

---

**INICIACOM – REVISTA BRASILEIRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM  
COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**(e-ISSN: 1980-3494)**

**VOL. 8, Nº 3 (2019)**

**A DÉCIMA QUINTA**

Sônia Caldas Pessoa

É com prazer que apresentamos aos leitores a décima quinta edição da Revista Iniciacom, a Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social, editada pela Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Os artigos aqui publicados dialogam com a temática do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na Universidade Federal do Pará, em Belém-PA, de 2 a 7 de setembro de 2019: "Fluxos comunicacionais e crise da democracia".

Tomando fluxos como movimentos e também como modos de fazer e viver, a Intercom se propõe a abrir oportunidades para reflexões sobre a Comunicação e a Crise da Democracia. Esse amplo e importante universo de pesquisa chamou a atenção de mais de cem jovens pesquisadores, que submeteram seus trabalhos à Iniciacom por meio do sistema SEER.

Para esta edição, após avaliação de pareceristas, foram selecionados 15 artigos e uma resenha de livro que, abordam, em perspectivas transversais, a temática ora proposta.

Temos certeza de que este número, que nos brinda com a energia e a vivacidade de pesquisadores em formação, se inscreve em momento importante da pesquisa em Comunicação.

Com desejos de boa leitura,

Sônia Caldas Pessoa  
Diretora Científica Adjunta  
Intercom

---

**REVISTA INICIACOM - VOL. 8, Nº 3 (2019)**

**EXPEDIENTE**

**Editoras**

Profa. Dra. Nair Prata (UFOP)

Profa. Dra. Sônia Caldas Pessoa (UFMG)

**Comissão Editorial**

Nair Prata (UFOP): Diretora Científica da Intercom

Sônia Caldas Pessoa (UFMG): Diretora Científica Adjunta da Intercom

Roseméri Laurindo (FURB): Diretora Editorial da Intercom

Iury Parente Aragão (UNEB/FASJ): Diretor Editorial Adjunto da Intercom

Genio Nascimento (UAM): Editor Associado

Flávio Santana (UMESP): Assistente editorial

**Conselho Científico**

O Conselho Científico da Iniciacom é composto pelos coordenadores e vice-coordenadores das Divisões Temáticas do Intercom Júnior e pelas representantes da Diretoria Científica da Intercom:

Patrícia Cardoso D'Abreu (Unicarioca/UFF): Coordenadora IJ01 - Jornalismo

Hendryo Anderson André (Positivo/UFSC): Vice-coordenador IJ01 - Jornalismo

Vanessa Cardozo Brandão (UFMG): Coordenadora IJ02 - Publicidade e Propaganda

Maicon Ferreira de Souza (Unicentro/UTP): Vice-coordenador IJ02 - Publicidade e Propaganda

Fábia Lima (UFMG): Coordenadora IJ03 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional

Izani Pibernat Mustafá (UERJ): Coordenadora IJ04 - Comunicação Audiovisual

Katia de Lourdes Fraga (UFV): Vice-coordenadora IJ04 - Comunicação Audiovisual

Francisco Machado Filho (Unesp): Coordenador IJ05 - Comunicação Multimídia

Mayra Fernanda Ferreira (USC/Unesp): Vice-coordenadora IJ05 - Comunicação Multimídia

Dario Brito Rocha Júnior (Unicap): Coordenador IJ06 - Interfaces Comunicacionais

Tatiane Cruz Leal Costa (UFRJ): Vice-coordenadora IJ06 - Interfaces Comunicacionais

Suzana Cunha Lopes (UFPA): Coordenadora IJ07 - Comunicação, Espaço e Cidadania

Allysson Viana Martins (Unir): Coordenador IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Andre Kron Marques Zapani (UFPR): Vice-coordenador IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Nair Prata (UFOP): Diretora Científica da Intercom

Sônia Caldas Pessoa (UFMG): Diretora Científica Adjunta da Intercom

### **Contato Principal**

INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicações

Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros – 05415-012 – São Paulo – SP – Brasil

Fone: (11) 3596-4747/ (11) 3596-4747 / [www.intercom.org.br](http://www.intercom.org.br)

### **Secretaria Editorial**

Maria do Carmo Barbosa e Genio Nascimento

Fone: (11) 3596-4747 / (11) 3596-4747 / [iniciacom@intercom.org.br](mailto:iniciacom@intercom.org.br)

## **ARTIGOS**

---

## O interesse público do jornalismo

### The public interest of journalism

Paulo Egídio BERNARDI<sup>1</sup>  
Gabriel Ferreira da SILVA<sup>2</sup>

#### RESUMO

A partir da noção do jornalismo como uma atividade profissional, este artigo se propõe a discutir como seu caráter de interesse público tem sido abordado e quais as funções que as “obrigações especiais” (LISBOA, 2012) impostas a ele possuem em uma perspectiva da garantia de acesso à informação e colaboração para a democracia. O trabalho foi desenvolvido a partir de uma pesquisa teórica sobre o tema proposto e suas relações com o conceito de credibilidade, fator fundamental para a atuação da imprensa e do profissional jornalista. Seu conteúdo contribui para a discussão sobre a objetividade jornalística e a relevância dos meios de comunicação na sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Interesse Público; Credibilidade; Imprensa; Democracia.

#### ABSTRACT

From the notion of Journalism as a professional activity, this article propose to discuss how it's public interest have being approached and witch function that the "special obligations"(Lisboa, 2012) imposed to it have in a perspective to guarantee access to the information and collaboration to the Democracy. This essay was developed from a theoretical research about the subject and it relation with the credibility concept, fundamental factor to the performance of the media and the journalist. It content contribute to the discussion about journalistic objectivity and the media relevance in the society.

**KEYWORDS:** Journalism; Public Interest; Credibility; Press; Democracy.

## 1. INTRODUÇÃO

A discussão sobre a importância e a necessidade da prática jornalística para o sistema democrático faz com que a academia tenha que prestar contas, permanentemente, sobre as

---

<sup>1</sup> Estudante do 8º. semestre em Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) – campus Porto Alegre, e-mail: [pauloegidors@gmail.com](mailto:pauloegidors@gmail.com)

<sup>2</sup> Orientador do Trabalho. Professor de Filosofia da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), e-mail: [gferreira@unisinos.br](mailto:gferreira@unisinos.br)

---

noções de interesse público que permeiam o jornalismo e a forma como este intervém na sociedade.

