 milhões de seguidores no TikTok, atingiu mais de 200 mil espectadores. Esse movimento de pertencimento e participação evoca tanto a cultura da convergência e conexão (Jenkins; Green; Ford, 2014, p.210) quanto os fundamentos dos rituais de consumo e das trocas de bens, seja no digital, seja em outro formato (McCraken, 2007). Esses processos, ao se intensificarem, assemelham-se ao que o autor denomina rituais de posse, caracterizados por uma quase personalização do consumo.

"Com efeito, é talvez principalmente dessa maneira que uma posse anônima – criatura de um processo de fabricação em massa impessoal e distante – se transforma em uma posse pessoal que pertence a alguém e fala por esse alguém" (McCraken, 2007, p.109). Talvez seja assim que os indivíduos criam um mundo pessoal de bens que reflete. Se pensamos essa atitude de possuir nas *lives* de *NPC* esse sentimento está no controle e posse das atitudes do outro, comandando essa relação sua própria experiência e seus próprios conceitos de si e do mundo.

Se essa projeção de consumir já era perceptível no consumo de bens materiais, quando transportada para o consumo do controle – o consumo da ordem –, essa sensação de empoderamento e personificação pode se tornar ainda mais evidente. Nas *lives* de *NPC*, a posse recai sobre o corpo do outro. Em uma sociedade capitalista fundamentada em uma luta de classes, isso pode impulsionar um consumo contínuo, pois talvez seja na *live* de *NPC* o único momento em que pessoas "normais" podem exercer controle sobre algo, neste caso, sobre alguém.

Constrangimento como estética

Nesse contexto, emerge uma convergência interessante entre o constrangimento latente e a percepção de imagens *trash* (Fontanella, 2009). A interação desses elementos estabelece um ambiente inusitadamente chamativo, onde o constrangimento se torna uma ferramenta estética, e as imagens *trash* adquirem um apelo singular.

É relevante notar que o constrangimento não é alheio aos performers de *NPC*; embora, a princípio, seja um recurso de consumo dos espectadores, ele também representa uma utilização consciente por parte dos criadores de conteúdo. Nas transmissões pelo TikTok, essa exploração do constrangimento não apenas desafia as expectativas do público, como também gera uma forma de atração magnética.

Percebe-se, então, uma certa intencionalidade nos criadores de conteúdo ao utilizá-lo com um viés questionador do papel constrangedor assumido de forma consciente, conforme proposto pela estética do constrangimento de

Ngai (2005). Por meio de momentos deliberadamente constrangedores, os *NPC*s capturam a atenção do espectador, rompendo com o esperado. Contudo, na maioria dos casos – perceptível na *Live* legal do Bruno Best (Page, 2023a) e na *NPC live* da Nana (Page, 2023b) –, essa consciência de estar em uma situação constrangedora não se traduz em um movimento intencional de questionar tal circunstância.

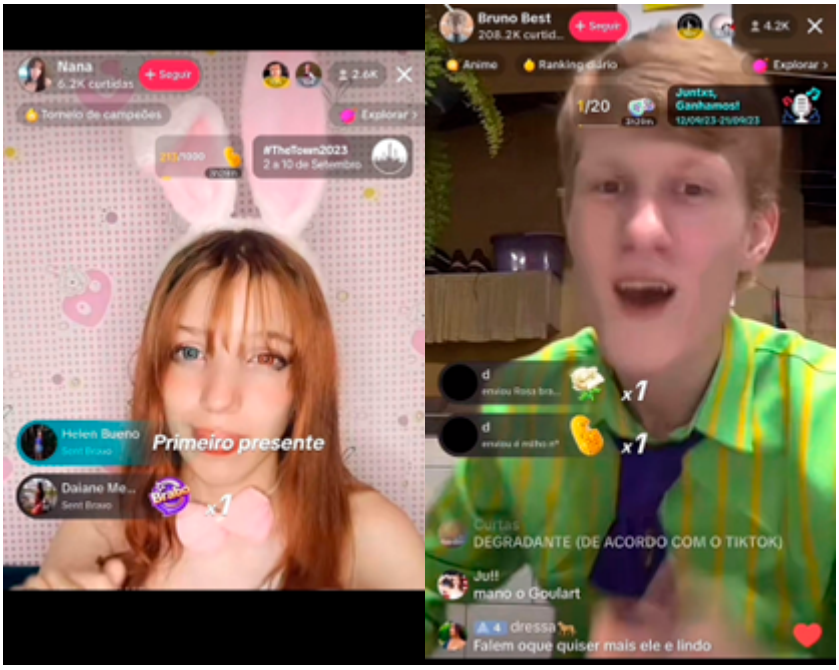


Figura 1 - *lives* de *NPC* da Nana e do Bruno Best.
Fonte: Imagem colhida pelos autores do texto em Page (2023b, 2023a), respectivamente.

A incorporação de imagens *trash* oferece uma estética visual peculiar, frequentemente envolvendo elementos kitsch, caóticos ou até mesmo absurdos. Ademais, os movimentos contínuos, repetidos inúmeras vezes, atomizam a ação humana e reproduzem um corpo digital robótico (Haraway, 2009); contudo, é essa robotização que efetiva a sensação de controle e reforça o constrangimento.

Nesse cruzamento entre o constrangimento consciente e a estética *trash*, as *lives* de *NPC*s no TikTok se configuram como um espaço criativo e surpreendentemente calculado que explora elementos estéticos. Os *NPC*s conseguem estabelecer uma identidade marcante e atraente, conectando-se com um público por meio de uma experiência que desafia as convenções estéticas e as fronteiras do conforto visual.

Presença do Anti-fã

Essas transmissões ao vivo de *NPC*s no TikTok revelam a presença de anti-fãs, indivíduos que buscam esse desconforto. Pelos comentários, nota-se que esses espectadores não estão ali para apoiar ou admirar o *NPC*, mas sim para zombar e consumir o potencial constrangimento gerado pelas interações.

Eles se distinguem por suas intervenções provocativas, buscando ridicularizar deliberadamente o criador de conteúdo, especialmente aqueles que efetuam pa*game*ntos. Comentários com emojis de risada, palavras zombeteiras, insultos e ridicularizações são comuns, traço característico dos anti-fãs (Gray, 2003). Esse comportamento visa não apenas explorar o constrangimento do *NPC*, mas também obter algum tipo de prazer ao criar um ambiente desconfortável.

Esse grupo de espectadores, motivado pela busca do constrangimento, gera um paradoxo na transmissão. Ao mesmo tempo, em que demonstram desprezo ou repulsa pelo conteúdo, eles o consomem e muitos pagam para continuar assistindo àquela ação que julgam constrangedora e vexatória, como evidenciam os comentários. Essa dinâmica estabelece uma tensão entre os criadores e seu conteúdo.

No universo das *lives* de *NPC*s no TikTok, a presença desses anti-fãs que buscam consumir o constrangimento alheio estabelece uma dicotomia singular. Contudo, ressalta-se a habilidade do *NPC* em se blindar dessa negatividade e manter-se no personagem, o que demonstra que a relação financeira que aquela atividade pode gerar se sobrepõe ao constrangimento. Essa reflexão conduz ao próximo tópico.

Condições de trabalho e ridicularização do trabalhador no digital

As dinâmicas laborais dos criadores de conteúdo de *NPC*s para o TikTok refletem um contexto complexo, onde a fronteira entre entretenimento e trabalho se torna tênue, expondo também as fragilidades do mundo do trabalho contemporâneo. Em certos casos, a representação dos *NPC*s pode ser inter-

pretada como uma forma de ridicularização do trabalho, com os performers frequentemente presos a um ciclo de demandas e expectativas do público. Além disso, influenciados por uma narrativa neoliberal, muitos entendem o trabalho no universo digital como uma ferramenta meritocrática, de fácil acesso e rápido retorno financeiro.

Essas relações se tornam explícitas até mesmo em *lives* de *NPC* com carteira de trabalho em mãos, com frases que expõem esse tipo de função como uma depreciação do valor do trabalho, e até mesmo imagens de pessoas com nariz pintado como palhaço.

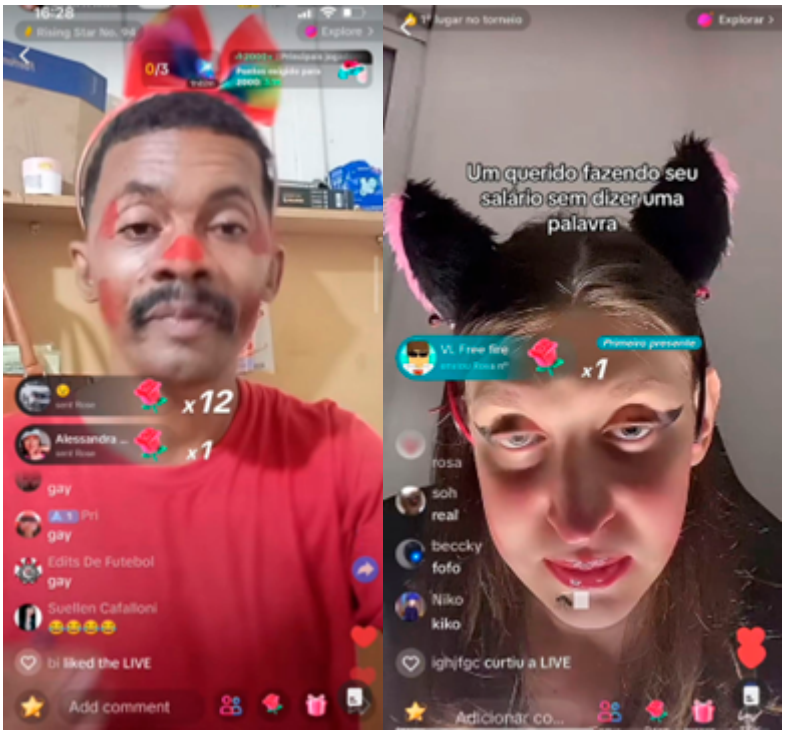


Figura 2 - A *live* de *NPC* do Pescinale e a *Live* do Felca
Fonte: Imagem colhidas pelos autores em Maiara (2023) e *NPC* (2023), respectivamente.

Essas relações são apresentadas como elementos para intensificar ainda mais o constrangimento, não apenas de quem o performa, mas também deflagrando o próprio consumo como um processo intrinsecamente constrangedor. Nesse ponto, emerge o conceito de Ngai (2005) sobre o uso do constrangimento para questionar.

Contudo, é necessário evitar a ingenuidade de considerar essas *lives* puramente questionadoras. Na verdade, essa busca incessante por visualizações e interações pode, inadvertidamente, levar à adoção de estratégias que valorizam o espetáculo (Debord, 2003) em detrimento do conteúdo em si. Em um

contexto de complexidades, essas intenções se entrelaçam e geram um efeito que escancara não apenas a dinâmica confusa e inusitada dessas transmissões, mas também a maneira como o trabalho adquire novas configurações na sociedade hipermediatizada.

A constante exposição ao escrutínio público pode até mesmo criar um ambiente onde o constrangimento é explorado como estratégia de engajamento, desconsiderando o impacto negativo na percepção do valor do trabalho. Além disso, observa-se uma relação de poder nesse contexto, onde o espectador pagante pode ser consumidor (no âmbito do consumo simbólico), mas também pode exercer um papel de "chefe" no processo de emissão de ordens.

Nesse sentido, os modelos de trabalho dos criadores de conteúdo de *NPC*s no TikTok podem, em alguns casos, perpetuar uma narrativa onde o constrangimento é explorado em prol da audiência, levando à minimização do valor do trabalho inerente à criação de conteúdo.

Considerações finais

O ambiente digital tornou-se um palco influente na modificação dos processos de espetacularização das imagens, transformando a maneira como as pessoas consomem e interagem com o conteúdo visual. Essa mudança não apenas alterou a produção e o consumo de imagens, mas também desencadeou novos rituais de consumo e trocas simbólicas. As estéticas emergentes nesse cenário, como o *trash*, o amador e o constrangimento, revelam uma diversidade marcante, desafiando os papéis convencionais de visibilidade, formatos midiáticos e troca de informações e conteúdo.

Assim, as *lives* de *NPC* no TikTok emergem como um ponto de observação desse novo consumo de constrangimento, conforme denominado nesta pesquisa. Nesse cenário, observa-se não apenas um entretenimento convencional, mas uma dinâmica complexa onde acionamentos permitem a exploração de rituais de posse e controle dos corpos virtuais dos *NPC*s, expondo frequentemente os corpos humanos digitais ao acesso de inputs e estímulos, de forma similar a inteligências artificiais e robôs, em um processo consciente e, por vezes, voluntário de desumanização, através da robotização. A pre-

sença do anti-fã, com sua postura paradoxal, desempenha um papel crucial, alimentando e desafiando as próprias bases dessas *lives*. Configura-se, aparentemente, uma espécie de fetiche pelo constrangimento, ultrapassando, ou melhor, aprofundando-se em um ritual de consumo com feições perversas.

Outros procuram apropriar-sede espécies de significado às quais, por avaliação sociológica objetiva, não fazem jus. Ainda outros procuram constituir sua vida apenas em termos do significado dos bens. Todas essas patologias do consumidor ficam evidentes no comportamento de consumo moderno, e todas ilustram como o processo de transferência de significado pode dar errado em detrimento do indivíduo e da sociedade. (McCraken, 2007, p. 110)

Esta pesquisa compreende que, por trás dessa aparente nova forma de "entretenimento" e consumo, as *lives* de *NPC* no TikTok revelam um aspecto preocupante e sintomático do nosso tempo: a reconfiguração do valor do trabalho. O fenômeno evidencia as amarras do capitalismo tardio, onde a função e a importância do trabalho são cada vez mais precarizadas e reduzidas. Esses criadores de conteúdo, frequentemente presos em ciclos de demandas implacáveis por engajamento, acabam por desempenhar papéis que, em certos casos, se tornam uma caricatura do próprio trabalho.

Em suma, as *lives* de *NPC* no TikTok refletem não apenas a mudança nas dinâmicas de consumo e espetacularização, mas também revisitam questões profundas sobre a natureza do trabalho e sua valorização em uma era digital marcada pela constante busca por engajamento e entretenimento instantâneo, e por estímulos que levam os sujeitos a consumir até mesmo o constrangimento.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Portugal: Edições 70, 2008.

CARNEIRO, Igor Almenara. Live de NPC: entenda o que é a trend do TikTok que está fazendo criadores ganharem milhares de dólares. Tec Mundo. 15 de set. 2023. Disponível em:<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/271687-live-NPC-entenda-trend-tiktok-que-fazendo-criadores-ganharem-milhares-dolares.htm>. Acesso em: 30 de nov. de 2023.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. São Paulo: eBooksBrasil, 2003.

FILIZOLA, Paula. Especialistas comentam mudanças no TikTok e novos formatos de conteúdo. Metrópoles. 15 de set de 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/especialistas-comentam-mudancas-no-tiktok-e-novos-formatos-de-conteudo> . Acesso em: 20 de nov. de 2023.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2006.

FONTANELLA, Fernando. O que vem de baixo nos atinge: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura digital trash. INTERCOM 2009 - XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: INTERCOM/ UP, 2009a.

FONTANELLA, Fernando. O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. III Simpósio Nacional da ABCiber, São Paulo, 2009b

GRAY, Jonathan. New Audiences, New Textualities Anti-Fans and Non-Fans. In: International journal of cultural studies [s.l], v. 6, n. 1, p. 64-81, 2003.

GRAY, Jonathan. How Do I Dislike Thee? Let Me Count the Ways. In: CLICK, Melissa A. (Ed.). Anti- Fandom: Dislike and Hate in the Digital Age. Nova York: New York University Press, 2019.

GROHMANN, R. Financiarización, mediatización y datificación como síntesis sociales. In: Mediaciones de la Comunicación, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 97–117, 2019.

GROHMANN, Rafael; QIU, Jack. Contextualizando o Trabalho em Plataformas. In: Revista Contracampo, [s.l.], vol.39, n.1, 2020.

HAN, Byung-Chul. No enxame: perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018.

HARAWAY, Donna. 2009. Manifesto ciborgue. Ciência, tecnologia e feminismo socialista no final do século XX. TADEU, Tomaz (org. e trad.). Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica

Editora, p.47-58

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua & FORD, Sam. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo, Editora Aleph, 2014

MAIARA, Iress. NPC do Pescinale. [@iressmaiara]. 12 de. set. de 2023. TikTok. Disponível em <https://www.tiktok.com/@iressmaiara/video/7278122122671557894?_r=1&_t=8iLgXwdyxpl> . Acesso em 12 de dez. 2023.

MARCUSE, Hebert. A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional. Tradução de Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MARX, Karl. Grundriss. São Paulo: Boitempo, 2011.

MCCRACKEN, Grant. Cultura e consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MCCRACKEN, Grant. Cultura e Consumo: Uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. Revista de Administração de Empresas, v. 47, n.1, p. 99-115, jan./mar. 2007

MOROZOV, Evgeny. Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

MORTENSEN STEAGALL, Marcos. Imagens conceituais na publicidade: premissas da imagem publicitária potenciadas pela tecnologia e interatividade. Convergências: Revista de Investigação e Ensino das Artes, 13, pp.1-6, 2020.

NGAI, Sianne. Ugly Feelings. Cambridge: Havards University Press, 2005.

NPC, Live. Felca NPC. [@liveNPCvídeo]. 03 de out. 2023. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@liveNPCvideos/video/7285745596252572934?_r=1&_t=8iLg2Ak5Beo>. Acesso em 12 de dez. 2023.

PAGE, NPC. Live legal do Bruno Best. [@NPCpage] 18 de set. de 2023a. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@NPCpage/video/7280351870520921350?_r=1&_t=8iLgBluMCPN>. Acesso em 12 de dez. 2023.

PAGE, NPC. NPC live da Nana. [@NPCpage] 09 de out. de 2023b. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@NPCpage/video/7277302487676161286?_r=1&_t=8iLgOaR>. Acesso em 12 de dez. 2023.

PEREZ, Clotilde. Há limites para o consumo? São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2020.

RANCIÈRE, Jacques. The politics of aesthetics: the distribution of the sensible. Londres: Continuum, 2004.

RANCIÈRE, Jacques. A partilha do sensível, estética e política. São Paulo: EXO experimental org. Editora 34, 2009.

REIMÃO, Sandra. et. al. Velhas tardes de domingo (Notas sobre Domingão do Faustão e Programa Silvio Santos). Comunicação e Sociedade, v. 28, 1997. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8000/6767>. Acesso em: 12 de dez. de 2023.