Sob esta perspectiva, este artigo se propõe a identificar como os pesquisadores da comunicação relacionam a credibilidade atribuída à prática jornalística à manutenção do status de “representação da realidade” atribuído ao campo. A pretensão do autor é colaborar o entendimento sobre o reconhecimento da prática jornalística por parte da sociedade e aproximar alguns conceitos que são complementares entre si.

Para tanto, optou-se por fazer uma pesquisa teórica entre autores que tratam do interesse público, da ética e dos discursos envolvidos no processo comunicativo e suas relações com a esfera democrática.

De início, busca-se estabelecer um parâmetro para indicar qual a noção de interesse público abarcada no trabalho e suas relações com a comunicação. Em seguida, apresentam-se noções básicas sobre o contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2006) e sobre a credibilidade jornalística (BUCCI, 2000). Passa-se então, para uma reflexão que envolve as “obrigações especiais” (LISBOA, 2012) atribuídas ao jornalismo, a observação crítica esperada dos profissionais e a questão da objetividade como meta balizadora das funções do jornalista.

Por fim, há um espaço destinado aos apontamentos finais, em que se coloca em perspectiva a imprensa como um campo mediador (SILVA, 2006) e sua tarefa de atender às expectativas dos consumidores, para que continue fazendo sentido para a sociedade.

## **2. INTERESSE PÚBLICO**

Ao tratar do interesse público relacionado a comunicação, este artigo pressupõe o direito à informação como uma das garantias das sociedades democráticas, ancorado na percepção de Benetti Machado e Moreira (2005, p. 118), que defendem que “a relação entre democracia e jornalismo se estreita quando lembramos que a sociedade democrática é formada por cidadãos, e não súditos, e que o direito à informação é inerente à cidadania”.

---

A ligação umbilical entre a democracia e o jornalismo também é tratada por Soares (2009), que considera a prática jornalística como um dos instrumentos garantidores das liberdades democráticas, e vice-versa:

Se é verdade que a comunicação é importante para a democracia, em sentido contrário a existência ou não da democracia é uma condicionante decisiva da natureza da comunicação que se pratica. A linha de determinação entre os dois termos tem um vetor mais forte que vai da garantia de condições gerais da convivência democrática (vigência do Estado de Direito, liberdades públicas, garantias individuais, império da lei, etc.) em direção à comunicação (SOARES, 2009, p.124).

Levando em conta que a alçada democrática é a mais adequada para a convivência em sociedade, é cabível determinar, a priori, uma determinação de como o conceito geral de interesse público é acionado pelos jornalistas no exercício profissional, ou o que deve ser considerado no momento de fazer escolhas. Para isso, recorre-se a Borges (1996):

O interesse público, em uma ordem democrática, não se impõe coativamente. Somente prevalece, em relação aos interesses individuais divergentes, com prioridade e predominância, por ser um interesse majoritário. O interesse público e o interesse individual colidente ou não coincidente, são qualitativamente iguais; somente se distinguem quantitativamente, por ser o interesse público nada mais que um interesse individual que coincide com o interesse individual da maioria dos membros da sociedade (BORGES, 1996, p. 114).

Portanto, não há um mérito em si na evocação do interesse público ao privado, mas sim uma opção por, em um aspecto generalista, atender às maiorias em detrimento das minorias, já que, como frisa Borges (1996, p. 116), essa escolha opta por atender “à expressão positiva do bem comum”.

Do ponto de vista jornalístico, a opção pelo interesse público em detrimento do privado pode ser explicada pela inferência feita por Lisboa (2012, p. 89), que considera o interesse público como “uma espécie de justificação para a seleção dos fatos que se tornarão jornalísticos. É porque interessam à maioria que ganharão as páginas dos jornais e não o contrário”.



---

### 3. O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO E A OBJETIVIDADE

De um ponto de vista generalista, é possível identificar dois conceitos amplos sobre o jornalismo – ainda que haja interseccionalidades entre ambos. O primeiro diz respeito ao saber e à pesquisa, em que o jornalismo pode ser identificado como um campo de estudo, ou, de forma mais ampla, como uma área do conhecimento humano.

Na outra perspectiva, que é levada em conta neste trabalho, o jornalismo está mais ligado ao sentido profissional do “fazer jornalístico”, que envolve a rotina da produção e veiculação de materiais pelos veículos de imprensa e pelos meios de comunicação de massa.

Como bem aponta Charaudeau (2006), a relação dos veículos midiáticos com o receptor é estabelecida através de um contrato simbólico, que envolve o uso da linguagem para o estabelecimento da comunicação. Para o pesquisador, “a informação implica processo de produção de discurso em situação de comunicação” (CHARAUDEAU, 2006, p. 34).

A aceitação desse contrato por parte da sociedade é fundamental para a garantia da credibilidade, valor vital para o fazer jornalístico. Segundo Bucci (2000), a credibilidade é considerada um conceito fundador do jornalismo e o maior patrimônio do profissional jornalista. O pesquisador escreve: “A confiabilidade e a credibilidade advêm da atitude, em relação aos fatos e ao público, daqueles encarregados de relatar os fatos a esse mesmo público” (BUCCI, 2000, p. 52).

Já Lisboa (2012 p. 08) lembra que a credibilidade é o resultado de uma “percepção da qualidade do testemunho”. A autora explica também as particularidades acionadas pelo jornalismo em relação a esse conceito:

Por ter obrigações especiais, o jornalismo oferece garantias para a crença nos seus relatos. Isso porque nenhum indivíduo consegue reunir informação por conta própria para verificar com precisão a autenticidade de um relato. É por este motivo que as garantias oferecidas pela fonte devem suprir parte dessa necessidade de veracidade do público, premissa que integra o contrato de comunicação jornalístico (LISBOA, 2012, p. 29).

As “obrigações especiais” a que se refere o trecho acima encontram eco na afirmação de Soares (2009). O pesquisador lembra que os meios de comunicação ganharam muita

---

importância durante o século XX e que são responsáveis por disseminar representações da realidade aos consumidores de seu conteúdo. “As sociedades humanas tornaram-se largamente dependentes desses meios para construírem sua imagem do mundo, para se posicionarem perante questões, para se orientarem” (SOARES, 2009, p. 264).

Para além deste ponto de vista, é inevitável considerarmos que o jornalismo contribui tanto para a criação de uma imagética coletiva quanto na formação de pensamento do indivíduo. Por isso, pode ser entendido como uma das atividades humanas que colabora para a criação de simbolismos que dão sentido à existência. Sem eles, explica Cassier (1994, p. 72), “a vida do homem ficaria confinada aos limites de suas necessidades biológicas e seus interesses práticos; não teria acesso ao ‘mundo ideal’ que lhe é aberto em diferentes aspectos pela religião, pela arte, pela filosofia e pela ciência”.

A noção do jornalismo como criador de representações da realidade – ou propriamente um fidedigno reproduzidor das ações humanas – ganhou corpo com o advento da mídia eletrônica. Logo, suscitou na criação de uma das primeiras teorias para o estudo do jornalismo: a Teoria do Espelho, de viés positivista, inspirada nos pensamentos do filósofo francês Auguste Comte (1798-1857).

Rocha (2007) explica que essa teoria tem a objetividade como procedimento essencial, “sem o qual o jornalismo estaria condenado irremediavelmente à perda da credibilidade”.

Assim, a crença na acessibilidade da verdade absoluta, através do mito da objetividade que seria capaz de captar a informação pura, bem como a presunção de possibilidade da codificação da notícia factual perfeita, conjugaram-se para satisfazer uma expectativa social reificada de consumir os produtos jornalísticos como se fossem a própria realidade e não uma representação simbólica (ROCHA, 2007, p. 172).

Por essa lógica, quando for questionado, de alguma maneira, sobre a verossimilhança do conteúdo produzido, o jornalista tem um argumento-base para defender-se. Como aponta Tuchman (1999, p. 75), quando “atacados devido a uma controversa apresentação dos ‘fatos’, os jornalistas invocam a sua objetividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrâneo põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos”.

---

Com o avanço dos estudos sobre a comunicação e o surgimento de novas teorias, o conceito idealista de que o jornalista é um reproduzidor fidedigno da verdade começou a ser amplamente questionado. O grande confronto deu-se a partir da década de 1960 do século XX, com o debate promovido pela visão crítica da Escola de Frankfurt<sup>3</sup>.

Rocha (2007, p. 174) explica que “esta mudança de paradigma científico, conhecida como ‘guinada linguística’, representou a substituição da consciência pela linguagem, como critério de racionalidade por excelência”.

O autor avalia que a linguagem “passou a ser reconhecida como o locus onde a razão se expressa e o que distingue a humanidade da natureza”. “Com isso, passou-se a exigir que o acesso direto aos fenômenos de consciência, às representações, fosse substituído por um exame indireto, através da análise das expressões linguísticas utilizadas para transmitir pensamentos”. (ROCHA, 2007, p. 174).

Barros e Junqueira (2005, p. 33) vão mais longe, ao defenderem que os fatos não existem por si mesmos, e que se realizam a partir da observação. E, segundo os pesquisadores, “toda observação é orientada por um conjunto de representações e de esquemas, por intermédio dos quais os seres humanos percebem, interpretam, classificam, dividem, compreendem os fenômenos que têm diante de si” (BARROS; JUNQUEIRA, 2005, p. 33).

Essa observação crítica pode ser adotada também para a análise da prática jornalística moderna. Sabemos que, apesar de estar ancorado em valores de produção, o jornalismo sobre política não deixa de ter um viés de cobertura, a partir dos próprios valores intrínsecos à atividade jornalística. Cook (2011, p. 209) explica que as rotinas de trabalho dos jornalistas e do jornalismo contêm “vieses implícitos”.

Mesmo assim, não é possível identificar intencionalidades ou mesmo rompimento completo com o ideal de objetividade. Ainda, portanto, que haja algum favorecimento em algum momento, isso não significa, necessariamente, que há preferência direta em se evidenciar uma força ante outra.

---

<sup>3</sup> Caracterizada por Antunes e Ramos (2000) como “uma teoria social (originada de um projeto científico, filosófico e político denominado ‘Filosofia Social’) batizada de ‘Teoria Crítica’ caracterizada: pela tarefa de revitalização do materialismo dialético; pela “missão histórica” de contribuir para a emancipação da humanidade; pelas críticas das ciências e das filosofias e pelo questionamento da dinâmica histórica do século 20 (marcado por grandes mudanças estruturais e políticas); e pelas diversas posições teórico-filosóficas e prático-políticas dos teóricos que a representaram”.

---

Ao tratar sobre as especificidades do jornalismo político, Cook (2011, p. 207) destaca que “simplesmente mostrar que um ator político recebeu consistentemente cobertura mais favorável que outro não significa que a organização noticiosa é tendenciosa – implícita ou explicitamente – a favor ou contra um ou outro”. Isso porque, durante a rotina de trabalho, “a busca de histórias e eventos dignos de virarem notícias não favorece igualmente todos os atores políticos em todas as questões” (COOK, 2011, p. 209).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Tendo em conta que o fazer jornalístico é tomado por vieses e que as limitações e escolhas linguísticas definem o conteúdo, o que difere a instituição da imprensa de simples propagadores de narrativas ou mesmo de outros grupos de interesse?

Nesse ponto, retomamos a explicação de que o jornalismo tem um certo poder canalizador de organizar e mediar manifestações e de sublinhar temas considerados relevantes. Sob essa perspectiva, Silva (2006, p. 45) descreve a imprensa como um “campo mediador de interações e inflexões entre os mais variados campos e recortes dos espaços que compõem o espaço social”.

Esse entendimento se complementa com a posição de Benetti Machado e Moreira (2005, p. 118), que avaliam que “a relação entre democracia e jornalismo se estreita quando lembramos que a sociedade democrática é formada por cidadãos, e não súditos, e que o direito à informação é inerente à cidadania”.

A partir dessas noções, o profissional jornalista, ainda que submetido a pressões, envolto por diversos interesses e ideologias e mesmo ciente de que não é capaz de “espelhar a realidade”, deve continuar buscando como referência a objetividade. Mesmo que difícil de alcançar, ela é a responsável pela formação do “ethos pré-discursivo” (LISBOA, 2012) do jornalismo, que buscam responder à expectativa dos leitores, de que a representação de conteúdo apresentada chegue o mais próximo possível do acontecimento.