SOUZA, Gisele. Qual a rede social mais usada em 2023? A resposta vai te surpreender. Tech Tudo. 21 set. 2023. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2023/07/qual-a-rede-social-mais-usada-em-2023-a-resposta-vai-te-surpreender-edapps.ghtml>. Acesso em: 30 de nov. de 2023.

_Artigo

Fazer diferença é todo dia: uma análise das campanhas de comunicação institucional do Grupo Globo sobre diversidade e inclusão da população LGBTQIA+

"Fazer diferença é todo dia": an analysis of Grupo Globo's institutional communication campaigns on diversity and inclusion of the LGBTQIA+ population

Vicente William da Silva Darde[1]

1Jornalista e Relações Públicas, Doutor em Comunicação e Informação pela UFRGS. Docente e gestor no Centro Universitário das Américas – FAM e docente na Universidade São Judas Tadeu (USJT). E-mail: vicentedarde@terra.com.br.

Resumo

Este artigo analisa as estratégias de diversidade e inclusão na Globo, maior empresa de comunicação do país, com foco na campanha "Fazer a Diferença é Todo Dia" (2022), parte de sua Agenda ESG 2030. Examinamos ações voltadas à população LGBTQIA+ nos Relatórios ESG de 2021, 2022 e 2023. Por meio das ações e estratégias de comunicação interna, identificamos investimentos em equipes diversas, treinamentos e capacitações para um ambiente inclusivo. Refletimos também sobre as práticas de Relações Públicas dentro das empresas, pois entendemos que a maneira como uma empresa comunica e pratica a diversidade e a inclusão pode afetar sua imagem e reputação perante os públicos de interesse.

Palavras-chave: Diversidade; LGBTQIA+; Relações Públicas; Campanha Publicitária; Globo.

Abstract

This article analyzes the diversity and inclusion strategies at Globo, the largest communications company in the country, focusing on the "Making a Difference is Every Day" campaign (2022), part of its ESG 2030 Agenda. We examined actions aimed at the LGBTQIA+ population in the 2021, 2022 and 2023 ESG Reports. Through internal communication actions and strategies, we identified investments in diverse teams, training and qualifications for an environment inclusive. We also reflect on Public Relations practices within companies, as we understand that the way a company communicates and practices diversity and inclusion can affect its image and reputation among stakeholders.

Keywords: Diversity; LGBTQIA+; Public relations; Advertising Campaign; Globo.

Introdução

Este artigo tem como problema de pesquisa conhecer e analisar as ações e estratégias de comunicação voltadas à promoção da diversidade LGBTQIA+ na Globo, a maior empresa de comunicação do país, contribuindo para ampliação desta discussão no âmbito das organizações. Na sequência, abordamos a questão central que guiou nossa pesquisa e os propósitos que nos permitiram abordá-la. Primeiramente, expomos o objetivo geral, seguido pelos objetivos específicos que representam as várias fases da jornada em nossa investigação científica.

Como objetivo geral, pretendemos conhecer as ações e estratégias de comunicação voltadas à promoção da diversidade LGBTQIA+ no Grupo Globo. Como objetivos específicos, buscamos identificar quais são as políticas e ações implementadas dentro da empresa para a promoção dos colaboradores LGBTQIA+; compreender e analisar o papel da área de Comunicação – onde se insere o profissional de Relações Públicas - nas ações e estratégias de comunicação voltadas à promoção da diversidade e inclusão dentro das empresas e identificar quais e quando ocorreram as mudanças no discurso sobre diversidade LGBTQIA+ nas campanhas institucionais do Grupo Globo para analisar se essas mudanças ocorreram antes, durante ou depois da implementação de ações internas de valorização da diversidade e inclusão.

Pesquisar as ações e estratégias de promoção da diversidade e inclusão nas empresas é crucial para construir ambientes de trabalho mais equitativos e produtivos. Essa pesquisa permite compreender, por meio do estudo de caso da Globo, a maior empresa de Comunicação do país, as necessidades e desafios específicos enfrentados por diferentes grupos, promovendo a criação de políticas mais eficazes dentro das organizações. A maneira como uma empresa comunica e pratica a diversidade e a inclusão pode afetar profundamente sua imagem, sua relação com funcionários, clientes e a comunidade em geral, portanto, a pesquisa contribui também com a reflexão sobre as práticas de Relações Públicas dentro das empresas.

Ao analisar o impacto das ações e estratégias de comunicação do Grupo Globo sobre diversidade LGBTQIA+, esta pesquisa contribuirá para que as organizações possam adaptar e aprimorar suas abordagens, contribuindo

para uma cultura corporativa mais justa, inovadora e alinhada com a diversidade da sociedade. Além disso, a pesquisa sobre esse tema contribuirá para os estudos acadêmicos sobre Comunicação e Diversidade.

Reflexões sobre Diversidade

A Diversidade é descrita como "a qualidade do que é diferente, diverso; multiplicidade", esse termo é abrangente e pode ser direcionado e entendido por diversos conceitos discutidos pela sociologia. A etimologia da palavra diversidade deriva do latim diversitas, atis, e significa "variedade, alteração, mudança, diferença". A amplitude do termo é complexa, uma vez que a diferença e particularidade de cada indivíduo é única. As definições mudam de acordo com o contexto social, político e histórico de cada momento. A sociedade adota, historicamente, diferentes definições da condição humana e determina padrões físicos, psicológicos e de conduta a serem seguidos e executados. A Declaração Universal dos Direitos Humanos, proclamada em 1948 pela Organização das Nações Unidas (ONU), reconhece em cada indivíduo o direito à liberdade e à dignidade. A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 também adota o princípio da dignidade humana, e afirma como objetivo fundamental, dentre outros, "promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação".

De acordo com o Instituto Ethos (2000), a diversidade pode ser entendida como uma resposta significativa às questões pertinentes à integridade dos indivíduos. Nesse sentido, a diversidade refere-se a um conjunto de circunstâncias relacionadas aos direitos e responsabilidades dos cidadãos, visando proporcionar oportunidades equitativas para o desenvolvimento pleno de suas habilidades e competências.

A diversidade é norma da espécie humana: seres humanos são diversos em suas experiências culturais, são únicos em suas personalidades e são também diversos em suas formas de perceber o mundo. Seres humanos apresentam, ainda, diversidade biológica. Algumas dessas diversidades provocam impedimentos de natureza distinta no processo de desenvolvimento das pessoas – as comumente chamadas de "portadoras de necessidades especiais". Como toda

forma de diversidade é hoje recebida na escola, há a demanda óbvia, por um currículo que atenda a essa universalidade (Lima, 2006).

Bulgarelli (2013) propõe que a diversidade é o conjunto de diferenças e semelhanças que caracterizam os indivíduos, enfatizando que a diversidade não está somente no que difere, mas também no que se assemelha. Para o educador, [...] diversos não são os outros que estão em situação de vulnerabilidade, desvantagem ou exclusão. Essa maneira de encarar a diversidade como uma característica de todos nós, e não de alguns de nós, faz toda a diferença quando trabalhamos o tema. Não se trata de incluir os que ficaram do lado de fora porque eles são os diversos. Eles ficaram do lado de fora porque estamos cometendo injustiças, e não porque eles são "desajustados" e os incluídos são os perfeitos. (Bulgarelli, 2013, online).

A diversidade é o conjunto de características que tornam o indivíduo único. Ainda segundo o pesquisador, falar de diversidade é falar de todos e todas e isso inclui características relacionadas a gênero, raça, orientação sexual, profissão, idade e condição de deficiência. Nesse sentido, a amplitude do tema diversidade pode ser visualizada de acordo com os dados da população brasileira que, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2019, é composta por 48,2% de homens e 51,8% de mulheres, 42,7% dos brasileiros se declararam como brancos, 46,8% como pardos, 9,4% como pretos e 1,1% como amarelos ou indígenas. Apesar da expressa necessidade apontada pela população de lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, transgêneros, queer, intersexuais, assexuais e mais (LGBTQIA+), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), responsável pelo Censo Demográfico, não inclui perguntas sobre sexualidade e identidade de gênero, carecendo de dados consistentes sobre a demografia e mapeamento dessa população.

No que diz respeito aos dados da comunidade LGBTQIA+, a única estatística oficial é o "Relatório sobre Violência Homofóbica no Brasil" sobre os casos de violência contra essa população, apurado em 2013 e divulgado somente em 2016. Esse levantamento consiste em quantificar casos de denúncia pelo Disque Direitos Humanos (Disque 100), pela Ouvidoria do Sistema Único de Saúde (SUS) e pela Ouvidoria da Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM).

Compreender a formação da diversidade, suas especificações e transições no meio político e social, especificamente da diversidade étnico-racial, sexual e de gênero no Brasil é complexo, uma vez que a subjetividade e as características individuais são pautadas entre os grupos sociais e as discussões desse tema são provenientes da pluralidade e diversidade cultural difusa com a história e como o Brasil foi entendido enquanto povo e política.

Segundo Fleury (2000), durante o século XIX, o Brasil passou por transformações significativas em termos políticos (Independência, instauração da Monarquia e Proclamação da República) e em termos econômicos (com o processo de industrialização e urbanização da Região Sudeste do país). Culturalmente, o país também sofreu mudanças, com a vinda de imigrantes europeus e asiáticos. Esses imigrantes tinham um nível educacional superior ao da população local e, principalmente no caso dos italianos e espanhóis, tradição de lutas políticas ligadas ao anarquismo. Para Fleury, ao longo da História, determinados padrões culturais foram se desenvolvendo no país, como resultado da formação de uma população culturalmente diversificada e miscigenada pelos casamentos interraciais (Fleury, 2020, p.19).

Desta forma, a diversidade, para além das características individuais, especificamente no Brasil, foi constituída acerca dos acontecimentos históricos, desde a chegada da corte portuguesa em 1808 com papeis políticos determinados por raça, gênero, distinção da elite econômica, social e política até as pautas atuais em decorrência da globalização e democratização da internet. Sobretudo, no que diz respeito ao estímulo da discussão no momento presente nos segmentos do entretenimento, cultura e mercado corporativo, três delas estão sendo recorrentes: raça, gênero e sexualidade.

As pautas mencionadas são levantadas constantemente e aquecem as discussões acadêmicas e corporativas. Os dados mostram que, apesar dos números apresentados pelo IBGE de uma maior representação da população de mulheres e negros, na política esses números não são expressivos em comparação a homens e pessoas que se autodeclaram brancas. Apesar da não inclusão de perguntas sobre gênero e sexualidade no Censo Demográfico, a representação política de pessoas LGBTQIA+ também é pouco expressiva.

A discussão sobre a vulnerabilidade social de mulheres, negros e LGBTQIA+ se mostrou presente nos últimos anos, na mídia e mercado de traba-

lho. Parte dessa necessidade de abordar tais assuntos, partiu da geração Y (nascidos entre 1980 e 1990). Essa é a geração das pessoas que nasceram na mesma época do início das evoluções tecnológicas e, por consequência, da globalização, esses dois eventos influenciaram nas características, nos ideais e no comportamento desses indivíduos. De acordo com o estudo Generation P(urpose): From Fidelity To Future Value, produzido pela Accenture, a geração Y sente-se atraída por marcas que são ligadas a uma causa. O estudo aponta que 57% dos respondentes se relacionam com empresas que apoiam causas sociais e culturais.

As empresas que apoiam alguma causa social se mostram cada vez mais presentes e visam ser reconhecidas por cuidar do meio ambiente, promover impacto social positivo e adotar uma conduta corporativa ética. Para esse controle foi criado o termo Environmental, Social and corporate Governance (ESG), em que o S engloba desde políticas de diversidade para o ambiente de trabalho até projetos para reduzir a desigualdade na sociedade.

Para além de uma população minoritária politicamente, os grupos sociais compostos por negros, mulheres e LGBTQIA+ se mostram cada vez mais ativos na economia e no poder de compra. Com a disseminação de informação, fomentada pela democratização dos meios digitais, causas que antes eram menos retratadas conquistaram mais espaços de debates. Esse movimento influenciou diretamente em alguns setores do consumo, uma vez que a possibilidade de alcançar novos nichos passou a se tornar mais evidente.

Para pontuar esse consumo, a comunidade LGBTQIA+ criou o termo Pink Money que, segundo Out Leadership, associação internacional de empresas voltadas para este público, no Brasil, o potencial de compras do público LGBTQIA+ é de R$ 419 bilhões. Esse valor é equivalente a 10% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Mundialmente a associação estima que estes consumidores gastam cerca de US$ 3 trilhões/ano. Na Europa, o potencial de consumo é de US$ 873 bilhões; e nos EUA, chega a US$ 760 bilhões.

Para Fleuny (2000) o conceito de diversidade está relacionado ao respeito à individualidade dos empregados e ao reconhecimento desta; gerenciar a diversidade implica o desenvolvimento das competências necessárias ao crescimento e sucesso do negócio.

Com a compreensão de cada significado e importância dos grupos sociais,

é possível a construção de uma comunicação assertiva e que humaniza a imagem da empresa. Seja para as mulheres, comunidade de pessoas negras ou LGBTQIA+, todas as empresas que se dispõem a pautar o tema diversidade, precisam estar informadas sobre a importância dos significados históricos de cada grupo social.

Elaboração de políticas organizacionais voltadas à diversidade e inclusão

A promoção da diversidade dentro das empresas se inicia quando políticas são implementadas para fortalecer o compromisso da organização em relação à inclusão (Patel; Feng, 2021; Alves; Galeão-Silva, 2004). A implementação de políticas que promovem a diversidade nas empresas pode ocorrer tanto por motivos éticos e de cidadania, quanto por razões relacionadas à busca por vantagem competitiva (Myers, 2003). As empresas utilizam políticas para estabelecer um ambiente acolhedor e equitativo, com o intuito de promover a inclusão de públicos minoritários (Costa; Pinho Neto, 2015).

A elaboração de políticas organizacionais voltadas à diversidade e inclusão se tornou um dos maiores desafios das empresas, pois os consumidores buscam adquirir produtos de empresas que adotam propósitos vinculados à representatividade da população. Autores como Fleury e Fischer (1992) conceituam as políticas organizacionais como orientações que direcionam a execução de atividades com o objetivo de alcançar os objetivos estabelecidos pela empresa. É importante destacar que o processo de desenvolvimento e implementação de políticas organizacionais nem sempre reflete a realidade atual da empresa, mas sim o caminho que ela deseja seguir (Torres; Pérez-Nebra, 2004).

Dessa forma, é fundamental avaliar a eficácia dessas políticas, a fim de evitar que se tornem meras declarações elaboradas para obter a adesão dos funcionários e projetar uma imagem de responsabilidade social da organização perante o mercado e os consumidores (Saraiva; Irigaray, 2009).

De acordo com Resnick e Galupo (2019), é destacado que empresas que não possuem uma política de diversidade adequadamente implementada po-

dem criar um ambiente que desencoraja os funcionários de relatar qualquer forma de desrespeito ou discriminação, tanto para seus superiores diretos quanto para o departamento de recursos humanos.

O papel das relações públicas na cultura organizacional e no planejamento de estratégias de responsabilidade social

As organizações, sendo elas uma amostragem no que se refere a diversidade de costumes e cultura da sociedade, sobretudo a brasileira com uma conjuntura ampla e regionalizada, que se motivam a propagar sua imagem e construir um relacionamento com os seus públicos de interesse, precisam se valer de uma compreensão do seu contexto organizacional e social para fundamentar relações de interdependência e, consequentemente, harmonizar os interesses das partes envolvidas.

A comunicação, para Ferrari (2009, p.245), é entendida como a grande área que abarca todas as demais subáreas de seu campo de estudo situada na fronteira de vários campos do conhecimento, desde a área da linguística, psicologia e semiótica e nesse contexto, para a autora, as Relações Públicas é entendida como uma subárea da comunicação à qual compete a função de planejar e de gerir os assuntos públicos e as políticas corporativas para a manutenção dos relacionamentos das organizações com os seus públicos estratégicos.

Desta forma, o encargo dos profissionais de Relações Públicas é adequar-se a essas adaptações no âmbito social, direcionar atitudes públicas de forma mais assertiva possível, com a função de construir uma relação positiva, tanto para seus clientes e empregadores quanto para a sociedade dentro das quais atuam.

> Relações públicas é a ciência e a arte de compreender, de ajustar e influenciar o clima humano. E seu principal instrumento é a comunicação de massa. É a única disciplina que vai ao âmago do porquê e do como as massas agem e reagem ao seu ambiente social e fornece os meios de como direcionar essas reações (Lesly, 1995. p. 11).

Contudo, as relações públicas têm a responsabilidade de criar, com planejamento e execução de planos de comunicação, e manter o vínculo entre os diversos públicos, que favoreça o clima organizacional. Para isso, a cultura organizacional precisa ser compreendida, planejada e praticada pelas organizações.

A cultura organizacional, para Ferrari, é entendida como redes de interações sociais que impactam os ambientes interno e externo e que são, também, afetadas por estes. Para a autora, "a cultura organizacional é uma construção social coletiva dinâmica que é compartilhada por pessoas e grupos sociais que percebem, pensam e reagem diante de diferentes contextos" (Ferrari, 2009, p. 248).

Além da sistematização do processo da criação e manutenção da cultura organizacional, seja no aspecto físico das organizações, em enfatizar e idealizar ou na subjetividade, o profissional de relações públicas tem o desafio de criar estratégicas para a gestão dos relacionamentos envolvidos nas corporações.

Carvalho (2009) afirma que mais do que uma comunicação com o foco em resultados econômico-financeiros, propagado pela maioria das empresas,

> (...) é preciso superar a visão mecanicista de gerenciamento de crises e conflitos por um processo de mediação mais dinâmico e flexível, que permita uma concepção de que essa situação também pode proporcionar o crescimento e a construção de relações interpessoais mais produtivas (Carvalho, 2009, p. 310).

Para a autora, a comunicação precisa ser planejada de forma estratégica e implementar ações de mediação entre interesses sociais, políticos e econômicos, capazes de influenciar o crescimento e a sobrevivência da organização, procurar estabelecer processos interativos e as mediações da organização com seus diferentes públicos, a opinião pública e a sociedade em geral, por seu papel decisivo nesse cenário. Esse processo é vital para a organização, porque ninguém pode gerar sozinho informações para administrar, prevenir ou evitar crises (Carvalho, 2009, p.313- 314). E ainda continua que cabe ao relações públicas interligar os pontos de um relacionamento, criar uma inteligência profissional capaz de gerenciar situações adversas e de grande instabilidade. "Desse modo, é possível inferir que as decisões organizacionais necessitam

ser legítimas, no sentido de que venham ao encontro dos interesses comuns; se não forem legítimas, atritos poderão ser desencadeados" (Carvalho, 2009, p.319).