---

## REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Márcia do Nascimento V.; RAMOS, Luís Marcelo Alves. **Conhecendo os caminhos da teoria crítica**. ETD-Educação Temática Digital, v. 2, n. 1, 2000, p. 200-235.
- BARROS, Antônio; JUNQUEIRA, Rogério. A elaboração do projeto de pesquisa. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicações**. São Paulo: Atlas, 2005.
- BENETTI MACHADO, Marcia; MOREIRA, Fabiane. **Jornalismo e informação de interesse público**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, n. 27, 2005.
- BORGES, Alice Gonzales. Interesse público: um conceito a determinar. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 205, p. 109-116, jul. 1996. ISSN 2238-5177. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/46803/46180>>. Acesso em: 30 mai. 2019.
- BUCCI, Eugenio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.
- CASSIER, Ernest. **Ensaio sobre o homem**. Lisboa: Guimarães Editores, s/d, 1994.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 203-247, 2011.
- LISBOA, Sílvia. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor**: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: 2012. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/54507>>. Acesso: 8 set. 2018.
- ROCHA, Heitor Costa Lima da. Verdade e rigor no Jornalismo: A intersubjetividade como referência na construção da notícia. **Estudos em Comunicação**, n. 2, p. 171-183, 2007.
- SILVA, Luiz Martins. Jornalismo, espaço público e esfera pública, hoje. **Comunicação e Espaço público**. Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Ano IX, nº 1 e 2, 2006.
- SOARES, Murilo César. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.
- TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico. In: TRAQUINA, Nelson (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

---

**As Opressões nas Rondas Policiais contra a Comunidade LGBTQ+ e a Ideologia de Subversão durante o Regime Militar (1964-1985)**

**The Oppressions in the Police Rounds against the LGBTQ + Community and the Ideology of Subversion during the Military Regime (1964-1985)**

Geovanne Patrick Martins FLORES<sup>4</sup>  
Cláudia MAUCH<sup>5</sup>

**RESUMO**

O presente artigo discute sobre as operações policiais realizadas durante o regime militar (1964-1985) contra os segmentos da comunidade LGBTQ+, a fim de compreender como a ideologia de subversão contribuiu para que as repressões contra homossexuais e travestis se intensificassem durante esse período. Assim, além do diálogo com autores que discutem as perseguições jurídico-policial e a tentativa de patologização de grupos minoritários e autores que debatem a influência da comunicação em massa no controle social, foram utilizados o método bibliográfico e a análise documental. Posteriormente, evidenciou-se o papel da profissão de Relações Públicas durante o regime militar e sua capacidade de exercer uma mudança social.

**PALAVRAS-CHAVE:** LGBTQ+; Regime Militar; Comunicação Social.

**ABSTRACT**

This article discusses the police operations carried out during the military regime (1964-1985) against segments of the LGBTQ + community in order to understand how the ideology of subversion contributed to the intensification of repressions against homosexuals and transvestites during this period. Thus, in addition to the dialogue with authors who discuss legal-police persecution and the attempt to pathologize minority groups and authors who debate the influence of mass communication in social control, the bibliographic method and documentary analysis were used. Subsequently, the role of the Public Relations profession during the military regime and its capacity to exert social change was evidenced.

**KEYWORDS:** LGBTQ+; Military Regime; Social Communication.

**1. INTRODUÇÃO**

---

<sup>4</sup> Estudante do 4º. semestre do curso de Comunicação Social - habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e-mail: [contatogeovannemartins@gmail.com](mailto:contatogeovannemartins@gmail.com)

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social - habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e-mail: [claudia.mauch@ufrgs.br](mailto:claudia.mauch@ufrgs.br)

A motivação para a elaboração deste artigo origina-se, primeiramente, pelo interesse e empatia dos autores à comunidade LGBTQ+ e as dificuldades históricas enfrentadas durante o regime militar, em específico pelos homossexuais e as travestis, ao serem categorizados como subversivos, bem como as diversas operações e rondas policiais organizadas por segmentos jurídico-policial que tinha como finalidade a inibição de uma organização dessa minoria. Este artigo, portanto, possui objetivo de investigar e compreender os motivos que levaram tal comunidade a ser perseguida durante o Regime Militar (1964-1985) em operações e rondas policiais.

Dentro desta perspectiva, é fundamental gerar o entendimento e a criação de uma relação mais próxima com a história de resistência desse grupo frente às opressões sofridas durante esse período histórico e como tais acontecimentos ainda são pertinentes em nossa sociedade atual. Na esfera da comunicação social é necessário incentivar uma aproximação dos profissionais de relações públicas, publicidade e propaganda e jornalismo com a causa para fomentar o propósito de trabalhar para a inclusão e a visibilidade desse grupo minoritário. No âmbito acadêmico, o artigo pretende proporcionar uma reflexão acerca das realidades sociais históricas enfrentadas pela comunidade e das dificuldades enfrentadas dentro deste contexto sociocultural historicamente pautado pela hierarquização e preconceito, permeada por conceitos fascistas e heteronormativos.

O artigo constitui-se a partir do método bibliográfico com teor descritivo e explicativo. Utilizamos para coleta das informações a técnica de análise documental com o objetivo de complementação da entrevista. “[...] é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário” (MOREIRA, 2009, p. 272).

## **2. A IDEOLOGIA DE SUBVERSÃO DURANTE O REGIME MILITAR (1964-1985)**

Durante a década de 1960, o Brasil vivenciava um contexto político de autoritarismo, repressão, cassação de liberdades democráticas, moralismo extremista que fixava diversos valores conservadores e que dificultavam a organização de diversos movimentos sociais que visavam a visibilidade de camadas sociais e a liberdade de expressão. A Ditadura Militar

(1964-1985) utilizou de um aparato de repressão política bastante sofisticado, fundado em uma estrutura que possuía diversos níveis e que compunha a utopia autoritária que acreditava que era possível tornar o Brasil um país de grande potência, mas que para isso era necessário eliminar ou corrigir os “obstáculos” que impediam o país de crescer culturalmente e economicamente (FICO, 2015).

Fico (2015) elucida que a estrutura de repressão política empregada pelos militares era composta pela polícia política (composta pelos DOI-Codi), a espionagem (organizada a partir de vasta rede de órgãos de informação), a censura política e moral, a propaganda política e o julgamento sumário de supostos corruptos. Todo esse aparato era formado por duas dimensões: 1) a dimensão saneadora e 2) a dimensão pedagógica. A dimensão saneadora tinha como função prender, interrogar, torturar e assassinar os inimigos do regime. Já a dimensão pedagógica era o conjunto de crenças extremistas que os militares acreditavam ser os fatores que delongavam o crescimento do Brasil.

Essas crenças seriam a de que o país era despreparado por possuir - na visão dos militares - políticos civis corruptos; brasileiros que se deixavam ser levados pela demagogia e pelo populismo; jovens que estariam sujeitos às influências vindas das mudanças de costumes (drogas, liberdade sexual, etc.). A dimensão saneadora, juntamente com a dimensão pedagógica, formou o “cimento ideológico” que dará forças para que se forme a utopia autoritária que violava direitos humanos (FICO, 2015).

O homem comum, por causa da pobreza e do analfabetismo, não praticaria regras básicas de civilidade, não conheceria, sequer, normas mínimas de higiene e, sobretudo, não seria capaz de votar. Daí que esses grupos buscaram “educar” a sociedade. [...] por meio da censura do cinema, do teatro, da música e da TV (que coibia tudo que parecesse aos censores “atentado à moral e aos bons costumes”) e da propaganda política (que promovia campanhas de utilidade pública ensinando o brasileiro a ser limpo, dirigir civilizadamente e votar corretamente). Disciplinas de “Educação Moral e Cívica” tornaram-se obrigatórias em todos os níveis de ensino (FICO, 2015, p. 14-15).



Desse modo, a homossexualidade será reconhecida no regime militar como uma manifestação da subversão. Segundo o dicionário Michaelis On-Line<sup>6</sup>, a palavra subversão significa: 1) ato ou efeito de subverter(-se); 2) ato ou efeito de derrubar ou destruir, destruição, queda; 3) perversão moral; 4) insubordinação ou revolta contra a autoridade, as leis, as instituições., contra as regras vigentes e aceitas pela maioria. Esse ato de subversão que os homossexuais cometiam (relacionar-se com parceiros do mesmo sexo), na concepção dos militares, colocava toda a sociedade em constante perigo. Isso porque a luta por reconhecimento social e pelos direitos LGBTQ+ representava uma exaltação não apenas dessa camada social, mas também de outros movimentos sociais (feminismo, movimento negro, campanha pró-anistia e outros) que aliaram-se pelo reconhecimento e pela democracia política (COWAN, 2015). E é por isso que, segundo Cowan (2015), as forças armadas de segurança monitoraram e policiaram a homossexualidade.

Seguindo tendências históricas, nacionais e internacionais, ideólogos da segurança dos anos 1960 teorizaram o homossexo como parte de uma série de ameaças degenerativas à segurança nacional anticomunista. Nos finais do regime autoritário, estas ansiedades sobre homossexualidade chocaram-se e recombinaaram com a oposição reacionária à abertura e aos movimentos sociais em si. [...] Nas duas perspectivas, homossexualidade foi associada com ameaças ao estado, à sociedade e à segurança nacional, que augurariam dissolução social e, no contexto da Guerra Fria, o triunfo da subversão comunista (COWAN, 2015, p. 29-30).

Os espaços de sociabilidade frequentados por LGBTQ+ eram constantemente vigiados por órgãos de poder do regime militar que viam nesses lugares (bares, boates e saunas) um ambiente de atos imorais, obscenos e atentatórios ao pudor. No seu artigo, Morando (2015) relata diversos locais que eram frequentados por jovens, estudantes, artistas, intelectuais, boêmios e, principalmente, pessoas da comunidade. Tais locais de sociabilidade tinham como proposta a liberdade de expressão e festas temáticas (Le Mocó), outros eram apenas locais que possuíam frequentadores homossexuais e as travestis (Bucheco, Nosso Encontro, Enternd's Bar, dentre outros) e todos eles tiveram seus estabelecimentos fechados por cassação de

---

<sup>6</sup> MICHAELIS. **Moderno Dicionário da Língua Portuguesa**. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/subversao/>. Acesso em: 20 maio. 2018.

---

alvarás, por serem considerados “indecorosos” ou por, supostamente, possuir presença de menores.

O fato é que nesses ambientes de sociabilidade LGBTQ+ não havia apenas indivíduos com a intenção de diversão, mas sim, o desejo deles de romper os obstáculos que o regime militar institucionalizava àqueles que eram considerados “anormais”. Esse ato de buscar e fechar tais estabelecimento que tivesse um nicho conglomerado (festas de fantasia, bares, saunas e afins) dessa minoria, tinha como finalidade impedir uma formação de uma representatividade que poderia gerar um movimento social que reivindicaria a liberdade expressão e uma política de democracia.

Essas ações cíclicas e de efeito quase nulo, pois são recorrentes e apelam para os mesmos argumentos morais, obtendo os mesmos resultados - demarcam o que se tentou delinear no breve espaço deste texto: elas convergiam para um campo ideológico cuja base era a repressão ao “desviante” como forma de sanear o espaço urbano e a convivência social. [...] A repressão a esse segmento seguiu diretrizes municipais - incentivadas pelo discurso de defesa dos bons costumes, da moralização, da preservação das famílias - às quais foram sobrepostas diretrizes alinhadas com o pensamento conservador gerado a partir do movimento golpista de 1964 por meio dos departamentos de censura e da força policial (MORANDO, 2015, p. 79).

Para o Regime Militar, a vigilância sobre a comunidade LGBTQ+ era necessária pois a homossexualidade era um movimento visível que se preocupava não apenas com suas próprias necessidades, mas também com questões sobre direito e identidade e para os militares isso representava um desvio. Um desvio não só sexual, mas também um desvio cultural e moral que faria com que ocorresse o triunfo da subversão (COWAN, 2015).

### **3. A OPERAÇÃO LIMPEZA E AS RONDAS POLICIAIS**

Durante o Regime Militar (1964-1985) organizaram-se diversas operações e rondas policiais que tinham como objetivo inibir a circulação da comunidade LGBTQ+ - principalmente os homens homossexuais e as travestis - em locais públicos. Essa iniciativa de representantes do funcionalismo judiciário-policial procurava, a partir de leis e portarias que

---

regulamentavam certas atividades artísticas, o fechamento de bares e boates que possuíam como público esse grupo minoritário e, tais operações eram vistas como uma alternativa de manter o saneamento e a limpeza de vias públicas (MORANDO, 2015).