A cada dia observa-se que a demanda dos públicos consumidores e, portanto, de todos os stakeholders das organizações, por transparência e responsabilidade (seja em publicidade, em redes sociais ou em efetivas ações) aumenta e se torna mais ativa e minuciosa. Essa conscientização social vem afetando todos os aspectos de consumo, opinião, relacionamento e construção de imagem das empresas a nível global.

Pesquisa realizada pelo Instituto Ethos e pelo jornal Valor Econômico mostrou que 31% dos consumidores brasileiros prestigiam ou puniram uma empresa com base em sua conduta social. Entre consumidores identificados como "líderes de opinião", esse índice chega a 50% e, entre os entrevistados com maior nível de escolaridade, 40% revelaram o mesmo comportamento. Para 51% dos consumidores, a ética nos negócios é um dos principais fatores para avaliar se a empresa é boa ou ruim. (Ashley, 2002, p. 73 apud Gon-Tarz, 2008, p. 3).

A atenção desses novos consumidores conectados está sempre voltada a novas atitudes e melhorias que as organizações podem proporcionar à sociedade e ao meio ambiente. Da mesma forma que a promoção das ações de responsabilidade social pode construir uma boa reputação para as empresas de forma viral na internet, essa imagem pode ser destruída rapidamente caso as informações não sejam verdadeiras. Quando qualquer pessoa pode ser formadora de opinião e tem ao seu alcance diversas formas de pesquisa, não são mais aceitas perante essa nova sociedade histórias inventadas ou a completa falta de ação social. Para Gontarz (2008):

> Quando a empresa deixa de cumprir suas obrigações sociais em relação aos seus empregados, acionistas, consumidores, parceiros e comunidade, ela perde o seu capital de responsabilidade social. O primeiro indicador é a perda de credibilidade. Sua imagem é prejudicada e sua reputação, ameaçada (Neto; Froes, 1999, p. 94 apud Gontarz, 2008, p.4).

A responsabilidade social, contudo, não é apenas uma ferramenta de impulso para vantagem competitiva. Seu propósito é implementar ações que permitam o desenvolvimento social, a diversidade, a sustentabilidade e a inclusão. Essas ações precisam ser muito mais do que simples cumprimento de leis para que façam efetivamente diferença na vida das pessoas.

As relações públicas das organizações e dos governos com as "comunidades", uma vez comprometidas com o interesse público, ultrapassam posturas de atuação na linha tradicional do modelo de desenvolvimento baseado na modernização: o crescimento econômico unilateral e a qualquer custo. Se realmente se almeja um envolvimento sério com as "comunidades" e uma posição sustentável na sociedade, novos princípios, posturas e práticas são requeridos, não só dos profissionais de comunicação, mas das organizações, no desenvolvimento de suas culturas e de suas práticas operativas, produtivas, mercadológicas, institucionais e de relações com a força de trabalho. (Peruzzo, 2017, p. 25)

A construção de relacionamento e de uma imagem positiva diante dos stakeholders proporcionada pelo relações-públicas é parte essencial de um programa efetivo de responsabilidade social, desde sua concepção e planejamento (através da identificação de público, pesquisa de temática que esteja alinhada com os objetivos, missão, visão e valores da organização, comunicação estratégica com todas áreas que estarão envolvidas no programa), implementação (envolvimento dos públicos de interesse e também em todos os níveis da organização, comunicação clara e simétrica, geração de clima organizacional positivo e engajado), acompanhamento (comunicação com a mídia, divulgação, feedback), avaliação e pesquisa.

O profissional de Relações Públicas, como administrador da comunicação, é responsável por estruturar uma comunicação organizacional estratégica que possa assegurar a legitimação da organização assessorada no espaço público (Pérsigo; Fossá, 2009).

O planejamento estratégico midiático é o caminho pelo qual as organizações podem atingir de maneira eficiente a visibilidade e a validação pública que almejam. Cabe então à visão do profissional de Relações Públicas planejar e executar as ações midiáticas por seu conhecimento sobre o relacionamento da organização e seus stakeholders na complexa, ativa e ativista sociedade

pós-moderna. Para Pérsigo e Fossá (2009), seria através dessas estratégias de relacionamento, do diálogo, da comunicação interativa e do intercâmbio que o relações-públicas pode conquistar a legitimação organizacional.

As relações públicas possuem por si mesmas um caráter social, que jamais pode ser deixado de lado. De acordo com Kunsch (2003), parte dessa premissa a obrigação que seus profissionais trabalhem dentro das organizações em prol da temática humana, considerando e cultivando seus valores. Todo o planejamento e execução de ações devem ser coerentes com "as características, o ambiente social, as necessidades, a realidade propriamente dita dessas organizações.

Estudo de caso: campanha "fazer diferença é todo dia" do Grupo Globo

Para alcançarmos os resultados esperados nesta pesquisa, adotaremos a metodologia do Estudo de Caso, método de pesquisa que utiliza, geralmente, dados qualitativos, descritivos, coletados a partir de eventos reais, com o objetivo de explicar, explorar ou descrever fenômenos atuais inseridos em seu próprio contexto. Caracteriza- se por ser um estudo detalhado e exaustivo de poucos, ou mesmo de um único objeto, fornecendo conhecimentos profundos (Eisenhardt, 1989; Yin, 2009).

De acordo com Yin (2009), o Estudo de Caso é útil para investigar novos conceitos, bem como para verificar como são aplicados e utilizados na prática elementos de uma teoria. Trata-se de uma investigação empírica que pesquisa fenômenos dentro de seu contexto real (pesquisa naturalística), onde o pesquisador não tem controle sobre eventos e variáveis, buscando apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto (Martins; Theóphilo, 2016).

Com relação à metodologia adotada, esta pesquisa se enquadrou como um estudo de caso único. A escolha se justificou na intenção do pesquisador em explorar, em profundidade, como são elaboradas as ações e campanhas de comunicação sobre diversidade e inclusão para a população LGBTQIA+ da Globo, maior empresa de comunicação da América Latina. O estudo de caso

é tido como adequado às pesquisas que se referem a fenômenos sociais complexos, contemporâneos, em que existe pouco ou nenhum controle sobre os eventos comportamentais (YIN, 2015). A estratégia de pesquisa Estudo de Caso pede avaliação qualitativa, pois seu objetivo é o estudo de uma unidade social que se analisa profunda e intensamente (Martins; Theóphilo, 2016).

A metodologia justifica-se também quando é realizada uma investigação aprofundada sobre esses fenômenos dentro do contexto do participante – a fim de ampliar e detalhar o conhecimento auferido sobre o fenômeno (Gil, 2002). Assim, tendo como pergunta de pesquisa - analisar as ações e estratégias de comunicação voltadas à promoção da diversidade LGBTQIA+ no Grupo Globo - a metodologia de estudo de caso se mostrou adequada para este estudo social em profundidade, iniciada por pergunta do tipo "como", em contexto da vida real, de alta complexidade e atual, em que o pesquisador não possuía controle, capacidade de manipulação de comportamentos ou previsibilidade sobre os significados que emergiriam do campo (Yin, 2015).

Como técnica de coleta de dados, realizamos a análise documental. O corpus da pesquisa consiste nos Relatórios de ESG, documentos oficiais elaborados pela empresa nos anos de 2022 e 2023 e que estão disponíveis publicamente no site.

Análise dos Relatórios de ESG da Globo

A Globo, maior empresa de comunicação da América Latina, possui o maior complexo de estúdios do Brasil e reúne canais de TV aberta - com cinco emissoras próprias e uma rede de 118 afiliadas -, 20 canais de TV por assinatura, plataforma de streaming e produtos digitais. A empresa já teve seu conteúdo dublado em 70 idiomas de 160 territórios e recebeu mais de 90 indicações ao prêmio Emmy Internacional.

O Grupo Globo, em seu site oficial, afirma que é uma empresa que "reconhece, tem orgulho e valoriza o Brasil com todas suas diferenças e riquezas regionais". Além disso, enfatiza que acredita no coletivo, buscando oferecer um "lugar de respeito, liberdade e oportunidades". Também diz se preocupar em "mostrar, ouvir e falar com todos, representando e respeitando as diferenças".

A Globo lançou, em 2021, o Jornada ESG (Environmental, Social and Governance – em português, Ambiental, Social e Governança) – primeiro relatório de sustentabilidade da companhia de acordo com as diretrizes da GRI (Global Reporting Iniciative). O material reúne as iniciativas de sustentabilidade da TV Globo, dos canais de TV por assinatura, do Globoplay e de seus produtos digitais. Para reforçar a iniciativa, a Globo lançou em 2022 uma campanha veiculada nos canais e plataformas Globo, apresentando ao público os seis compromissos que compõem sua Agenda ESG 2030, alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da ONU. Com o slogan "Fazer Diferença Todo Dia", a Globo criou seis filmes - cada um deles vai trazer especificamente uma dessas metas de sustentabilidade. Os filmes tratam dos seis compromissos listados abaixo:

a) Compromisso 1: Produzir e distribuir conteúdos em sintonia com a sociedade, contribuindo para o desenvolvimento social e ambiental.

b) Compromisso 2: Promover a diversidade e a inclusão em nossos conteúdos e nas nossas equipes.

c) Compromisso 3: Investir no desenvolvimento contínuo e no bem-estar de nossos colaboradores, buscando ser, cada dia mais, uma empresa da qual todos se orgulhem de pertencer.

d) Compromisso 4: Valorizar e proteger a biodiversidade, promover a consciência ambiental e respeitar os limites naturais do nosso planeta.

e) Compromisso 5: Promover uma governança transparente e responsável, pautada pela essência Globo.

f) Compromisso 6: Apoiar ativamente a educação como vetor de transformação do Brasil.

Exibidos na TV Globo e canais por assinatura, os filmes seguem o conceito da campanha, com imagens de conteúdos veiculados na Globo, alinhadas com a premissa do compromisso, e uma locução em off. Um personagem ilustrado se movimenta, formando uma animação em espiral e se misturando no símbolo do infinito. A assinatura completa: "Fazer diferença é todo dia". A ideia da comunicação é mostrar que, por meio de seu conteúdo, da gestão consciente de suas operações e de iniciativas corporativas, a Globo se movimenta para ser uma empresa melhor, num mundo melhor, apontado que isso só é possível com a contribuição de todos.

No filme sobre o compromisso 2, que tem como objetivo promover a diversidade e a inclusão nos conteúdos e nas equipes da Globo, o texto em narração diz que "todo dia promove a diversidade e inclusão dentro e fora das telas, na contratação e desenvolvimento de talentos em todas as áreas, com conteúdos relevantes na programação". A campanha diz ainda que "essas são algumas ações para melhorar o mundo e o nosso mundo". As imagens utilizadas no vídeo fazem referência à diversidade de gênero, raça, orientação sexual e pessoa com deficiência, mas não há ênfase às dimensões da diversidade na locução, até mesmo porque o vídeo tem apenas 31 segundos de duração.

Para analisarmos as ações e estratégias de Comunicação da Globo, adotamos como corpus de análise os Relatórios sobre ESG de 2021, 2022 e 2023, documentos disponíveis no site da Globo.

No Relatório ESG 2021, a Globo destacou que exibiu na tela o projeto Identidades, amplificando as vozes de grupos identitários, além de Aruanas e Amor de Mãe, duas grandes produções que promovem a conscientização ambiental por meio de seus personagens e roteiros. Promovemos diálogo e reflexão sobre diversas temáticas sociais com destaque para a cobertura da pandemia, os direitos das mulheres e a valorização da diversidade.

A Globo montou no início de 2021 um time composto inicialmente por 20 pessoas para desenvolver a Agenda ESG. A equipe foi inicialmente constituída por executivos de diferentes áreas para mostrar que a proposta é transversal. Depois, o grupo cresceu para 100 integrantes e ganhou a parceria de uma consultora para estabelecimento de estratégias e elaboração do relatório. Esse time analisou o que vinha sendo feito pela indústria da mídia e teve como benchmark companhias como Disney, Netflix e Paramount. Também estudou as estratégias de ESG em outros segmentos – no caso, entraram na mira instituições como Itaú e Ambev.

Não há uma diretoria de ESG. Mas a Agenda é difundida como um compromisso de todos da companhia, como defende a Globo. As estratégias e os resultados são reportados ao Comitê Executivo da Globo. A Globo também criou o Comitê de Pessoas, Cultura e ESG no Conselho de Administração.

Com cerca de 14 mil colaboradores, a empresa divulga o compromisso de fortalecer sua cultura organizacional, promover uma educação continuada,

proporcionar oportunidades de crescimento e garantir a segurança, a saúde e o bem estar de todos. Além disso, a Globo declara em seu site que, para desenvolver a cultura de diversidade e inclusão na empresa, foi criada a área de Diversidade e Inclusão em 2020 e aprovada uma estratégia corporativa que inclui iniciativas de educação, recrutamento, grupos de afinidades, educação e carreira; e, também em 2020, foi realizado o primeiro Censo Globo com demografia autodeclarada.

Além dessas iniciativas, o jornalismo da Globo atua com base em Princípios Editoriais, garantindo qualidade, independência, pluralidade e integridade, promovendo a liberdade de expressão. Na publicidade, veicula peças de forma responsável de acordo com sua Política Comercial.

Em 2021, das contratações em cargos de liderança (diretores, gerentes e coordenadores), 35% foram de mulheres e 23%, de negros e negras. Além disso, no Estagiar, nosso programa de estágio, tivemos a entrada de 252 mulheres, o que representou 56% das contratações, e de 229 pessoas negras, representando 54% das aprovações.

Em 2021, o relatório aponta que a Globo iniciou a comunicação sobre o Programa de Cultura para as equipes. Mantendo o compromisso em avançar com a temática internamente, dentro do manifesto de cultura e liderança, a Globo tem o pilar "o aprendizado vem da diversidade", estimulando a diversidade de pensamento e representatividade.

No Relatório Jornada ESG Globo 2022, na página 05 do documento, a Globo apresenta os destaques do ano de 2022. Dois destaques estão associados à população LGBTQIA+, nosso recorte da pesquisa. O documento afirma que em 2022 foi criada a Diretoria de Diversidade e Inovação em conteúdo, responsável por diversificar, representar e incluir todas as comunidades nas telas e nos times do Entretenimento dos Estúdios Globo. Outro destaque é a informação de que mais de 10 mil colaboradores foram impactados pelas ações dos grupos de afinidade sobre questões étnico-raciais, de gênero, LGBTQIA+ e pessoas com deficiência.

Na página 18, o documento destaque algumas ações do departamento de Jornalismo da TV Globo sobre a comunidade LGBTQIA+. O Jornal Nacional mostrou a história do Coletivo Família Stronger, um movimento que apoia e protege jovens LGBT da periferia. Ainda no Jornal Nacional, uma reportagem

falou do Dia Internacional do Orgulho LGBT e relembrou as conquistas da comunidade no Brasil, que tem recebido impulso de jovens da geração Z.

O relatório também destaca na página 19 a estreia, no Globoplay, do podcast Nos Armários dos Vestiários, uma investigação sobre a homofobia no futebol. A série, em 10 episódios, mergulhou nas barreiras para a inclusão e a representatividade dentro e fora do campo, abordando questões sobre machismo e a homofobia naturalizados em diversas frentes do esporte mais popular do Brasil. Logo no primeiro episódio, o ex-jogador multicampeão com passagens por times da Série A e pela Seleção, Richarlyson, assumiu ser bissexual.

Na página 30, o documento apresenta as ações relacionadas ao compromisso 2, Diversidade e Inclusão. Como metas para 2030, a Globo destaca na página 31 que pretende ter mais da diversidade brasileira representada nos seus times; as lideranças serão embaixadoras da diversidade e da inclusão na Globo; e garantir a presença (quantitativa e qualitativamente) de grupos sub-representados e de suas vivências sociais em seus conteúdos.

Na área da Comunicação, a Globo afirma ter o compromisso em compartilhar as evoluções em diversidade e inclusão com os colaboradores através de comunicações internas; desenvolver campanhas internas para fortalecer os temas: Visibilidade Trans, Dia Internacional das Mulheres, Mês do Orgulho LGBTQIA+, Dia da Consciência Negra, dentre outras; realizar pesquisa de engajamento que aponte que 90% dos colaboradores percebem as iniciativas desenvolvidas para a construção de um ambiente representativo e inclusivo.

Dentre os eventos voltados aos colaboradores publicizados no relatório, destacamos o organizado pelo Somos, em parceria com a área de Tecnologia e a área de Diversidade, em comemoração ao Dia do Orgulho LGBTQIA+, que contou com rodas de conversas, conteúdos diversos e painéis para mais de 5.200 colaboradores.

A partir da página 83, o relatório apresenta as ambições para 2030. Ressaltamos aqui que a Globo promete ampliar a diversidade nas equipes internas, com foco em negros, mulheres, população LGBTQIA+ e pessoas com deficiência (grupos sub-representados priorizados pela companhia).

Agora vamos apresentar os destaques do Relatório ESG 2023, que traz os dados referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2023 abrangendo a TV Globo (canal aberto), os 20 canais por assinatura, nossas plataformas digitais (g1, ge, gshow e Cartola) e o Globoplay (streaming).

O Jornalismo dedicou 99.127 minutos a reportagens de temas sociais e ambientais, o equivalente a quase 70 dias inteiros de programação apenas sobre esses assuntos. O Esporte abriu ainda mais espaço para o Futebol Feminino e, com um número recorde de jogos transmitidos, transformaram a Copa do Mundo Feminina de 2023 na mais assistida da história, superando 64 milhões de pessoas alcançadas. No Entretenimento, foram criados os gêneros de auditório e humor e o núcleo de filmes nos Estúdios Globo. Uma das campanhas institucionais criadas pela Globo foi "Amar é respeitar", com o objetivo de estimular o acolhimento familiar no combate à LGBTfobia. Na página 34, o documento ressalta que o ano de 2023 marca o encerramento do triênio da implementação do primeiro ciclo da estratégia de Diversidade e Inclusão. A Globo considera encerrar o ciclo com alguns avanços, com o tema ganhando capilaridade em todas as áreas da empresa, promovendo significativa mudança no dia a dia e na cultura da empresa.

Ao longo de 2023 uma série de ações de impacto foram realizadas visando avançar no plano tático. A Globo aplicou pela segunda vez o Censo de Diversidade e Inclusão, com adesão de 91% dos colaboradores, que trouxe resultados do trabalho dos últimos três anos, além de apresentar evoluções e oportunidades de melhoria. Na área da comunicação interna, foram compartilhados conteúdos para toda a empresa durante as datas comemorativas de diversidade e também a distribuição de um newsletter de periodicidade bimensal, onde a empresa divulga as nossas ações. Segundo a Globo, foram mais de 40 eventos, lives e ações de comunicação para todo o público interno, impactando mais de 13 mil colaboradores. Novamente o grupo Somos realizou o evento Orgulho LGBTQIA+, com conversas inspiradoras com transmissão para mais de 1,6 mil pessoas.

O relatório também destaca que o trabalho de Diversidade e Inclusão tem deixado as produções Globo e a própria empresa cada vez mais com a cara do Brasil: aumentaram em 10% o número de atores e atrizes negros no elenco principal da dramaturgia e 72% das contratações foram de grupos sub-representados.

Em busca de uma governança transparente, receberam 1.047 denúncias na Ouvidoria, sendo 50% relacionadas ao Código de Ética. Segundo a Globo, a jornada ESG tem "a ambição maior de mostrar que é possível ser sustentável e responsável, sem abrir mão de uma administração orientada para o negócio. É a nossa contribuição para o futuro do país. Um dia de cada vez. Fazendo diferença todo dia".

Considerações finais

Com o objetivo de construir uma sociedade mais justa e inclusiva, diversos movimentos sociais têm se dedicado a abordar temas como diversidade e inclusão nos espaços sociais. No âmbito corporativo, cresce o número de iniciativas internas que visam promover ambientes mais diversos, considerando aspectos como gênero, etnia, orientação e pessoa com deficiência.

Alinhar-se à diversidade social implica reconhecer a existência de desigualdades e implementar ações que possam mudar essa realidade, reduzindo a segregação e a discriminação. Para transformar esse cenário no ambiente de trabalho, é fundamental adotar estratégias e práticas que assegurem um tratamento justo e igualitário para todos. A partir dessas premissas, buscamos analisar nos relatórios ESG da Globo, publicados em 2021, 2022 e 2023, as ações e estratégias de comunicação voltadas à promoção da diversidade LGBTQIA+ na empresa.

Entendemos que a diversidade nas empresas é crucial para a inovação. No entanto, isso só é possível quando há uma representatividade real de públicos diversos e liberdade para que essas pessoas contribuam com suas ideias, histórias e identidades. Tais experiências podem gerar soluções e percepções valiosas para os desafios empresariais. Contudo, a diversidade só é eficaz se o ambiente for seguro e acolhedor.

Por meio das ações e estratégias de comunicação interna, que estão publicadas em ambos os relatórios ESG, percebemos que a empresa buscou conhecer sua própria realidade por meio de uma pesquisa interna sobre diversidade, para entender a receptividade da cultura organizacional. Esse levantamento foi essencial para avaliar a aceitação da diversidade tanto pe-

las equipes quanto pelas lideranças. Também pudemos verificar que houve investimento em educação corporativa, através de treinamentos e capacitações sobre discriminação, assédio, liderança inclusiva promovidos em parceria com o grupo Somos.

Um terceiro passo envolve a criação de métricas e indicadores para acompanhar o progresso, definir metas sociais, desenvolver programas de mentoria e revisar benefícios e salários para combater desigualdades e promover um ambiente mais igualitário. Com as metas definidas em relação à Agenda 2030, compreendemos que a Globo avançou nesses pontos.

Compreendemos que a consciência do poder da diversidade pode gerar equipes mais inovadoras, capazes de oferecer à empresa um universo de oportunidades e se posicionar competitivamente no mercado. No entanto, contratar pessoas diversas não basta se o ambiente não está preparado para recebê-las. Dessa forma, ações implementadas pela Globo buscam efetivamente promover e incluir a diversidade.

Do ponto de vista do trabalho de relações públicas e outros profissionais de Comunicação, durante a criação do plano estratégico, podem surgir sugestões de imersões, conteúdos, letramento em diversidade e inclusão, e a formulação de políticas e práticas que a empresa talvez ainda não possua. Isso ajuda no desenvolvimento de grupos de afinidade e na articulação do trabalho desses grupos, além de estabelecer políticas de combate à segregação e discriminação.

Assim, os relações públicas e demais profissionais da área devem estar preparados para a elaboração desse planejamento estratégico, não se limitando a um calendário específico, mas desenvolver métricas e estratégias contínuas para acolher, incluir e desenvolver a diversidade interna, atuando dessa forma também na melhoria da imagem e da reputação da organização.

Faz parte das funções estratégicas do profissional de Relações Públicas planejar, implantar e manter uma comunicação que preza pela ética e pela transparência em todos os níveis e para todos os públicos. As barreiras enfrentadas pela população LGBTQIA+ no mercado de trabalho só podem ser ultrapassadas se houver envolvimento de toda a organização e adaptação de todos os processos comunicacionais. A diversidade deve ser incluída e pensada para toda a organização, com o comprometimento e conscientização de todos os funcionários.

O preconceito e os estereótipos precisam ser combatidos em cada oportunidade que surja no ambiente de trabalho, criando espaços abertos e seguros para que as pessoas com deficiência possam ter liberdade e protagonismo em suas áreas de atuação. A iniciativa de inclusão, portanto, é somente um primeiro passo que deve ser cuidadosamente planejado para que possa evoluir para a efetiva e legítima inclusão.

Referências

ALIANÇA NACIONAL LGBTI+ (Brasil) (org.). Candidaturas pelo Brasil 2020: conheça ascandidaturas que apoiam a diversidade. Conheça as candidaturas que apoiam a diversidade. 2020. Disponível em: https://aliancalgbti.org.br/votocomorgulho/voto- com-orgulho- candidatos-br/. Acesso em: 09 out. 2021.

ALVES, Maria Abadia, & GALEÃO-SILVA, Lívia de Oliveira. A crítica da gestão da diversidade nas organizações. Revista de Administração de Empresas, 44(3), 20–29, 2004. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S0034-75902004000300003.

BULGARELLI, Reinaldo. Inclusão e diversidade. 2013. Disponível em: https://www.ethos.org.br/cedoc/inclusao-e-diversidade/. Acesso em: 26 out. 2021.

CAMARGO, Renata Freitas. 4 benefícios da diversidade no desempenho das empresas (incluindo a sua). 2021. Disponível em: https://glicfas.com.br/4-beneficios- da-diversidade-no- desempenho-das-empresas-incluindo-a--sua/. Acesso em: 04 nov. 2021.

CARVALHO, Cintia. Relações Públicas: mediação sistêmica no gerenciamento de conflitos e crises organizacionais. In: KUNSCH, Margarida M. Kholing. Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo. Ed. Saraiva, 2009.

CEPELLOS, Vanessa Martins Costa; TONELLI, Maria José; ARANHA, Fernando José Evangelista. Envelhecimento nas Organizações: Percepções e práticas de RH no Brasil. In: Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho, 4., Brasília. Anais. Brasília: ENGPR, 2013.

CEPELLOS, Vanessa Martins Costa; TONELLI, Maria José; LINS, Juliana. Envelhecimento nas organizações e a gestão da idade. Fundação Getúlio Vargas, FGV-EAESP/Aging Free Fair, 2018.

CEPELLOS, Vanessa Martins Costa; TONELLI, Maria José. Envelhecimento profissional: percepções e práticas de gestão da idade. Revista Alcance, v. 24, n. 1, pp. 4-21, 2017. DOI: » http://dx.doi.org/10.14210/alcance.v24n1.p004-021

COSTA, Francisco Fábio Araújo; PINHO NETO, José Antônio Sampaio Diógenes. As organizações e o público LGBT: perspectivas de atuação para o profissional de relações públicas. Revista Internacional de Relaciones Públicas, 5(9), 131-152, 2015.

DIAS, Surenã. Instituto Ethos cria manual para promover diversidade em empresas. 2020. Disponível em: https://observatoriog.bol.uol.com.br/noticias/instituto-ethos-cria- manual- para-promover-diversidade-em-empresas. Acesso em: 07 abr. 2021.

EISENHARDT, Kathleen. Building theories from case study research. Academy of Management Review, 14(4), 1989.

ESTEVES, Sofia. Mercado de trabalho acorda para a importância da diversidade. 2020. Disponível em: https://exame.com/carreira/mercado-de-trabalho-acorda-para-a- importancia- da-diversidade/. Acesso em: 03 nov. 2021.

FERRARI, Maria Aparecida. Relações públicas contemporâneas: a cultura e os valores organizacionais como fundamento para as estratégias de comunicação. In: KUNSCH, Margarida M. Kholing. Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo. Ed. Saraiva, 2009.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Gerenciando a diversidade cultural: experiência de empresas brasileiras. Revista Administração de Empresa, São Paulo, v.40, n.3, p.18-25, 2000.

FLEURY, Maria Tereza Leme; FISCHER, Rosa Maria. Relações de trabalho e políticas de gestão: uma história das questões. Revista de Administração, 27(4), 5-15, 1992.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. - São Paulo:

Atlas, 2002.

GLOBO. Relatório Jornada ESG Globo 2022. Disponível em https://s3.glbimg.com/v1/AUTH_181ecc4c353545aaa3c24808d6e5977d/somos- globo/Relat%C3%B3rio%20Jornada%20ESG%20Globo%202022.pdf Acesso em 18 maio 2024.

GLOBO. Relatório Jornada ESG Globo 2021. Disponível em https://s3.glbimg.com/v1/AUTH_181ecc4c353545aaa3c24808d6e5977d/somos- globo/ESG_GLOBO_RS22_POR.pdf Acesso em 18 maio 2024.

GLOBO. Relatório ESG Globo 2023. Disponível em https://s3.glbimg.com/v1/AUTH_181ecc4c353545aaa3c24808d6e5977d/somos- globo/Relato%CC%81rio%20ESG%20Globo%20l%202023.pdf Acesso em 18 maio 2024.

GONTARZ, Poliane Brandalize. Relações Públicas e Responsabilidade Social: em busca de um diferencial competitivo entre as organizações. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Guarapuava: maio de 2008. Disponível em Acesso em 05 mar. 2020.

HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; ALBUQUERQUE, Marcelo. Apreciando similaridades e valorizando diferenças: um estudo sobre atitudes de gestores em relação ao diverso. Revista Economia e Gestão, 17(48), 1-15, 2017. doi: 10.5752/P.1984-6606.2017v17n48p4-22.

HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; PEREIRA, Marie Françoise Marguerite Winandy Martins. O etarismo no local de trabalho: evidências de práticas de 'saneamento' de trabalhadores mais velhos. Revista Gestão Organizacional, 13(2), 188-206, 2020. Doi: 10.22277/rgo.v13i2.5032.

HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; PEREIRA, Marie Françoise Marguerite Winandy Martins. O Etarismo no local de trabalho: evidências práticas de "saneamento" de trabalhadores mais velhos. Revista Gestão Organizacional, Chapecó, v. 13, n. 2, p. 188- 206, maio/ago. 2020.

INSTITUTO ETHOS. Como as empresas podem (e devem) valorizar a diversidade. São Paulo, 2000. https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/30.pdf.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA); FÓRUM BRA-

SILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. (org.). Atlas da Violência 2019.

Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2019. 116 p. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/download/19/atlas-da-violencia-2019. Acesso em: 15 set. 2021.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2003.

LESLY, Philip. Os fundamentos de relações públicas e da comunicação. São Paulo. 4ª ed. Pioneira, 1995.

LIMA, Elvira de Souza. Currículo e desenvolvimento humano. In: MOREIRA, Antonio Flávio; ARROYO, Miguel. Indagações sobre currículo. Brasília: MEC, p. 11-47, 2006.

LIMA, Priscila Augusta de. Educação inclusiva e igualdade social. 2006. Disponível em: http://bds.unb.br/handle/123456789/112 .

MARTINS, Gilberto de Andrade.; THEÓPHILO, Carlos Renato. (2016). Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas. 3ª edição. Grupo GEN.

MATTOS, Renata Leme de. Mudanças nas organizações: etarismo e contratação de profissionais 50+. 85 f, 2021. Orientador: Maria José Tonelli. Dissertação (mestrado profissional MPGC) – Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração de Empresas de SãoPaulo.

MYERS, Aaron. O valor da diversidade racial nas empresas. Estudos Afro-Asiáticos, 25(3), 483-515, 2003.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Declaração Universal dos Direitos Humanos, 1948. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal- dos-direitos- humanos>. Acesso em: 12 out. 2021.

PATEL, Pankaj; FENG, Cong. LGBT Workplace Equality Policy and Customer Satisfaction: The Roles of Marketing Capability and Demand Instability. Journal of Public Policy & Marketing, 40(1), 7-26, 2021.

PÉRSIGO, Patrícia M. FOSSÁ, M. Ivete T. A função política de Relações Públicas na legitimação organizacional. Intercom: X Congresso de Ciências da

Comunicação na Região Sul – Blumenau, maio de 2009. Disponível em Acesso em 13 de mai. 2020.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Pressupostos de boas práticas de relações públicas com as comunidades: relação entre ética, participação e desenvolvimento local.

ORGANICOM – ANO 14 – N. 26 – 1º SEM. 2017. Disponível em Acesso em 15 mar. 2020.

REIS, Toni (org.). Manual de comunicação LGBTI+. Curitiba: Aliança Nacional Lgbti / Gaylatino, 2018. 104 p. Disponível em: https://unaids.org.br/wp-content/uploads/2018/05/manual-comunicacao-LGBTI.pdf. Acesso em: 25 out. 2021.

RESNICK, Courtney A.; GALUPO, M. Paz. Assessing experiences with LGBT microaggressions in the workplace: Development and validation of the microaggression experiences at work scale. Journal of homosexuality, 66(10), 1380-1403, 2019.

SARAIVA, Luiz Alex Silva; IRIGARAY, Hélio Arthur dos Reis. Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso? RAE-Revista de administração de empresas, 49(3), p. 337- 348, 2009. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S0034-75902009000300008

SILVA, Gabriele. Qual o significado da sigla LGBTQIA+? 2020. Disponível em: https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/qual-o-significado-da-sigla- lgbtqia. Acesso em: 28 out. 2021.

SIMÕES, Roberto P. Por uma rede teórica para relações públicas - uma forma abreviada da teoria. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - Brasil, 2005.

TONELLI, Maria José; PEREIRA, Jussara; CEPELLOS, Vanessa; LINS, João. Ageing in organizations: A view of HR professionals on the positioning of mature managers and adoption of age management practices. RAUSP Management Journal, 55(2), 127-142, 2020. doi: 10.1108/RAUSP-08-2018-0062

TORRES, Cláudio Vaz; PÉREZ-NEBRA, Amália Raquel. Diversidade cultural no contexto organizacional: Psicologia, organizações e trabalho no Brasil. Porto Alegre: Artmed (p. 443- 463), 2004.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos [recursoeletrônico]. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

_Artigo

Sucesso era seu desejo... da Jovem Guarda ao sertanejo: Sérgio Reis e a cultura midiática da música sertaneja

Aparecido Donizeti Rodrigues (Zé Renato)[1]
Bárbara Heller[2]
Heloísa Duarte Valente[3]

1 Doutorando em Comunicação e Cultura Midiática pela UNIP - (Universidade Paulista), Mestre em Comunicação e Cultura Midiática pela UNIP - (Universidade Paulista), Pós-Graduado em Jornalismo Cultural pela FIAM-FAAM - (Centro Universitário), e graduado em Comunicação Social – área de Jornalismo pela UNIP - (Universidade Paulista). Cantor, compositor, multi-instrumentista, comediante e pesquisador da cultura musical sertaneja.

2 Docente do PPGCOM-UNIP. Possui pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (2011) e pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (2015). É doutora em Teoria Literária pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP e graduada em Teoria Literária pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP. Lidera o Grupo de Pesquisa "Narrativas da Memória: Representações, Identidades e Culturas".

3 Docente do PPGCOM-UNIP. Possui pós-doutorado pelo Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (2003), é doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), com estágio realizado na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), em Paris.

Resumo

A música sertaneja teve sua primeira gravação na década de 1920, embora a formação da primeira dupla remonte a 1910, com a Turma Caipira de Cornélio Pires. A consolidação da indústria fonográfica nas décadas de 1960 e 1970 transformou a música caipira em um produto cultural de massa. Esta pesquisa, vinculada a uma tese de doutorado em desenvolvimento, investiga os fatores que motivaram a transição de Sérgio Reis da Jovem Guarda para o gênero sertanejo. O estudo fundamenta-se na análise de materiais fonográficos, bibliográficos e audiovisuais, com ênfase na canção "*O Menino da Porteira*" (1973), marco de sua mudança artística. A obra, posteriormente adaptada para o cinema, evidencia a influência da indústria cultural na redefinição de sua carreira musical. Entretanto, essa relação mantém-se constantemente atrelada à memória da cultura musical do homem do sertão.

Palavras-chave: Música sertaneja; Indústria cultural; Sérgio Reis; Memória sertaneja; ***O Menino da Porteira*** **(filme).**

Abstract

Country music was first recorded in the 1920s, although the first duo formed dates back to 1910, with Turma Caipira de Cornélio Pires. The consolidation of the recording industry in the 1960s and 1970s transformed country music into a mass cultural product. This research, linked to a doctoral thesis in progress, investigates the factors that motivated Sérgio Reis' transition from Jovem Guarda to the country music genre. The study is based on the analysis of phonographic, bibliographic and audiovisual materials, with an emphasis on the song "*O Menino da Porteira*" (1973), a landmark of his artistic change. The work, later adapted for the cinema, highlights the influence of the cultural industry in the redefinition of his musical career. However, this relationship remains constantly linked to the memory of the musical culture of the man of the backlands.

Key-words: Country music; Cultural industry; Sérgio Reis; Country memory; The Boy from the Gate (film).

Introdução

O gênero musical sertanejo, hoje consolidado como uma das principais expressões da música popular brasileira, tem raízes históricas que remontam ao início do século XX. Embora a primeira gravação de uma música sertaneja tenha ocorrido na década de 1920, precisamente em 1929, pela dupla Mariano e Caçula, a gênese desse gênero está associada à atuação da Turma Caipira de Cornélio Pires, que se apresentou, em 1910, em um evento no então Colégio Mackenzie, atualmente Universidade Presbiteriana Mackenzie. Foi da Turma Caipira que surgiu a primeira dupla sertaneja no Brasil, e que gravou a primeira música sertaneja. Este episódio é amplamente mencionado em pesquisas sobre a formação do sertanejo como manifestação cultural (Macerani, 2012), e reafirmado por Antunes (2012, p. 18), ao destacar os marcos da transição do caipira ao sertanejo.