Uma das iniciativas mais conhecidas do judiciário-policial contra homossexuais e travestis durante o Regime Militar é a Operação Limpeza. A Operação Limpeza era o conjunto de diversas operações e rondas policiais em diversas cidades do Brasil. Entretanto, a operação vai ganhar maior notoriedade na capital de São Paulo e que teve como comandante o delegado José Wilson Richetti. Tal ação tinha como objetivo prender homossexuais, travestis, prostitutas e michês que circulavam pelo centro da cidade. O aparato policial era apoiado pelo governo de Paulo Maluf, pelos veículos de comunicação (O Estado de S. Paulo e a Folha de S. Paulo) e por parcelas da sociedade da época (OCANHA, 2015).

A ostensiva perseguição organizada pelo delegado é notória quando em 1980 ele assume a Delegacia Seccional Centro - órgão responsável por todas as delegacias da área central de São Paulo - e anuncia a primeira operação em combate aos “subversivos”: a Operação Cidade. A Operação Cidade foi a primeira grande operação de rondão e que tinha como objetivo a limpeza da cidade, anunciada por José Wilson e composta de 20 delegados e 100 investigadores que atuavam disfarçados 24 horas por dia (OCANHA, 2015).

Descrevendo sobre a Operação Cidade, Ocanha (2015) expõe que uma das primeiras iniciativas do delegado foi a destruição do Hotel do Carlinhos era localizado na Rua Aurora, região central de São Paulo. Richetti acreditava que o dono do hotel era bandido e que o local era um antro de homossexuais e que nele o dono do estabelecimento praticava a corrupção de menores<sup>7</sup>. A destruição do hotel teve o apoio da vizinhança que organizou um abaixo-assinado com 400 assinaturas e que serviu de base para que o hotel fosse destruído. Como elucidada OCANHA (2015, p. 162) “a justificativa apresentada pelo delegado mostra os objetivos de atacar hotéis frequentados por homossexuais”.

O fechamento e destruição de locais frequentados por homossexuais e travestis, evidenciam o apoio que Richetti tinha das associações comerciais e de moradores que

---

<sup>7</sup> Folha de S. Paulo, 27 de maio de 1980, p. 11.

---

propiciavam a continuação das operações policiais de combate ao trottoir<sup>8</sup> e em áreas frequentadas por homossexuais (OCANHA, 2015). Em uma de suas declarações, o delegado se vangloria em ter detido 600 homossexuais em apenas uma ronda policial.<sup>9</sup>

Ribeiro (1995) ao estudar sobre os processos criminais de acusação de homicídios e tentativa de homicídio julgados no 1º Tribunal do Júri da cidade do Rio de Janeiro nas décadas de 1900 a 1930, elucida que o processo penal brasileiro está dividido em duas partes: o primeiro é o *inquisitorial* representado pelo trabalho dos policiais nas ruas e nas delegacias, e a outra seria *acusatorial*, representada pelo trabalho de magistrados e advogados. Trazendo essa análise para o assunto deste tópico do artigo, a operação limpeza e as rondas policiais, podemos concluir que a fase inquisitorial era fundamental para efetuar as prisões arbitrárias contra os homossexuais e as travestis. Já que é na fase inquisitorial que, sem acusação formal, os envolvidos não possuem direito à defesa e a polícia pode efetuar seus indiciamentos com juízo de valor.

A fala moralizante do Regime Militar possibilitou a construção de um discurso em que os homossexuais e as travestis fossem vistos como imorais e suscetíveis a marginalização. Esse discurso era reforçado por grandes veículos de comunicação que propiciaram papel de fala para o delegado que em diversos momentos, descritos por Ocanha (2015), reafirmou suas operações policiais como uma forma de manter a moralidade e os bons costumes. “As detenções em massa noticiadas pela imprensa propiciavam uma teatralização que dava a impressão de que a polícia estava agindo” (OCANHA, 2015, p. 171).

Diversos grupos de interesse procuram através das áreas de comunicação social obter controle social e exercer uma maior influência, seja ela através da produção de impacto no gosto estético popular ou no controle da formação das formas de comportamento. Tal realidade não é uma novidade para graduandos e profissionais de relações públicas.

Cada vez mais, os principais grupos de poder, entre os quais o mundo do negócio organizado (organized bussiness) ocupa a posição de maior destaque, vêm adotando técnicas de manipular o público de massa (mass public) através de propagandas, ao invés de empregar meios mais diretos de

---

<sup>8</sup> Palavra de origem francesa que significa calçada, destinado à movimentação dos pedestres e que, geralmente, é utilizada para a prática de prostituição.

<sup>9</sup> Folha de S. Paulo, 30 de junho de 1980, p. 05.

---

contrôle. As organizações industriais [...] preocupam-se com requintados programas de “relações públicas”; colocam extensos anúncios de grande impacto nos jornais do país; patrocinam numerosos programas radiofônicos; organizam competições a base de prêmios, sob a orientação dos conselheiros de relações públicas; estabelecem fundações de beneficência e apóiam as causas meritórias (LAZARFELD; MERTON, 1982, p. 106).

Esse cenário histórico, descrito anteriormente, evidencia o fato de que o profissional de Relações Públicas, historicamente, teve como base de sustentação o funcionalismo, frequentemente vinculado com o desenvolvimento capitalista (CÉSAR, 1999). Contudo é necessária uma reflexão não só sobre o lucro monetário que este profissional gera, mas também o papel que ele realiza como fator de mudança social. É indispensável que haja, por parte desse profissional de comunicação, uma autocrítica referente à sua performance ao intervir em determinado contexto social.

[...] a teoria dialética que fundamenta a nova proposta de relações públicas comunitárias parte da análise do conflito para buscar em suas raízes sociais, culturais e econômicas as razões e formas de superá-lo, através de um processo constante de criação de novas possibilidades de relacionamento social. A dialética vê na relação de conflito o ponto de partida para a renovação social, uma vez que do confronto entre as partes contrárias, faz emergir uma nova realidade, e que será novamente superada, num vaivém constante, tal como é a dinâmica social (CÉSAR, 1999, p. 94).