Ao longo das décadas seguintes, a música sertaneja passou por transformações significativas, moldadas pelas dinâmicas da indústria fonográfica. Conforme observa Eduardo Vicente (2002, p. 52), a partir da segunda metade da década de 1960, houve um fortalecimento expressivo da indústria cultural, refletido diretamente no consumo e na difusão de gêneros musicais populares. Nesse contexto, este estudo parte da hipótese de que, diante da ascensão do mercado fonográfico, o cantor Sérgio Reis migrou do iê-iê-iê da Jovem Guarda para o sertanejo, em 1973, com a gravação de "*O Menino da Porteira*", canção que não apenas marcou sua carreira, como também foi levada ao cinema, em 1976, consolidando a nova fase de sua trajetória artística no campo da música sertaneja na busca do sucesso. Porém, vamos mostrar algumas memórias da cultura musical que nasceu no sertão. Que no linguajar do homem simples do campo era chamada "moda caipira".

Figura 1 – Foto do livro 'A História da Turma Caipira'
Fontes: Arquivo particular do autor

Desde 1929, quando foi realizada a primeira gravação em disco do gênero musical sertanejo, até a migração do cantor Sérgio Reis da Jovem Guarda para o sertanejo, decorreram-se 44 anos. Nesse período, que abrange mais de quatro décadas, diversos discos de música sertaneja foram gravados, enquanto Sérgio Reis, ao longo de 12 anos de carreira, iniciada em 1961, dedicou-se inicialmente ao estilo Jovem Guarda, tornando-se um dos representantes da juventude do movimento iê-iê-iê, até 1973, quando gravou a canção *O Menino da Porteira*.

A gênese do primeiro disco sertanejo remonta ao sertão. O grupo que compunha a Turma Caipira, no qual surgiu a primeira dupla caipira, Mariano e Caçula, já expressava e difundia a cultura musical sertaneja de origem rural. Em contrapartida, Sérgio Reis representava, até então, uma estética musical de matriz urbana.

Este trabalho tem como objetivo apresentar o disco que contém a primeira música sertaneja registrada em gravação, intitulada Jorginho do Sertão — uma obra de grande relevância para a memória musical brasileira, em especial para a cultura sertaneja.

Figura 2 – Foto do primeiro disco sertanejo -1929
Fontes: Arquivo particular do autor

Título: Jorginho do Sertão

Autor: Cornélio Pires

Ritmo: Moda de Viola

Composta em: 1929

Ajudai meu companheiro, ai, ai, ai, ai
No meio desse salão, ai, ai, ai, ai
Que nóis dois cantando junto
Faiz chorar dois coração

O Jorginho do sertão
Rapaizinho inteligente
Ni uma carpa de café
Ele enjeitô trêis casamento

Ele acabô seu serviço
Tão alegre tão contente
Ei dizer pro seu patrão
Quero a minha conta corrente

Jorge a conta eu não lhe dô
Pro vosso consentimento
Tenho trêis filha sorteira
E hoje ofereço em casamento

Logo veio a mais velha
Por ser a mais interesseira
Jorginho case comigo
Que eu sô a mais trabalhadeira

Logo veio a do meio
Cheia de top de fita
Jorginho case comigo
Que das trêis sou a mais bonita

Logo veio a mais nova
Vestidinho amarelo
Jorginho case comigo
Que das trêis sou a flor da terra

O Jorginho do sertão
É rapaiz de pouca lua
Não posso casar com as trêis
Ai eu não caso com nenhuma

Na hora da despedida, ai, ai, ai, ai
É que a moreninha chora, ai, ai, ai, ai

Jorge atava o seu cavalo
Enciô na mesma hora
Ei dizer pra morenada
Ai adeus que já vô me embora

Ao analisarmos a primeira música sertaneja gravada no Brasil, observamos que o ritmo predominante era a moda de viola. A letra apresenta uma narrativa baseada em uma lenda, ou possivelmente em um fato verídico, sobre um jovem que, durante uma empreitada de trabalho braçal, deparou-se com uma situação inusitada: o pai de três moças ofereceu-as em casamento como forma de pagamento pelos serviços prestados. As jovens demonstraram interesse no rapaz, identificado como Jorginho; no entanto, ele optou por não se casar com nenhuma delas, uma vez que não poderia desposar as três simultaneamente. A canção contém inúmeros desvios gramaticais e vocabulário típico do homem do campo, o que reflete traços linguísticos regionais e populares característicos da época.

Muito já se discutiu sobre a história da música caipira no Brasil. No entanto, para contextualizar a questão que motivou esta pesquisa sobre a trajetória do cantor Sérgio Reis e a cultura midiática da música sertaneja, é relevante mencionar brevemente a introdução da viola no Brasil e o registro da primeira "moda" gravada por uma dupla sertaneja. Isso porque, na cultura do homem do sertão, especialmente no contexto da música de raiz, utilizava-se o termo moda em substituição a música.

A viola, instrumento derivado do alaúde e originário do Oriente Médio, chegou ao Brasil como resultado dos processos de colonização e mestiçagem cultural. Conforme explica Ivan Vilela em sua obra Cantando a Própria História: Música Caipira e Enraizamento, esse instrumento passou a desempenhar papel central na formação da identidade musical caipira:

> Quando os árabes chegaram à península ibérica, no ano de 722, os instrumentos de cordas dedilhadas presente na península eram as harpas celtas e as cítaras Greco-romanas. O oud, também conhecido por alaúde árabe, foi o primeiro instrumento de cordas dedilhadas com braço no qual as notas podiam ser modificadas que chegou à Europa (Vilela, 2013, p.33).

De acordo com o autor, a viola preserva as mesmas características do instrumento de sua origem: "Curioso observarmos que a viola mantém como característica básica de seu velho ancestral as cinco ordens de cordas" (Vilela,

2013). O autor afirma ainda que, inicialmente, o alaúde foi introduzido em diversos países da Europa, especialmente em Lisboa, Portugal, e na Andaluzia, Espanha, passando por diversas transformações até dar origem à viola. Séculos depois, em 1500, o instrumento chegou ao Brasil na expedição de Pedro Álvares Cabral. Essa perspectiva é corroborada pela obra "Música Caipira", do autor José Hamilton Ribeiro:

> A origem da música caipira é a origem do Brasil. Ao conteúdo português, que vinha na letra e na viola, os índios acrescentaram sua alegria, seu gosto pela dança, o jeito de bater os pés e as mãos – o que vai de pronto redundar na catira, que é o primeiro dos gêneros da música caipira (Ribeiro, 2006, p.16).

Como podemos observar, a viola chegou ao Brasil em 1500. No entanto, por ter sido um instrumento amplamente adotado pelo homem do sertão, não foi bem aceita pelas classes urbanas. O preconceito relacionado a esse instrumento está, em parte, associado à obra Urupês, de Monteiro Lobato, na qual o autor contribui para a construção de uma imagem depreciativa do homem sertanejo, representado pelo personagem "Jeca" como alguém inculto e preguiçoso.

Em contrapartida, o escritor Cornélio Pires utilizou sua poesia para combater esse estigma e valorizar a cultura caipira. Ainda assim, devido a esse preconceito, as elites urbanas sentiam vergonha de cantar ou mesmo de ouvir músicas associadas à cultura do homem campo.

Apesar desse cenário, o cantor Sérgio Reis, em busca de reconhecimento, decidiu, em 1973, dedicar-se à música sertaneja, uma vez que, há quatro anos, suas canções não figuravam nas paradas de sucesso da Jovem Guarda. O próprio artista relatou:

> A música sertaneja – aconteceu por acaso. Eu tinha um passado ligado à Jovem Guarda. Neste tempo, todos os artistas gravavam minhas músicas. Depois foi ficando difícil de fazer sucesso. Eu queria viver como profissional, não iria viver de outra coisa. Fiquei quase quatro anos sem nenhuma música na parada. Foi duro. Depois que fiz sucesso com uma música sertaneja, passei a me interessar pelo gênero. O

> pessoal me aceitou bem, porque eles normalmente são muito fechados (Almeida, 1981, p.8).

É o que confirma no relato da entrevista[4] concedida pela atriz Maria José Franco, que participou da primeira versão do filme *O Menino da Porteira*, ano de 1976, com o Sérgio Reis, quando aos 04'07" ela diz: "A música daquela época do estilo Jovem Guarda já estava acalmando. Já estava abaixando suas asas. Então com a música *O Menino da Porteira*, ele teve um leque maior. Foi ali que nasceu o Sérgio" (Franco, 2024).

Apesar de ter se tornado mais conhecido com a música "Coração de Papel", em 1966, e posteriormente com "*O Menino da Gaita*", em 1972, o cantor iniciou sua carreira fonográfica anteriormente, mais precisamente em 1961, com sua primeira gravação oficial. Trata-se de um compacto simples, formato comum à época, contendo duas faixas musicais em 78 rpm, lançado pela gravadora Continental. As canções presentes nesse disco foram "Enganadora" e "Será". No entanto, por ter sido o sucesso responsável por consagrar Sérgio Reis junto ao público da Jovem Guarda, a canção Coração de Papel, presente em seu registro fonográfico mais antigo, um compacto duplo com quatro faixas, ainda disponível para venda em lojas especializadas em discos de época, será o ponto de partida de nossa análise.

O coração de papel nasceu na cidade: mas pulsou no sertão buscando popularidade

4 Esta, como as demais entrevistas, foram aprovadas pela Plataforma Brasil, junto ao Comitê de Ética do UNIP. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ILl7RnsA7Ow&t=174s

Figura 3 – Foto da capa do disco -1966 e da capa do disco -1973
Fontes: Arquivo particular do autor

O cantor Sérgio Reis, nascido no bairro de Santana, na capital paulista, iniciou sua carreira musical na Jovem Guarda, mesmo sem qualquer vínculo com a vida no campo. Seu primeiro disco foi lançado em 1961, mas apenas em 1966 conseguiu emplacar sua primeira canção de destaque no mercado fonográfico, com a gravação de Coração de Papel. Portanto, cinco anos se passaram até que conquistasse reconhecimento.

Em 1973, o então cantor de rock decidiu migrar para o gênero sertanejo, buscando destacar-se por meio da poética musical que caracteriza a cultura do homem do sertão. Os sete anos em que a canção Coração de Papel permaneceu vinculada ao movimento iê-iê-iê não foram suficientes para impedir que o coração de Sérgio Reis passasse a pulsar no compasso do sertão.

É o que afirma o escritor, pesquisador da música de raiz, violeiro e professor doutor Ivan Vilela, em entrevista na qual lhe pergunto se a transição de Sérgio Reis da Jovem Guarda para o sertanejo o credencia como defensor da música sertaneja. Aos 08'32" da entrevista, ele responde:

> Agora, quando você perguntou da música raiz. Da música raiz não. E talvez, não defensor da música sertaneja, mas talvez representantes dessa facção mais comercial da música sertaneja (Vilela, 2024).

Em seu relato, Vilela demonstra que Sérgio Reis migrou para o gênero musical sertanejo com o propósito evidente de alcançar maior projeção artística e reconhecimento nacional. Essa mudança de estilo, no entanto, não se deu por uma identificação genuína com os valores ou tradições do sertanejo raiz, mas sim por uma escolha estratégica voltada ao êxito comercial. Dessa forma, embora tenha se consolidado como um nome de destaque dentro do gênero, não se pode afirmar que Sérgio Reis seja, de fato, um defensor autêntico da música sertaneja em sua essência mais tradicional.

A distinção entre "representar" e "defender" torna-se fundamental para a compreensão crítica do papel que ele desempenha no cenário musical brasi-

leiro. Enquanto a representação diz respeito à presença e à visibilidade pública dentro de um determinado estilo, a defesa implica compromisso com os valores culturais, históricos e estéticos do gênero em questão. Nesse sentido, Reis figura como um representante da música sertaneja, mas sua trajetória artística não revela engajamento efetivo com a preservação ou valorização das raízes do sertanejo autêntico.

Portanto, a análise de Vilela permite compreender que a adesão de Sérgio Reis ao sertanejo se deu mais por conveniência do que por convicção, o que compromete seu reconhecimento como um verdadeiro defensor desse gênero musical tão significativo para a identidade cultural do Brasil.

Análise do álbum Coração de Papel

Figura 4 – Foto da capa e contracapa do disco -1966
Fontes: Arquivo particular do autor

Propomos uma análise da capa, contracapa e das quatro faixas musicais do disco em formato compacto do cantor Sérgio Reis, intitulado “Coração de Papel”. Lançado em 1966, esse álbum foi responsável por projetar o artista nacionalmente durante o movimento da Jovem Guarda, especialmente por meio da canção que dá nome ao disco.

Nosso objetivo é investigar se os elementos visuais (capa e contracapa), a poética das letras e o ritmo das composições já apresentavam traços associados ao gênero musical sertanejo, que viria a marcar a carreira de Sérgio Reis posteriormente. Por meio dessa análise, pretendemos compreender os indí-

cios estéticos e musicais que possam ter influenciado a transição do artista para o universo sertanejo, buscando entender as motivações que o levaram a optar por esse gênero.

Análise da capa

A capa do disco gravado em 1966, lançado pela gravadora Odeon – nº 7 BD 1121 –, corresponde ao primeiro álbum a ser analisado neste estudo e integra o meu acervo pessoal. Trata-se de um compacto duplo, como era denominado na época, contendo quatro faixas musicais. Esse disco consagrou o cantor Sérgio Reis em sua trajetória na Jovem Guarda, especialmente com a canção "Coração de Papel". Assim, serão analisadas as faixas "Coração de Papel", "Qual a Razão?", "Fim de Sonho" e "Nuvem Branquinha", todas de autoria de Sérgio Reis.

Na imagem da capa, observa-se o cantor vestindo uma jaqueta de couro, cuja postura remete à figura de um rockeiro. A fotografia, enquadrada em plano médio — ou seja, da cintura para cima —, retrata Sérgio Reis com o olhar fixo, transmitindo convicção e buscando atrair o público-alvo. O cabelo, curto, está penteado lateralmente. Apesar de a imagem ser em preto e branco, sua estética remete à figura de Elvis Presley na década de 1960.

Análise da contracapa

Na contracapa, observa-se que o nome do cantor Sérgio Reis sequer é mencionado. Nota-se que a gravadora utiliza esse espaço como um painel de divulgação de seus produtos fonográficos, promovendo outros artistas. A lista tem início com cantores brasileiros, como Altemar Dutra, Eduardo Araújo e João Dias, e prossegue com intérpretes de nomes estrangeiros ou americanizados — The Beatles, Lucho Gatica, Matt Monro, Pino Donaggio, Franck Pourcel e Richard Anthony. Há uma ênfase mais evidente nas divulgações de obras de Altemar Dutra, cujo nome aparece associado a duas composições, e do grupo The Beatles, com cinco faixas destacadas.

Análise do repertório

CORAÇÃO DE PAPEL

Título: Coração de Papel

Autor: Sérgio Reis

Ritmo: Rock and roll

Composta em: 1966

Se você pensa
Que meu coração é de papel
Não vá pensando, pois não é
Ele é igualzinho ao seu
E sofre como eu
Pra que fazer chorar assim
A quem te ama

Se você pensa
Em fazer chorar a quem lhe quer
A quem só pensa em você
Um dia sentirá
Que amar é bom demais
Não jogue amor ao léu
Meu coração que não é de papel

Porque fazer sofrer
Porque fazer chorar
Um coração que só lhe quer
O amor é lindo
eu sei
E todo eu lhe dei
Você não quis jogou ao léu
Meu coração que não é de papel

A canção Coração de Papel, com duração de 3 minutos e 5 segundos, embora integre meu acervo pessoal, não pode ser reproduzida por mim em formato long-play, uma vez que não disponho de aparelho compatível. No entanto, foi possível escutá-la por meio do site IMMuB – Instituto Memória Musical Brasileira (catálogo 529010-2)[5].

O ritmo é caracterizado como rock and roll, com influência marcante do estilo iê-iê-iê. A parte instrumental destaca-se pela presença expressiva da guitarra; contudo, o contrabaixo e a percussão, sempre presentes, são os elementos que predominam na condução rítmica. Observa-se, ainda, a presença de numerosos vocais de apoio (*backing vocals*), que enriquecem a textura sonora da composição.

A letra possui um caráter romântico e melancólico. Na interpretação, Sérgio Reis empenha-se em transmitir a carga emocional da canção por meio de sua voz melodiosa. A poética remete à perda de um amor querido, e o eu lírico, imerso no imaginário, projeta a esperança de que, um dia, a amada venha a se arrepender por ter desprezado um grande amor e dilacerado seu coração.

QUAL A RAZÃO?

Título: Qual a Razão?

Autor: Sérgio Reis

Ritmo: Jovem guarda

Composta em: 1966

Qual a razão do nosso amor chegar ao fim
Se culpado sou, meu Deus, o que será de mim
Ao saber que já não vou ter mais
Teu rostinho coladinho ao meu
E o carinho que você me deu,
Nunca mais vou encontrar

Eu não posso nem pensar que sou

5 IMMuB – (Instituto Memória Brasileira). Disponível em: https://immub.org/album/bis-sergio-reis?musica=qual%20a%20razao&interprete_1=S%C3%89RGIO%20REIS

Bem capaz de um dia te perder
Mas se um dia isto acontecer,
Eu sei que vou chorar, vou sofrer por você

A canção "Qual a Razão?", com duração de 2'50", pertence ao ritmo da Jovem Guarda, movimento musical fortemente influenciado pelo rock and roll. Trata-se de uma composição de ritmo acelerado, apesar de apresentar uma letra de caráter romântico. A temática, de tom melancólico, aborda a perda de um amor, e a poética da letra explora, de forma imaginativa, como o protagonista lidará com a vida após essa ruptura afetiva.

Destacam-se, nos arranjos musicais, os solos de guitarra, enquanto o violão cumpre a função de base harmônica, acompanhado pelo contrabaixo e pela percussão. Nota-se, ainda, que a interpretação vocal do cantor Sérgio Reis é melodiosa, com entonação precisa e bem colocada, conferindo maior expressividade à obra.

FIM DE SONHO

Título: Fim de Sonho

Autor: Sérgio Reis

Ritmo: Balada

Composta em: 1955

É mais um sonho que chegou ao fim
Mais um amor que terminou
Eu procurando um grande amor
Então mas estou só quanta solidão

E agora assim sem o teu amor
Vivo a soluçar e a esperar
E esta solidão a me atormentar
E o meu coração sempre a chorar

A música “Fim de Sonho”, com duração de 2’45”, apresenta um ritmo de balada, característico do estilo musical da Jovem Guarda e frequentemente adotado por intérpretes românticos. A letra possui um caráter romântico e nostálgico, cuja poética aborda a profunda solidão vivenciada pelo eu lírico diante do término de um grande amor.

A canção inicia-se com a participação de *backing vocals*, e o saxofone, instrumento de sopro, destaca-se como elemento predominante nos arranjos. Também é possível identificar a presença da guitarra, do violão, do contrabaixo e da percussão, que contribuem para a construção da atmosfera melódica.

Em relação à performance vocal, nota-se a boa postura técnica do intérprete, bem como sua afinação e a expressiva interpretação de Sérgio Reis, que conferem emoção e autenticidade à canção.

NUVEM BRANQUINHA

Título: Nuvem Branquinha

Autor: Sérgio Reis

Ritmo: Balada Lenta

Composta em: 1966

Nunca vi céu tão lindo assim, você junto a mim
Triste a me olhar como em sonho
Vou no céu buscar uma linda estrela
Para te ofertar
E uma nuvem branquinha pra você descansar
E amanhã quando o sol surgir e você sorrir ao amanhecer
Sentirás que és feliz então, que o meu coração
Não vai te esquecer
E uma nuvem branquinha pra você descansar
E amanhã quando o sol surgir e você sorrir ao amanhecer
Sentirás que és feliz então que o meu coração
Não vai te esquecer
Até morrer

A canção “Nuvem Branquinha”, com duração de 2’55”, apresenta uma letra de caráter romântico, na qual o eu lírico expressa felicidade ao lado de sua amada. Na poesia musical, ele idealiza um lugar imaginário, semelhante a um paraíso, onde sua companheira possa repousar em tranquilidade. Observa-se que a letra não faz referência a um paraíso sertanejo, tampouco dialoga com os elementos típicos da poesia rural presentes na música sertaneja tradicional.

É evidente que Sérgio Reis, ao compor a canção, não se inspirou no universo rural, o que pode ser atribuído ao fato de ter nascido e sido criado em ambiente urbano. O ritmo da música configura-se como uma balada lenta, com influências marcantes do estilo da Jovem Guarda. Os *backing vocals* estão presentes, assim como os arranjos de piano e guitarra, com o violão servindo como base harmônica. Também se destaca a presença do contrabaixo e da percussão.

Análise do álbum *O Menino da Gaita*

Figura 5 – Foto da capa e contracapa do disco -1972
Fontes: Arquivo particular do autor

Este trabalho realiza uma análise crítica da capa, contracapa e das duas faixas musicais do disco em formato compacto do cantor Sérgio Reis, intitulado “O Menino da Gaita”, lançado em 1972. Tal obra assume relevância por anteceder a transição do artista do movimento da Jovem Guarda para o universo da música sertaneja, tornando-se um marco simbólico no percurso artístico do cantor.

O objetivo central da pesquisa é examinar em que medida os elementos visuais (capa e contracapa), a construção lírica das letras e os aspectos rítmicos das composições já apresentavam indícios de aproximação com o gênero sertanejo, que viria a consolidar a identidade musical de Sérgio Reis a partir de meados da década de 1970. Ressalta-se que, no ano seguinte ao lançamento do disco em 1973, o artista grava "O Menino da Porteira", canção que representa um ponto de inflexão em sua carreira, marcando sua inserção definitiva na música sertaneja.

A partir dessa análise, pretende-se compreender os sinais estéticos e musicais presentes nesse álbum de transição, buscando identificar fatores que possam ter influenciado a mudança de orientação estilística do cantor. Além disso, a investigação procura lançar luz sobre as motivações culturais, artísticas e mercadológicas que possam ter contribuído para a adoção do sertanejo como linguagem predominante em sua produção posterior.

Análise da capa

A arte da capa e da contracapa do disco, lançado em formato compacto simples no ano de 1972 pela gravadora RCA Victor – sob o número de catálogo 101.0116 –, não apresenta distinções visuais entre si. Apenas algumas informações adicionais são inseridas na contracapa. A imagem utilizada é idêntica em ambas as faces: Sérgio Reis aparece posando, com o olhar direcionado ao longe, fixo no menino que toca uma gaita. Essa composição fotográfica sugere um momento de contemplação e admiração por parte do artista, diante da destreza musical demonstrada pela criança.

O cantor ostenta cabelos compridos e traja uma camisa florida, cuja estampa remete diretamente à estética da Jovem Guarda, movimento cultural popular na época. Embora esteja sentado na fotografia, é possível notar, através das bordas da calça, que se trata de uma peça no estilo "boca de sino", também característica marcante daquela vertente musical. Desse modo, observa-se que os elementos visuais presentes no vestuário de Sérgio Reis destoam completamente da iconografia tradicionalmente associada ao universo da música sertaneja.

Análise da contracapa

Na contracapa, observa-se a repetição da mesma imagem utilizada na capa do álbum. Contudo, na margem esquerda, as informações técnicas são dispostas verticalmente, com o uso de letras minúsculas, coordenação artística a cargo de Tonny Campelo e arranjos assinados por Elcio Álvares. Já na parte inferior da contracapa, os créditos são apresentados em linhas horizontais e grafados em letras maiúsculas — COORDENAÇÃO GERAL: OSMAR ZANDOMENIGUI – LAY-OUT-101.0116 – DISCO É CULTURA.

Percebe-se que Tony Campelo exerceu papel recorrente e significativo ao longo de sua trajetória musical. Atuando como produtor artístico na gravadora RCA Victor, destacou-se por sua visão estratégica, sendo uma figura determinante na transição de Sérgio Reis do estilo Jovem Guarda para o universo da música sertaneja.

Análise do repertório

O MENINO DA GAITA

Título: *O Menino da Gaita*

Autor: Fernando Arbex/ versão em português: Sérgio Reis

Ritmo: Rock Pop

Composta em: 1971 – versão em 1972

Era um rapaz
Olhos claros bem azuis
Andava só
Com uma gaita em sua mão
Ouça sua linda canção
Olhos tristes no chão
E caminha sozinho
Ouça lá vai ele a tocar
Notas tristes no ar
É assim que pede amor

Caminha só
Ninguém sabe de onde vem
Triste a tocar
Pela rua sem ninguém
Sente que uma lágrima vem
O seu rosto molhar
Como a chuva que cai
Ouça lá vai ele a tocar
Notas tristes no ar
É assim que pede amor
Toca, toca só pra mim
Ouça sua linda canção
Olhos tristes no chão
E caminha sozinho
Ouça lá vai ele a tocar
Notas tristes no ar
É assim que pede amor
Toca, toca só pra mim

A canção "O Menino da Gaita", com duração de 4'13", foi lançada pela gravadora RCA Victor em 1972, em um disco compacto simples (Nº 201.0116). Trata-se de um rock pop de caráter melancólico. A música tem início com o som de um violão base, sem solos instrumentais, ao qual se sobrepõe a voz de Sérgio Reis. Aos 1'5", um solo de piano surge de forma suave, acompanhado, de maneira sutil, por um som de guitarra. O contrabaixo e a percussão permanecem marcantes ao longo de toda a faixa.

Aos 1'50", os *backing vocals* são introduzidos. Já aos 2'10", os arranjos de gaita ganham evidência, conferindo à música um requinte que dialoga com o lirismo da letra. Aos 2'30", os vocais de apoio tornam-se mais expressivos, assumindo um tom de maior intensidade. É possível notar, inclusive, a proeminência da voz de Sérgio Reis no coro, possivelmente com o intuito de valorizar a mensagem contida na letra, originalmente composta pelo espanhol Fernando Arbex, em 1971[6], sob o título *El Chico de la*

6 Música El Chico De La Armónica – Discogs. Disponível em: https://www.discogs.com/release/3679185-Micky-El-Chico-De-La-Arm%C3%B3nica?srsltid=AfmBOopjGshiZePgurazeNdGJQsl7L-9ZXwE3tgg3Bq2q1Q3umkbXnrOZ

Armónica. No ano seguinte, Sérgio Reis realizou a versão em português e procedeu com sua gravação.

Não foram encontradas publicações que confirmem se a letra possui inspiração em fatos reais ou se se trata de uma composição fictícia, como ocorre com a lendária "O Menino da Porteira". Sabe-se, contudo, que a poética da canção é profundamente melancólica, e que diversos intérpretes apostaram nessa obra, a qual conquistou o público da Jovem Guarda, conhecido por sua apreciação por versões de músicas estrangeiras.

EU TIVE MEDO

Título: *Eu Tive Medo*

Autor: Sérgio Reis

Ritmo: Pop Romântico

Composta em: 1972

Eu tive medo, eu tive medo
Tive medo de errar, pressenti
Que aquela hora não pude ficar
Eu tive que ir embora
Sei que fui covarde pra continuar
Eu lhe confesso, eu tive medo
Eu tentei lhe conquistar
Esperei chegar a hora
E naquele instante joguei tudo fora
Sei que fui covarde pra continuar
Eu fui embora você vem charmosa
Me fazer visita
Se você me evita de uma outra forma
Eu vou lhe conquistar
Mas se você chega e me perdoa
Tudo, como é que fica
Meu coração grita sem o seu amor
Não posso mais ficar

Eu lhe confesso, eu tive medo
Eu lhe confesso, eu tive medo
Agora eu sei, eu tenho medo
Eu tive medo, eu tive medo

A canção "Eu Tive Medo", com duração de 2'20", é classificada como um pop romântico com influências do rock and roll. Na construção poética da letra, Sérgio Reis reconhece ter agido com covardia ao insistir para que a mulher amada permanecesse ao seu lado. Contudo, o relacionamento conturbado chega ao fim.

Em uma visita posterior, ela reaparece de forma charmosa e sedutora, o que intensifica ainda mais o fascínio que ele sente por ela. Tomado por uma paixão intensa, o eu lírico afirma que tentará reconquistá-la de alguma outra maneira, uma vez que seu coração não suporta a ausência desse amor.

Entre os instrumentos que se destacam na composição, encontram-se o saxofone, a guitarra, o violão, o contrabaixo e a percussão. Ambas as músicas — "O Menino da Gaita" e "Eu Tive Medo" — foram acessadas por meio de canais disponíveis na plataforma YouTube: "O Menino da Gaita", canal Osmar Zan[7]; e E"u Tive Medo", canal Brazil In Sound[8].

7 Canal YouTube – Osmar Zan. O Menino da Gaita. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=dElYZFLcehg

8 Canal YouTube – Brazil In Sound. Eu Tive Medo. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=gurOYnTIOFA

O Rapaz apostou nos dois meninos: *O Menino da Porteira e O Menino da Gaita*

Figura 6 – Foto da capa e contracapa do disco -1973
Fontes: Arquivo particular do autor

A presente análise tem início na observação da capa e contracapa do álbum lançado em 1973, momento emblemático em que se dá sua inserção definitiva na música sertaneja. É relevante refletir sobre a escolha do título do álbum: por que "*O Menino da Gaita*" e não "*O Menino da Porteira*", considerando que o artista estava em transição para o gênero sertanejo? Seria essa uma aposta estratégica, baseada em qual título teria maior apelo comercial ou potencial de sucesso?

As análises contemplarão aspectos visuais, como a iconografia e a composição gráfica da capa e contracapa, bem como elementos sonoros e textuais presentes na letra, no ritmo e no arranjo musical do referido álbum. A música "*O Menino da Porteira*" será objeto de estudo específico, uma vez que se tornou um dos marcos da nova fase artística de Sérgio Reis. A canção evoca imagens do universo rural, utilizando-se de uma narrativa melodramática e nostálgica que se alinha à estética sertaneja tradicional, contribuindo para o reposicionamento do cantor junto ao público. Pretende-se compreender de que modo se articulam os elementos da cultura musical da Jovem Guarda com as estratégias de legitimação empregadas pela indústria fonográfica, visando ao seu engajamento no gênero musical sertanejo.

Análise da capa

As análises da capa do disco, constata-se um elemento bastante evidente:

Sérgio Reis aposta na canção *O Menino da Gaita*, seu sucesso no ano anterior. Provavelmente em consonância com a produção artística da gravadora RCA Victor, essa música acabou dando nome ao álbum. Mais do que um simples título, a capa traz, acima da legenda *O Menino da Gait*", a palavra "Incluindo", sugerindo uma estratégia clara de atrair o público que o acompanhava desde o movimento da Jovem Guarda, ao qual esteve vinculado por 12 anos.

Na fotografia da capa, o cantor aparece em um plano médio curto, vestindo uma camisa de listras amarelas e brancas sobre um fundo marrom. Ostenta cabelos longos, característicos da estética juvenil da época da Jovem Guarda, e, no pulso esquerdo, exibe um relógio.

O Long-play, de catálogo Nº 203.0074, foi gravado no ano de 1973 pela RCA Victor e contém 12 faixas musicais. A canção *O Menino da Porteira* ocupa a primeira faixa do lado B. Composta em 1955 por Teddy Vieira e Luís Raimundo, a música já havia sido gravada anteriormente pela dupla Luizinho e Limeira, um dos compositores da música. Luizinho que formava dupla com o seu irmão Limeira. A dupla Tonico e Tinoco, também, gravou *O Menino da Porteira* em 1973, no estilo bem raiz. Com o sotaque bem sertanejo, estilo que a dupla permaneceu durante toda a carreira. Mas era o momento da gravadora RCA, investir no cantor Sérgio Reis, com a música lendária *O Menino da Porteira*. Conforme relata Murilo Carvalho, autor da obra biográfica de Sérgio Reis, intitulado *Uma Vida, Um Talento*:

> Era o momento, então, de dar um salto definitivo: gravar um LP. A Victor, apesar de ainda não acreditar muito na nova face sertaneja de Sérgio Reis, acabou lançando um disco em que o repertório mesclava *O Menino da Porteira* com músicas de caráter ainda urbano, sendo muitas composições do próprio Sérgio Reis (CARVALHO, 2018, p. 72).

Fica claro que, à princípio, a gravadora ainda demonstrava certo ceticismo em relação à transição do artista para o estilo sertanejo. É evidente que a adaptação de um cantor como Sérgio Reis, nascido na capital paulista e cuja infância e juventude se desenvolveram em um contexto urbano, à cultura do homem do campo não se configura como um processo simples. Inicialmente inserido no universo musical da Jovem Guarda, movimento fortemente en-

raizado na sociedade urbana, sua transição para o gênero musical característico do sertão brasileiro representa um deslocamento cultural significativo.

No livro, o autor também discorre sobre a trajetória de Sérgio Reis durante o período em que integrou o movimento da Jovem Guarda, explicando aspectos relevantes de sua convivência e atuação nesse contexto musical:

> A decisão de enveredar de vez para o universo da música caipira não foi fácil. Sérgio já era conhecido na Jovem Guarda, tinha um público fiel, era bom compositor e sua voz melodiosa agradava o público adolescente. Convivia com todo o grupo – Os Víps, The Jet Blacks, Ronnie Von, Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Celli Campello (CARVALHO, 2018 p. 71).

Conforme constatamos em nossos estudos, o cantor protagonizou uma ousada trajetória ao migrar de sua cultura musical original para o gênero sertanejo. Tal transição representava um afastamento significativo do meio em que vivia, o qual pouco ou nada tinha em comum com as expressões musicais do campo. Sua escolha não refletia os gostos predominantes da classe urbana. No entanto, no livro Música Caipira, José Hamilton Ribeiro inclui, entre as 150 melhores modas de todos os tempos, a versão da canção "*O Menino da Porteira*", interpretada pelo cantor Sérgio Reis:

> Com letra e música bem raiz (fora uma escorregada no verso do boi sem coração...), encabeça a maioria das seleções da música caipira. A gravação de Sérgio Reis tornou-a bem conhecida, a ponto de muito cantador já estar "enjoado" de tanto que pedem (RIBEIRO, 2006 p. 77).

Apesar de o autor mencionar o sucesso da música *O Menino da Porteira*, na interpretação de Sérgio Reis, ele não se aprofunda nos detalhes performáticos presentes nas imagens das capas dos discos do cantor. Diante disso, propomos uma análise da capa e contracapa do álbum lançado em 1973, cuja principal aposta era a canção *O Menino da Porteira*, de ritmo sertanejo e cururu. Observamos, nessa capa, que Sérgio Reis ainda aparece sem o chapéu, elemento posteriormente marcante na estética do sertanejo.

Análise da contracapa

Ao analisarmos a contracapa do disco, constatamos que Sérgio Reis aparece na fotografia em plano geral. Ele exibe cabelos longos, conforme a moda vigente nos tempos da Jovem Guarda. Veste uma camisa de mangas curtas, estampada com flores nas cores amarela, preta e marrom, além de uma calça branca no estilo boca de sino, também característica daquele período. Os calçados não são visíveis, pois o cantor está sentado sob uma árvore, com os pés encobertos pelo capim.

A postura de Sérgio Reis sugere que, naquele momento, ele ainda não havia assumido plenamente a identidade musical sertaneja. Sua aparência indica, na verdade, uma fase de experimentação, em que buscava verificar se a música sertaneja seria o caminho mais promissor para sua carreira.

Apesar de estar em contato com a natureza, nota-se, por meio das vestimentas, do penteado e, principalmente, pela ausência do chapéu — acessório tradicionalmente associado ao homem do campo —, que ele ainda não incorporava integralmente a estética típica dos intérpretes da música sertaneja daquela época.