A ideologia de subversão era difundida através de grandes veículos de comunicação, como Folha de S. Paulo e o Estadão (OCANHA, 2015). Colunistas disseminavam opiniões ofensivas à homossexuais e as travestis e as autoridades jurídicas, como o próprio Richetti, expressavam suas visões pessoais sobre a comunidade LGBTQ+ de forma à legitimar suas operações que violavam os direitos humanos dessa população. Através dessas declarações em veículos de comunicação, os cidadãos sentiam-se refém da suposta “ameaça” de subversão e incentivaram tais repressões ao grupo em questão. Contudo, era vantajoso para o Regime Militar que a população não compreendesse o contexto de marginalização e invisibilidade dessa população pois isso retirava a responsabilidade de políticas públicas do governo com tal segmento. “Não basta omitir informações ou proibir manifestações; é necessário também propagar informações e oferecer atos públicos em lugar daqueles informes que foram

---

suprimidos e daquelas reuniões que forem proibidas” (ANDRADE, 1983, p. 28). Esse tipo de manipulação é algo que, infelizmente, está relacionado com a origem de Relações Públicas em nosso país.

A origem da profissão, no Brasil, ocorreu no começo dos anos 60 onde o nosso país saiu de uma política democrática para uma política ditatorial. É nesse momento que surge, no governo Costa e Silva, a AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas) criada em 15 de janeiro de 1968 por meio do decreto lei nº 62.119, com o objetivo de centralizar os órgãos governamentais de propaganda, estabelecendo um canal de comunicação entre o governo e a sociedade, além de desconstruir a imagem negativa que a opinião pública possuía do governo através da persuasão (GONÇALVES; ALMEIDA; OLIVEIRA, 2011). Tal contexto histórico da profissão de relações públicas evidencia a afirmação de Lazarsfeld e Merton (1982, p. 106) que “aquêles que pretendem controlar as opiniões e crenças de nossa sociedade utilizam-se cada vez menos da força física, e cada vez mais da persuasão em massa”.

A comunicação está estritamente ligada aos veículos midiáticos e como tais veículos podem exercer - de maneira positiva ou não - influência na opinião pública. Portanto, é necessário alimentar um debate que gerará uma análise mais aprofundada sobre como nós, graduandos e profissionais da comunicação, podemos exercer nossa profissão sem precisar utilizar de manipulação ou falta de uma verídica transparência pública.

Percebe-se que a perpetuação desse discurso moralizante do Regime Militar e de José Wilson Richetti em suas operações policiais, incentivados pelo governo, a mídia e os cidadãos brasileiros, proporcionaram a construção de uma representação precipitada sobre a comunidade LGBTQ+ atrelando suas práticas sexuais e suas identidades de gênero à prostituição e a atos de criminalidade. É relevante observar que discursos efetuados por representantes do judiciário-policial possuem grande peso em nossa sociedade, exercendo grande influência no coletivo social contribuindo para que o padrão heteronormativo predomine, invisibilizando as diversidades e retirando seus papéis de fala.

As ações dos representantes oficiais do direito seriam condicionadas pelas estruturas e ideais dominantes na sociedade e vice-versa. O direito não é apenas um “reflexo” das normas e valores vigentes na sociedade,

---

mas também possui força normatizadora e contribui para a formação de novos valores e representações sociais (RIBEIRO, 1995, p. 23).

#### **4. OS RESQUÍCIOS**

O discurso moralizante do Regime Militar que categorizava a comunidade LGBTQ+ e outros movimentos sociais como subversivos evidencia a constante tentativa de invisibilizar uma organização dessas minorias que reivindicavam liberdade de expressão, políticas públicas e democracia. Becker (2008) afirma que todos os grupos sociais fazem regras que definem situações e tipos de comportamentos a elas apropriados. Essas regras podem ser formalmente aplicadas na forma de lei e quem irá aplicá-las seria o Estado. Entretanto aqueles que fogem a essas regras são categorizados como outsiders e assim irão ser reconhecidos como desviantes.

Podemos tomar como análise o contexto social em que ocorreram as operações e rondas policiais contra homossexuais e travestis. O grupo social predominante pregava um discurso fascista e heteronormativo em que discutir os papéis de gênero e a sexualidade não era uma opção. Além disso, a ressecção de direitos civis, a falta de democracia e a falta de liberdade de expressão acirrava os debates ideológicos e a divergência de opiniões não era bem vista. Logo, os integrantes da comunidade seriam os outsiders já que eles não se encaixavam nas categorias padronizante da época.

Becker (2008) vai afirmar que no meio científico existem diversas concepções que procuram definir os outsiders. Entretanto, ele evidencia duas principais: 1) considerada pelo autor a concepção mais simples de desvio e é essencialmente estatística definindo como desviante tudo que varia excessivamente em relação a média. “De maneira semelhante podemos descrever como desvio qualquer coisa que difere do que é mais comum. Nessa concepção, ser canhoto ou ruivo é desviante, porque a maioria das pessoas é destra e morena” (BECKER, 2008, p. 18). Conseqüentemente, ser homossexual é considerado desviante já que perante a sociedade a maioria possui o comportamento heterossexual. 2) a concepção considerado pelo autor, menos simples só que mais comum é o desvio identificado como algo essencialmente patológico, onde supostamente a causa do desvio é uma “doença”.

O comportamento de um homossexual ou de um viciado em drogas é visto como o sintoma de uma doença mental, tal como a difícil cicatrização dos

machucados de um diabético é vista como um sintoma de uma doença [...] A metáfora médica limita o que podemos ver tanto quanto a concepção estatística. Ela aceita o julgamento leigo de algo como desviante e, pelo uso de analogia, situa sua fonte dentro do indivíduo, impedindo-nos assim de ver o próprio julgamento como parte decisiva do fenômeno (BECKER, 2008, p. 19 e 20).

As conclusões de Becker (2008) referente às concepções sobre outsiders são pertinentes. Não é de agora que a população LGBTQ+ é vítima de preconceitos institucionalizados tanto na esfera política quanto na esfera científica. Ocanha (2015) vai demonstrar que na esfera política a lei da vadiagem servia para reprimir diversos segmentos desse grupo, especificamente, as travestis que em situação de marginalização não conseguiam provar sua subsistência legalmente através de um trabalho regulamentado na carteira de trabalho. “Portanto, ter uma carteira de trabalho assinada, antes de tudo, significava que o trabalhador havia passado por um ritual burocrático que envolvia uma série de documentos” (OCANHA, 2015, p. 155).