O MENINO DA PORTEIRA (TEDDY VIEIRA/ LUISINHO, 1955)

Título: *O Menino da Porteira*

Autores: Teddy Vieira/ Luisinho

Ritmo: Cururu

Composta em: 1955

Toda vez que eu viajava pela estrada de Ouro Fino
De longe eu avistava a figura de um menino
Que corria abrir a porteira e depois vinha me pedindo
Toque o berrante, seu moço, que é pra eu ficar ouvindo
Quando a boiada passava e a poeira ia baixando
Eu jogava uma moeda e ele saía pulando
Obrigado, boiadeiro, que Deus vá lhe acompanhando
Pra aquele sertão afora meu berrante ia tocando

No caminho desta vida muito espinho eu encontrei
Mas nenhum calou mais fundo do que isto que eu passei
Na minha viagem de volta qualquer coisa eu cismei
Vendo a porteira fechada, o menino não avistei
Apeei do meu cavalo num ranchinho beira-chão
Vi uma mulher chorando, quis saber qual a razão
Boiadeiro veio tarde, veja a cruz no estradão
Quem matou o meu filhinho foi um boi sem coração

Lá pras bandas de Ouro Fino levando gado selvagem
Quando passo na porteira até vejo a sua imagem
O seu rangido tão triste mais parece uma mensagem
Daquele rosto trigueiro desejando-me boa viagem
A cruzinha do estradão do pensamento não sai
Eu já fiz um juramento que não esqueço jamais
Nem que o meu gado estoure, que eu precise ir atrás
Neste pedaço de chão berrante eu não toco mais

A canção, considerada um clássico da música sertaneja, conquistou ampla popularidade nas rádios desde seu lançamento. Sua primeira adaptação cinematográfica, realizada vinte anos depois, obteve êxito semelhante nas telas. Como não foi possível localizar informações sobre a bilheteria no acervo da Cinemateca Brasileira, recorremos ao site extra.globo.com, portal digital do jornal Extra, por se tratar de uma fonte reconhecida por sua credibilidade.

Ao consultarmos o referido site, identificamos, na matéria assinada por Christina Fuscaldo, que a primeira versão do filme *O Menino da Porteira* atraiu aproximadamente quatro milhões[9] de espectadores. Contudo, segundo a autora, estimativas extraoficiais apontam que esse número pode ter alcançado até sete milhões.

Nossa pesquisa evidencia que o cantor Sérgio Reis procurou apoiar-se no êxito da canção como estratégia para consolidar sua carreira musical, inserindo-se no universo simbólico da cultura do homem do campo. O próprio artista relata que, ainda durante sua participação no movimento da Jovem

9 Jornal Extra . Disponível em: https://extra.globo.com/tv-e-lazer/remake-de-menino-da-porteira-entra-na-corrida-para-ultrapassar-bilheteria-do-filme-original-34-maior-do-brasil-246122.html

Guarda, anos antes, percebeu, ao realizar um show, que o caminho para seu sucesso estaria vinculado à interpretação de *O Menino da Porteira*:

> Eu havia terminado um show em Tupiciguara, cidade mineira, e me pediram para cantar 'Menino da Porteira'. Que eu não sabia. E foi a maior decepção. No dia seguinte, corri a uma loja de disco e aprendi a canção ali do lado da vitrola, escrevendo a letra num papel. Quando voltei a São Paulo, gravei a música. O maior sucesso (Almeida, 1981, p.8).

De fato, o cantor se arriscou ao interpretar canções do gênero sertanejo, uma vez que sua carreira, até então, estava mais associada à Jovem Guarda, movimento musical que já se encontrava em declínio. Essa conjuntura é evidenciada por Sérgio Reis ao afirmar: "Eu queria viver como profissional, não iria viver de outra coisa. Fiquei quase quatro anos sem nenhuma música na parada. Foi duro" (*apud* Almeida, 1981, p. 8). Essa afirmação é ratificada pelo depoimento concedido pela atriz Maria José Franco, participante da primeira versão cinematográfica de *O Menino da Porteira*. Aos 04'07" da entrevista, a atriz declara: "A música daquela época, no estilo Jovem Guarda, já estava se acalmando. Já estava abaixando suas asas. Então, com a música *O Menino da Porteira*, ele teve um leque maior. Foi ali que nasceu o Sérgio" (Franco, 2024).

Em outra entrevista realizada para esta pesquisa, o cineasta Clery Cunha[10] corrobora essa perspectiva ao informar que o cantor Sérgio Reis, inicialmente associado ao movimento da Jovem Guarda e sem qualquer vínculo prévio com a vida rural, nasceu em Santana, bairro da cidade de São Paulo. Sua escolha em protagonizar um filme cujo enredo se fundamenta na canção sertaneja *O Menino da Porteira* representa uma estratégia deliberada de transição e afirmação de sua nova identidade artística como intérprete da música sertaneja.

Concordando com o cineasta Clery cunha, em nossas pesquisas encontramos uma entrevista com o cantor Sérgio Reis, disponibilizada no canal do YouTube JOVEM GUARDA 50 Anos – O FILME A SÉRIE, no qual aos 3'26" Sérgio Reis relata que era da vida urbana. Usando termo pejorativo, comenta que até então, nunca havia pisado numa"bosta de vaca". Aos 2'42" o artista

10 Entrevista cineasta Clery Cunha. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=swb4f-2cl-PE&t=3s

afirma: “Não tinha ideia de gravar mais nada sertanejo”[11]. No entanto, devido ao grande sucesso da música *O Menino da Porteira* em todo o território nacional, Sérgio Reis acabou migrando definitivamente para o universo da música sertaneja.

Considerações finais

A trajetória artística de Sérgio Reis revela um movimento estratégico em busca da consolidação de sua carreira no cenário musical brasileiro, apoiando-se na memória da cultura musical do homem do sertão. Ao analisar sua transição da Jovem Guarda para a música sertaneja, é possível identificar uma escolha orientada primordialmente pela necessidade de alcançar maior visibilidade e aceitação popular, em um momento em que o sucesso comercial se apresentava como fator determinante para a sobrevivência artística. Diferentemente de artistas que migram de estilos motivados por afinidades estéticas ou ideológicas, no caso de Sérgio Reis, evidencia-se uma postura pragmática, na qual a adequação ao gênero sertanejo representava a oportunidade concreta de manter-se relevante frente às transformações do gosto musical da época.

Sua reconfiguração artística, ao adotar os elementos tradicionais da música sertaneja, não se deu por afinidade cultural genuína ou por um compromisso com as raízes rurais desse gênero, mas sim como um meio de se adaptar a um novo público e mercado. A mudança, portanto, não foi fruto de um processo espontâneo de maturação musical, mas uma decisão calculada para reposicionar sua imagem e conquistar um novo espaço no mercado fonográfico. Dessa forma, pode-se afirmar que o êxito comercial não apenas motivou a transição, como também se constituiu no seu objetivo final.

Assim, conclui-se que a migração de Sérgio Reis para o sertanejo foi guiada por uma única e exclusiva intenção: alcançar o sucesso. Esse movimento revela muito sobre as dinâmicas da indústria cultural brasileira, nas quais a busca pela popularidade e aceitação de massa frequentemente molda os rumos da produção artística.

11 Canal Youtube JOVEM GUARDA 50 Anos – O FILME A SÉRIE. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=uUQNTC893eM

Referências

ALMEIDA, de Miguel. Um Outro Brasil na Canção Caipira. FOLHA DE São Paulo. Publicação: 08 jun. 1981. Disponível: Acervo Discoteca Oneyda Alvarenga – CCSP (Centro Cultural São Paulo).

ANTUNES, Edvan. De Caipira a Universitário: a História do Sucesso da Música Sertaneja. São Paulo: Matrix, 2012.

CUNHA, Clery. Entrevista concedida para Zé Renato – Com autorização de imagem. Entrevista realizada em 09/03/2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=swb4f2cl-PE&t=3s

DIAS, Saulo Sandro Alves. O Processo de Escolarização da Viola Caipira: Novos Violeiros (in) ventand) modas e identidades. São Paulo: Humanitas, 2012.

DISCOGS. Música *El Chico de la Armónica* –. Disponível em: https://www.discogs.com/release/3679185=-Micky-El-Chico-De-La-Arm%3C%3Bnica?srsltid-AfmBOopjGshiZePgurazeNdGJQsl7L9ZXwE3tgg3Bq2q1Q3umkbXnrOZ Acesso em: 12 jun. 2025.

FRANCO, Maria José. Entrevista concedida para Zé Renato – Aprovada pela Plataforma Brasil. Entrevista realizada em 21/04/2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ILl7RnsA7Ow

FRÓES, Marcelo. JOVEM GUARDA Em Ritmo de Aventura. São Paulo – SP – Brasil: Editora 34 Ltda, 2000.

FUSCALDO, Christina. Jornal Extra - Remake de '*O Menino da Porteira*' entra na corrida para ultrapassar a bilheteria do filme original, a 34ª maior do Brasil. Disponível em: https://extra.globo.com/tv-e-lazer/remake-de-menino-da-porteira-entra-na-corrida-para-ultrapassar-bilheteria-do-filme-original-34-maior-do-brasil-24612 Acesso em: 01 jul. 2025.

IMMuB – (Instituto Memória Musical Brasileira): https://www.immub.org/

JOVEM GUARDA, 50 anos – O Filme – A Série. Canal YouTube. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=uUQNTC893eM&t=13s

MACERANI, Pedro Henrique. A História da Turma Caipira. São Paulo: Programa de Ação Cultural do Estado de São Paulo – Proac, 2012.

REIS, Emerson. Filme - *O Menino da Porteira*: Canal YouTube – Arquivo Emerson Reis, 2022. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=k-QfUQkiD1RY . Acesso em: 13 jul . 2024.

RIBEIRO, José Hamilton. Música Sertaneja: As 270 maiores modas de todos os tempos – São Paulo: Globo, 2006

SAUND, Brazil In. *Eu Tive Medo*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=gurOYnTIOFA . Acesso em: 03 jul. 2025.

VICENTE, Eduardo. MÚSICA E DISCO NO BRASIL: A Trajetória da Indústria nas Décadas de 80 e 90. São Paulo - ECA – USP, Tese de Doutorado, 2002.

VILELA, Ivan. Cantando a Própria História: Música Caipira e Enraizamento, 2013.

VILELA, Ivan. Entrevista concedida para Zé Renato – Aprovada pela Plataforma Brasil. Entrevista realizada em 24/04/2024. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=7dss-T1JyNQ&t=257s

ZAN, Osmar. Canal Youtube. *O Menino da Gaita*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=dElYZFLcehg

_Artigo

Dublagem como elemento identitário em narrativas seriadas: um estudo sobre “Anos Incríveis”

Dubbing as an element of identity in serial narratives: a study on “Anos Incríveis”

Marcio Dantas de Andrade[1]
Sérgio Nesteriuk[2]

1 Mestre em Comunicação Audiovisual pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Anhembi Morumbi. Graduado em Jornalismo. E-mail: marciodandrade@yahoo.com.br.

2 Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Anhembi Morumbi. Pesquisa o universo dos games, animação, produção sonora e audiovisual. Foi produtor artístico e cultural no MIS- Museu da Imagem e do Som e na Fundação Memorial da América Latina. Consultor de roteiro e dramaturgia do ANIMATV (SAv/MinC; TV Brasil; TV Cultura) e de outros projetos realizados por estúdios e produtoras. E-mail: sergio.gallo@animaeducacao.com.br.

Resumo

Este artigo investiga o papel da dublagem como elemento identitário em narrativas seriadas, com destaque para o impacto cultural e técnico da série “Anos Incríveis” no Brasil. A análise aborda como a escolha e manutenção de dubladores influenciam a experiência do público, explorando a trajetória de Angélica Santos na dublagem da personagem Kevin Arnold e de Carlos Falat como Paul Pfeiffer. Com base no referencial teórico apresentado no texto, discute-se como a dublagem pode aproximar as obras audiovisuais de diferentes culturas ao público local,. Além disso, são apresentados exemplos de adaptações culturais e técnicas vocais utilizadas por dubladores, evidenciando a dublagem como um elemento indispensável na construção da identidade cultural em produções audiovisuais.

Palavras-chave: Dublagem; identidade cultural; narrativas seriadas; “Anos Incríveis”; televisão.

Abstract

This article examines the role of dubbing as an identity element in serialized narratives, focusing on the cultural and technical impact of the series The Wonder Years in Brazil. The analysis highlights how the choice and continuity of voice actors influence audience experience, exploring Angélica Santos’s portrayal of Kevin Arnold and Carlos Falat’s work as Paul Pfeiffer. Based on studies by authors like Umberto Eco and Simone Maria Rocha, the article discusses how dubbing adapts audiovisual works from different cultures to local audiences, fostering viewer loyalty. Additionally, examples of cultural adaptations and vocal techniques employed by dubbing artists are presented, showcasing dubbing as an essential art in constructing cultural identity in audiovisual productions.

Keywords: Dubbing; cultural identity; serialized narratives; The Wonder Years, television.

Introdução

A dublagem é uma prática audiovisual que ultrapassa a noção mais ordinária de tradução de diálogos para outros idiomas. Também defendemos neste texto, que é parte de uma pesquisa de mestrado em andamento, que a dublagem pode ser entendida como um fenômeno sociocultural que pode moldar a recepção de narrativas globais. No Brasil, esse processo tem se consolidado como uma forma de aproximação cultural e emocional entre o público e as produções audiovisuais estrangeiras. Desde o advento do cinema falado, a dublagem tem se transformado, ampliando sua presença audiovisual e incorporando novas técnicas e profissionais qualificados. No Brasil, o primeiro filme falado foi *Acabaram-se os Otários*, de 1929, dirigido por Luiz de Barros. Este filme foi anunciado como "um filme brasileiro cantado e falado em português", representando um marco na história do cinema nacional. De acordo com Valencise (2012), o diretor Luiz de Barros desenvolveu o "Sicrocinex", um sistema considerado inovador para os padrões de época para gravar as falas e músicas em discos, que seriam posteriormente sincronizados com as imagens durante a exibição do filme. Essa técnica permitiu a inserção do som no filme, o que pode ser considerada a primeira experiência do que se tornou a dublagem como conhecemos hoje.

O processo de dublagem envolve a acomodação de valores identitários que favorecem a identificação do espectador com elementos culturais específicos de uma dada sociedade. Especificamente dentro de uma narrativa seriada, diversos elementos podem contribuir para a construção da identidade da obra, destacando-se a voz dublada como um componente fundamental na percepção dos telespectadores brasileiros. No Brasil, a dublagem não apenas adapta o conteúdo linguístico, mas reforça a identidade da produção ao alinhar a voz dos personagens com as expectativas culturais e emocionais do público. Dessa forma, a voz dublada torna-se um elemento narrativo essencial, consolidando a conexão entre o seriado e sua audiência, ao mesmo tempo que enriquece a experiência e contribui para a autenticidade cultural da narrativa. Um dos indicadores do reconhecimento social da voz dublada no país, pode ser identificado nas grandes comunidades de fãs de dubladores – que, não raras vezes, são maiores do que a própria base de fãs das atrizes e atores das vozes originais. Neste sentido, as plataformas digitais, como o TikTok, por

exemplo, desempenham importante papel na divulgação dos profissionais da dublagem e mobilização de seus fãs (Omelete, 2024). Essa dinâmica reforça o impacto cultural da dublagem no Brasil, bem como sua crescente influência no cenário do audiovisual.

Além das redes sociais, os fãs de dublagem também se manifestam em fóruns de discussão e sites especializados, como a Dublapédia (2025). Essa plataforma, alimentada colaborativamente por fãs e entusiastas, funciona em formato Wiki (semelhante à Wikipedia) como uma espécie de enciclopédia virtual dedicada aos profissionais da dublagem, reunindo informações detalhadas sobre dubladores, estúdios e trabalhos realizados em produções com versão brasileira.

No Brasil, séries como a estadunidense *Anos Incríveis (The Wonder Years 1988-1993)*, criada por Carol Black e Neal Marlens, conquistaram destaque não apenas por sua narrativa, mas também pela dublagem, que aproximou as histórias e personagens dos espectadores nacionais, criando uma relação de identificação e pertencimento.

Este artigo propõe uma análise multidimensional da dublagem, explorando seus aspectos técnicos, culturais e artísticos. Por meio de exemplos, busca-se compreender como a continuidade de vozes, as adaptações culturais e a preservação da identidade narrativa podem contribuir para a fidelização do público. Além disso, discute-se os desafios enfrentados pelos dubladores, e o apelo emocional que essa continuidade proporciona ao telespectador, destacando o impacto dessa prática no envolvimento do público com as produções seriadas estrangeiras exibidas no Brasil.

Dublagem como ferramenta de adaptação cultural

A dublagem configura-se como um elemento em que a voz desempenha um papel importante na adaptação de produções audiovisuais originárias de diferentes países e idiomas. Esse processo não apenas torna o conteúdo mais acessível a novos públicos, mas também incorpora elementos culturais no processo tradutório, buscando criar uma maior identificação e engajamento

com o público. Segundo Fonseca (2023), a dublagem configura-se como um exercício de interpretação que tem como objetivo realizar uma sobreposição de uma atuação em língua local, neste caso, o português brasileiro, sobre uma interpretação estrangeira. Esse processo é semelhante à tradução, pois envolve a transposição de um conteúdo cultural e linguístico de um território para outro, possibilitando sua adaptação ao contexto brasileiro. A prática da dublagem permite que uma interpretação em português seja aplicada sobre a original, que pode estar em francês, inglês, italiano ou outro idioma, de modo a criar uma atmosfera em que a narrativa seja acessível sem a necessidade de legendas. Essa adaptação facilita a compreensão direta do conteúdo em diferentes meios, como cinema, televisão e dispositivos móveis, proporcionando uma experiência diferente daquela com o uso de legendas. Enquanto prática cultural, a dublagem estabelece uma conexão simbólica entre culturas distintas, promovendo um processo de pertencimento e identificação. A respeito disso, Fonseca (2023) afirma:

> Michel de Certeau, em A Invenção do Cotidiano, propõe que certos processos simbólicos, repetidos no cotidiano e nas práticas sociais, geram uma sensação de pertencimento. Essa noção de pertencimento, aplicada ao contexto da dublagem, revela-se como um exercício de adaptação cultural, no qual elementos de uma cultura estrangeira são transpostos para a realidade local, criando uma aproximação com o público receptor (Fonseca, 2023).

Rocha, em seu estudo Estilo Televisivo (2016), observa que "a TV é muito mais multifacetada do que tendemos a vê-la". A autora destaca a complexidade da televisão enquanto meio de comunicação, que, apesar de poder parecer simples à primeira vista, possui diversas camadas de interpretação. No mesmo sentido, Jason Mitchell, em Television and American Culture (2010), salienta que uma das facetas da televisão é funcionar como uma espécie de "espelho do nosso mundo", muitas vezes oferecendo uma visão distorcida da identidade nacional e influenciando as percepções que temos sobre diferentes grupos sociais. Nesse contexto, a dublagem não só pode facilitar o entendimento linguístico de produções estrangeiras, mas também adapta culturalmente as obras para que sejam mais próximas da realidade imediata do público local.

Produções seriadas estrangeiras de grande sucesso popular no Brasil, como *Chaves* (1973-1980) e *Chapolin* Colorado (1973-1979), são exemplos desse processo de adaptação cultural. Originalmente criadas no México, pelo roteirista e ator Roberto Gomes Bolaños, essas séries foram dubladas para o português pelos estúdios Maga em 1984 e, posteriormente, por outros estúdios especializados. A dublagem foi fundamental para adaptar os elementos culturais mexicanos presentes nessas produções ao cotidiano brasileiro, tornando as personagens mais familiares ao público nacional. Apesar da simplicidade técnica das produções, tanto no original quanto nas versões dubladas, uma análise mais aprofundada revela a complexidade envolvida na tradução dos roteiros e na interpretação dos atores. O ator e dublador Nelson Machado, que participou diretamente desse processo, relata, em seu livro *Versão Brasileira* (2017), os desafios e recompensas envolvidos na adaptação dessas produções mexicanas para o público brasileiro.

Segundo Machado (2017), a direção da dublagem de *Chaves* foi uma experiência pessoal prazerosa, mas a tradução se mostrou extremamente trabalhosa. O dublador aponta que muitos trocadilhos e piadas presentes nos diálogos originais não faziam sentido ao serem traduzidos diretamente do espanhol para o português, o que exigia, muitas vezes, a reescritura de outras cenas relacionadas. Um exemplo mencionado pelo autor, e recorrente em diversos episódios da série, se dá na escola da personagem Professor Jirafales, em que eram dadas aulas de História. O conteúdo histórico mexicano, , não seria compreendido nem faria o mesmo sentido para o público infantojuvenil brasileiro, o que demandou uma adaptação do material original.

Para realizar essa adaptação, Machado buscou substituir as figuras históricas mexicanas por equivalentes da História do Brasil. No entanto, o autor destaca a dificuldade em encontrar essas correspondências, sendo necessário, na época, entrar em contato com o Consulado do México para receber uma análise intensiva sobre as figuras históricas mexicanas, o que permitiu que ele encontrasse equivalentes na história brasileira (Machado, 2017).

Esse breve relato evidencia como a dublagem, especialmente em casos de obras enraizadas em contextos culturais específicos, requer uma adaptação atenta para garantir que o público local possa melhor compreender e se identificar com os conteúdos apresentados. Mais do que um simples processo técnico, a dublagem envolve uma recriação que preserva a essência da obra

original, ao mesmo tempo que dialoga e se adapta à realidade cultural do público de destino.

A dublagem, enquanto prática associada à adaptação de conteúdos audiovisuais para diferentes públicos, também pode ser analisada à luz da questão da repetitividade nas obras produzidas pelos meios de comunicação de massa. Em "A inovação do seriado", Eco (1989) observa que:

> Quando a estética moderna se viu diante de obras produzidas pelos meios de comunicação de massa, negou-lhes qualquer valor artístico exatamente porque pareciam repetitivas, construídas de acordo com um modelo sempre igual, de modo a dar a seus destinatários o que eles queriam e esperavam (Eco, 1989. p.120).

Essa crítica pode ser aplicada, de certa forma, ao fenômeno da dublagem, uma vez que busca reproduzir características da obra original de maneira fiel, oferecendo ao público local uma versão que preserve a familiaridade e os elementos trabalhados pelos autores das obras, porém, com pouco – ou nenhum – reconhecimento da crítica especializada, que trata a dublagem como uma arte menor. Entretanto, a dublagem, por seu caráter adaptativo, também permite releituras e reinterpretações que podem transformar a experiência do público, superando a ideia de simples repetição. Isso evidencia o papel da dublagem não apenas como mero processo de tradução, mas como uma recriação criativa, especialmente quando confrontada com o desafio de adaptar produções seriadas, que são construídas, muitas vezes, para atender às expectativas pré-estabelecidas de seus espectadores. Nesse contexto, a reflexão de Umberto Eco, novamente em "A inovação do seriado", é elucidativa: "A série, neste sentido, responde à necessidade infantil, mas nem por isso doentia, de ouvir sempre a mesma história, de consolar-se com o retorno do idêntico, superficialmente mascarado" (Eco, 1989. p.130).

Ao trazer essa análise para o campo da dublagem, observa-se que o espectador frequentemente espera, na "versão brasileira", a presença do mesmo profissional de voz responsável previamente pela dublagem de determinado ator ou atriz. Esse fenômeno atende à necessidade de "consolar-se com o retorno do idêntico, superficialmente mascarado" (Eco, 1989. p.123), reforçan-

do, conforme mencionado anteriormente, a conexão emocional e a familiaridade do público com a obra original.

Exceções e impactos na integridade da obra audiovisual

Embora, como vimos, a dublagem tenha como objetivo principal a adaptação linguística e cultural de uma obra para um público específico, existem exceções em que a versão dublada pode alterar deliberadamente aspectos fundamentais da narrativa, como o desfecho de uma produção audiovisual. Um exemplo dessa prática ocorreu com a primeira e única versão dublada do filme *Rocky - Um Lutador* (1976), realizada pelo extinto estúdio Telecine, do Rio de Janeiro. Na versão original do filme, a personagem Apollo Creed (Carl Weathers) vence a luta de boxe contra Rocky Balboa (Sylvester Stallone) por pontos. No entanto, na versão dublada em português, foi incluído um diálogo inexistente na versão original em inglês do filme, no qual o locutor da luta afirma que a disputa terminou empatada.

No entanto, tais mudanças não são representativas do processo de dublagem como um todo e devem ser vistas como exceções, não sendo frequentes em análises sobre a prática da dublagem. De maneira geral, a dublagem busca preservar a integridade narrativa original, respeitando suas estruturas e intenções primárias, ainda que certas adaptações possam ser necessárias para se adequar ao público local.

Seguir o acompanhamento de uma série, mesmo quando não é necessário assisti-la em ordem cronológica, ainda encontra um público cativo. Esse fenômeno pode ser observado em séries cômicas como *Chaves* e *Chapolin* Colorado, citados anteriormente, bem como em produções que marcaram a história da televisão, tal como "Anos Incríveis" (1988-1993). Esta última, manteve, em sua versão original, os mesmos atores principais que foram envelhecendo junto com suas personagens ao longo das temporadas, permitindo que o público acompanhasse este mesmo passar do tempo. Da mesma forma, a dublagem da *Versão Brasileira* também conservou o mesmo elenco para a dublagem de diferentes temporadas ao longo dos anos.

Estudo de caso: série Anos Incríveis (1988-1993)

A produção televisiva estadunidense Anos Incríveis (The Wonder Years), transmitida originalmente entre 1988 e 1993, aborda o cotidiano de uma família de classe média nos Estados Unidos no período de transição entre os anos 1960 e 1970. Criada por Neal Marlens e Carol Black, a série é protagonizada por Kevin Arnold, interpretado pelo ator Fred Savage, um jovem que, ao longo de seis temporadas, enfrenta as diversas etapas de seu processo de amadurecimento, explorando suas interações familiares, educacionais e afetivas, bem como o contexto sociopolítico da época (TV História, 2018).

A estrutura narrativa da série é baseada em uma perspectiva retrospectiva, com Kevin adulto narrando suas memórias da adolescência. Esse recurso de narração em off, aliado a uma trilha sonora representativa do período retratado, contribui para criar uma atmosfera nostálgica que permeia a obra. Entre os eventos históricos abordados estão a Guerra do Vietnã e os movimentos sociais dos anos 1960, que fornecem um pano de fundo para o desenvolvimento das tramas pessoais e familiares de Kevin.

A série estreou no Brasil em 8 de setembro de 1993, às 20h, na TV Cultura de São Paulo. De acordo com uma publicação do jornal A Tribuna no mesmo dia, a produção chegou ao país já aclamada por público e crítica, o que impulsionou seu impacto local. Esse sucesso no país foi, em grande parte, potencializado pela versão brasileira, realizada pelos estúdios Álamo, com direção de dublagem de Ricardo Nóvoa, destacando-se especialmente pela escolha dos dubladores das protagonistas.

A personagem de Kevin Arnold em sua infância até a adolescência foi dublada por Angélica Santos – é prática relativamente comum mulheres dublarem a voz de personagens masculinas quando crianças e adolescentes. A atriz começou a dublar o protagonista quando ele tinha 12 anos de idade e permaneceu no elenco até o final da série, período em que Kevin atingiu os 18 anos e passou por mudanças naturais em sua voz, resultantes de alterações hormonais.

Em entrevista concedida ao pesquisador, Angélica Santos afirma que já possuía experiência na dublagem de personagens crianças do sexo masculino,

foi convidada para realizar um teste no estúdio Álamo após o dublador infantil originalmente escalado para o papel de Kevin precisar deixar o projeto por conflitos de agenda. Apesar de um receio inicial por parte da produtora em relação à ideia de uma mulher dublar um personagem masculino, Angélica, conta que decidiu se apresentar com o apelido "GG" para ocultar sua identidade. Seu desempenho no teste foi bem-sucedido, e ela assumiu a dublagem de Kevin, permanecendo no papel até o final da série (Santos, 2024).

A adaptação da voz de Angélica Santos acompanhou o amadurecimento da personagem ao longo das temporadas. Esse ajuste vocal despertou a atenção da equipe da TV Cultura, que, intrigada com as mudanças no timbre de Kevin, visitou o estúdio para compreender a questão. Ao descobrirem que a dubladora era a responsável pela voz do protagonista, a decisão de mantê-la no papel foi consolidada, em reconhecimento ao trabalho que ela desenvolvia.

Angélica Santos relata que sua técnica de dublagem para Kevin envolvia uma estratégia que ela denomina como "vestir o personagem", ou seja, observar e adaptar-se de maneira gradual ao crescimento do protagonista, ajustando o tom de sua voz de acordo com suas transformações, sem usar de técnicas caricatas, o que poderia tirar a autenticidade da interpretação.

Outro exemplo de trabalho vocal identificado no mesmo seriado é o do ator e dublador Carlos Falat, que desenvolveu uma técnica de modulação vocal, ou seja, usou de um método que envolve a alteração de diversos aspectos da voz, como tom, volume, ritmo, altura, frequência e timbre, com o objetivo de adequá-la tanto à mensagem a ser transmitida quanto ao público-alvo para diferenciar as entonações da sua personagem, Paul Pfeiffer, interpretado originalmente por Josh Saviano. Em entrevista concedida ao pesquisador, o dublador afirma que adaptou seu timbre vocal ao crescimento do personagem, utilizando técnicas como respiração diafragmática e ressonância vocal, ajustando-o para um tom mais grave conforme a personagem avançava para a adolescência. Essas práticas, desenvolvidas ao longo de sua trajetória em radionovelas e no canto lírico, asseguraram que as mudanças etárias fossem acompanhadas por uma representação vocal compatível com as transformações físicas e psicológicas típicas desse período (Falat, 2024).

A manutenção de dubladores ao longo de produções seriadas é um fator crucial para a fidelização do público. Nesse contexto, Umberto Eco argumen-

ta que a inovação e a serialidade desempenham papéis cruciais na experiência do público (Eco, 1989). A continuidade serial, elemento essencial para a construção de identidade e familiaridade da narrativa, não foi interrompida ao longo das temporadas – inclusive em sua dublagem. Embora existisse a possibilidade de substituição do dublador por um jovem que correspondesse melhor à idade do ator Fred Savage, optou-se por manter a atriz original desde o início da série. Esse ato de reconhecimento e manutenção da voz dublada estabelece uma conexão contínua com o público brasileiro, reforçando a fidelidade e o engajamento daqueles que acompanharam a exibição na TV Cultura de São Paulo.

É relevante destacar que, no âmbito da dublagem, quando um profissional se destaca por seu trabalho ao substituir a voz original de um ator estrangeiro, o público que acompanhou a obra tende a associar a voz do dublador não ao seu nome, mas a personagem interpretada. Isto é, ao ouvir uma voz que remete a uma personagem específica, as pessoas usualmente não identificam a voz como pertencente ao dublador – como no caso de Angélica Santos –, mas sim a personagem, como Kevin Arnold, criando uma relação de indissociabilidade e identificação entre voz, personagem e narrativa.

Também vale mencionar que no início da década de 1990, os profissionais de dublagem no Brasil possuíam certo anonimato, pois não eram creditados na própria produção e tão pouco reconhecidos e valorizados pelo público, como acontece em muitos casos hoje, mas apenas por suas próprias vozes. A ausência de plataformas de mídia social – como as que existem neste século – limitava a visibilidade desses profissionais para o público em geral, especialmente para os entusiastas do trabalho de dublagem. Assim, era comum que o público não soubesse identificar os nomes dos dubladores responsáveis por determinados personagens, pois conheciam somente as vozes, sem associá-las aos profissionais do audiovisual por trás delas.

A promulgação da Lei n.º 12.091, de 11 de novembro de 2009, elaborada pelo deputado Clodovil Hernandes, trouxe mudanças para esse cenário. Essa legislação acrescentou ao § 1º do art. 10 da Lei de Direitos Autorais (Lei n.º 9.610/1998) a obrigatoriedade de inclusão dos nomes dos dubladores nos créditos de obras audiovisuais. Dessa forma, os profissionais de dublagem passaram a ter seus trabalhos devidamente creditados e reconhecidos pelo público, o que também permitiu um maior conhecimento e

valorização desses profissionais no cenário audiovisual e cultural brasileiro (Brasil, 2009).

Considerações finais

A dublagem desempenha um papel central na construção identitária em narrativas audiovisuais, atuando como uma ponte entre diferentes culturas e promovendo a aproximação do público com as histórias contadas. O estudo de caso, com o seriado Anos Incríveis, revela a importância de um trabalho técnico e artístico que vai além da mera tradução, envolvendo adaptação cultural, continuidade vocal e sensibilidade interpretativa. Desta forma, a dublagem emerge como um fenômeno, em que aspectos técnicos, artísticos e socioculturais convergem para adaptar e contextualizar narrativas globais.Além disso, o papel da continuidade vocal e o impacto das escolhas e do trabalho de dubladores na contribui para a experiência do espectador, muitas vezes fidelizando o público de uma série. Assim como acontece com as associações feitas a certos atores, que permanecem com a mesma voz dublada ainda que atuando em diferentes obras, e personagens ao longo do tempo, como vimos no caso da série abordada neste texto.

Por fim, reiteramos que a dublagem não deve ser considerada apenas como um processo técnico, mas como um elemento indispensável na construção da identidade cultural e para ampliação do repertório de produções audiovisuais pelo público brasileiro. O processo de dublagem promove um diálogo contínuo entre culturas, ampliando a compreensão e reafirmando a importância do audiovisual como um meio de conexão e pertencimento.

Referências

AVILDSEN, John G. (Diretor). Rocky. Estados Unidos: United Artists, 1976. 120 min., color.

BLACK, Carol; MARLENS, Neal. The Wonder Years (Anos Incríveis) (série de TV). Produção de 20th Television. Exibido originalmente de 1988 a 1993.

BOLAÑOS, Roberto Gómez. *Chapolin* Colorado (série de TV). Produção de Televisa. Exibido originalmente de 1973 a 1979.

BOLAÑOS, Roberto Gómez. Chavo del Ocho (*Chaves*) (série de TV). Produção de Televisa. Exibido originalmente de 1973 a 1980.

BRASIL. Lei Nº 22.091, de 11 de novembro de 2009. Acrescenta inciso VII ao § 2º do art. 81 da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, para incluir o nome dos dubladores nos créditos das obras audiovisuais. Senado Federal, Brasília, DF, 11 nov. 2009. Disponível em: https://legis.senado.leg.br/norma/580783. Acesso em: 14 nov. 2024.

CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano: artes de fazer. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1990.

DA REPORTAGEM. Nova série conta aventuras de um garoto de 12 anos. A Tribuna, Santos, 8 set. 1993. Seção B, p. B-4. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=153931_07&pesq=Wonder%20Years&pasta=ano%20199&hf=memoria.bn.gov.br&pagfis=87119. Acesso em: 28 out. 2024.

DUBLAPÉDIA. Página principal. Disponível em: https://dublagem.fandom.com/wiki/P%C3%A1gina_principal. Acesso em: 21 mar. 2025.

ECO, Umberto. *A inovação do seriado*. In: Sobre os espelhos e outros ensaios. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

FALAT, Carlos. Entrevista concedida a Marcio Dantas de Andrade. Google Meet, 19 jul. 2024.

FONSECA, Rodrigo. Pressão de fãs reverte a "péssima dublagem" de Tulsa King: "Só Luiz Feier dubla Sly". O Estado de São Paulo, 04 de março de 2023. Acesso em 13 out. 2024. Disponível em: https://www.estadao.com.br/cultura/p-de-pop/pressao-de-fas-reverte-a-pessima-dublagem-de-tulsa-king-so-luiz-feier-dubla-sly/

FONSECA, Rodrigo. Entrevista concedida a Marcio Dantas de Andrade. Google Meet, 23 out. 2024.

MACHADO, Nelson. Versão Brasileira. São Paulo: Editora OEM, 2017.

MELO, Matheus. Dublagem Brasileira: Uma Perspectiva Intercultural. 2024.

Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024. Acesso em 14 nov. 2024. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-19092024-135439/fr.php

MITCHELL, Jason. Television and American Culture. Nova York: Oxford University Press, 2010.

OMELETE. TikTok impulsiona dublagem nacional e conecta fãs às vozes que tanto amam. Omelete, 2024. Disponível em: https://www.omelete.com.br/mangas-animes/tiktok-impulsiona-dublagem-nacional-conecta-fas-as-vozes-que-tanto-amam. Acesso em: 21 mar. 2025.

ROCHA, Simone Maria. Estilo Televisivo. São Paulo: Editora Insular, 2016.

RODDENBERRY, Gene. Star Trek (série de TV). Produção de Desilu Productions; Paramount Television. Exibido originalmente de 1966 a 1969.

SANTOS, Maria Angélica. Entrevista concedida a Marcio Dantas de Andrade. Google Meet, 22 set. 2024.

TV HISTÓRIA. Kevin Arnold, Winnie Cooper e mais: os segredos da série Anos Incríveis que estreava há 30 anos. 2018. Disponível em: https://tvhistoria.com.br/kevin-arnold-winnie-cooper-e-mais-os-segredos-da-serie-anos-incriveis-que-estreava-ha-30-anos/#google_vignette. Acesso em: 12 dez. 2024.

VALENCISE, João Miguel. A chegada do som nos cinemas de São Paulo segundo a Folha da Manhã (1928-1933). 2012. 199 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2012. Acesso em 15 nov. 2024. Disponível em: https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/5597.