Já na esfera científica, Ocanha (2015) detalha um estudo de criminologia sobre as travestis que foi publicado na revista Arquivos da Polícia Civil e que foi realizado sob a gestão do Cel. Erasmo Dias na Secretaria de Segurança Pública. Logo, a tentativa de rotular determinado segmento como algo patológico não é de hoje. Se considerarmos que em 1952, a Associação Americana de Psiquiatria publicou no Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, que a prática homossexual era uma desordem. Apesar deste estudo ter sido refutado por falta de comprovação, a mesma tentativa de patologia à segmentos LGBTQ+ ocorreu em 1977 quando a Organização Mundial de Saúde incluiu o “homossexualismo” na classificação internacional de doenças (CID). Somente em 1990 que a homossexualidade é retirada da lista e não mais considerada uma doença. É por isso que o dia 17 de maio, data em que a OMS fez tal mudança, é considerado o Dia Internacional contra a Homofobia<sup>10</sup>.

Ao olharmos essas fontes, corremos o risco de achar que tais acontecimentos ocorreram no passado e que essas tentativas patológicas de categorizar a diversidade de

---

<sup>10</sup> SANTOS, Fábio. Homossexualidade não é doença segundo a OMS; entenda. **Terra**, São Paulo, 2011. Disponível em: <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude/ha-21-anos-homossexualismo-deixou-de-ser-considerado-doenca-pela-oms.0bb88c3d10f27310VgnCLD100000bbceeb0aRCRD.html>. Acesso em: 21. jun. 2018.



gênero e sexual em algo passível de ser “curável” é algo distante da realidade de hoje. Entretanto, somente em 2018 que a transsexualidade foi retirada da lista de doenças mentais da Organização Mundial da Saúde (OMS) e tal conquista só entrará em vigor em 2022<sup>11</sup>.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste artigo teve como objetivo refletir sobre as operações policiais realizadas durante o regime militar (1964-1985) contra os segmentos da comunidade LGBTQ+, buscando compreender como a ideologia de subversão contribuiu para que as repressões contra homossexuais e travestis se intensificassem durante esse período. Logo, podemos concluir que tal invisibilidade dessa população no Brasil possui uma carga histórica longa e árdua. Não podemos construir um ambiente de comunicação e debate sobre esses temas sem ter um conhecimento histórico para analisar que, as opressões sofridas por essas minorias em nossa sociedade é algo que não é de agora. Tal desigualdade de direitos possui uma origem e isso afeta até hoje esse grupo social. Trazer em debates esses temas para a área de comunicação é incentivar uma reflexão sobre qual o papel do comunicador frente à marginalização e repressão de minorias. Já afirmava Ribeiro (2010, p. 36) “transgredir é dar voz à luta contra a opressão social causada pelas categorias fixas de masculinidade e feminilidade, contra a imposição obrigatória da vinculação entre sexo e gênero”.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para entender relações públicas**. São Paulo: Loyola, 1983.
- BECKER, Howard S. **Outsiders: estudos de sociologia do desvio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- CÉSAR, Regina Célia Escudero. As relações públicas frente ao desenvolvimento comunitário. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 2, n. 32, p. 89 - 112, 1999.
- COWAN, Benjamin. Homossexualidade, ideologia e “subversão” no regime militar. In: GREEN, James N; QUINALHA, Renan. **Ditadura e homossexualidades: repressão, resistência e a busca pela verdade**. São Paulo, SP: EdUFSCar, 2015.

---

<sup>11</sup> REDAÇÃO. OMS tira transsexualidade da lista de transtornos mentais. **Veja**, São Paulo, 20 jun. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/oms-tira-transsexualidade-da-lista-de-transtornos-mentais/>. Acesso em: 21 jun. 2018.

---

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

FICO, Carlos. **História do Brasil contemporâneo: da morte de Vargas aos dias atuais**. São Paulo: Contexto, 2015.

GONÇALVES, Alana Sdroievski; ALMEIDA, Barbara Terra Parra de; OLIVEIRA, Jéssica Danielle Lazzarom de. A Comunicação Institucional do Governo Militar: A Assessoria Especial de Relações Públicas e a Revista Manchete. In: XXI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 2011. Londrina. **Anais [...]**. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2011.

LAZARSELD, Paul F; MERTON, Robert K. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro, RJ: Editora Paz e Terra, 1982.

MICHAELIS. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/subversão/>>. Acesso em: 20 maio. 2018.

MORANDO, Luiz. Por baixo dos panos: repressão a gays e travestis em Belo Horizonte (1963-1969). In: GREEN, James N; QUINALHA, Renan. **Ditadura e homossexualidades: repressão, resistência e a busca pela verdade**. São Paulo, SP: EdUFSCar, 2015.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

OCANHA, Rafael Freitas. As rondas policiais de combate à homossexualidade na cidade de São Paulo (1976-1982). In: GREEN, James N; QUINALHA, Renan. **Ditadura e Homossexualidades: repressão, resistência e a busca pela verdade**. São Paulo, SP: EdUFSCar, 2015.

REDAÇÃO. OMS tira transsexualidade da lista de transtornos mentais. **Veja**, São Paulo, 20 jun. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/oms-tira-transsexualidade-da-lista-de-transtornos-mentais/>. Acesso em: 21 jun. 2018.

RIBEIRO, Carlos Antonio Costa. **Cor e criminalidade**. Estudo e análise da justiça no Rio de Janeiro (1900-1930). Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

RIBEIRO, Irineu Ramos. Limiar dos Gêneros. In: RIBEIRO, Irineu Ramos. **A TV no Armário: a identidade gay nos programas e telejornais brasileiros**. São Paulo, SP: GLS, 2010, p. 29-47.

SANTOS, Fábio. Homossexualidade não é doença segundo a OMS; entenda. **Terra**, São Paulo, 2011. Disponível em: <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude/ha-21-anos-homossexualismo-deixou-de-ser-considerado-doenca-pela-oms,0bb88c3d10f27310VgnCLD100000bbcceb0aRCRD.html>. Acesso em: 21 jun. 2018.

---

## Os Reflexos de Controle e Censura no Telejornal Repórter Brasil

### The Reflexes of Control and Censorship in the Teleporter Reporter Brazil

Acsa Roberta Macena da SILVA<sup>12</sup>  
Ana Maria da Conceição VELOSO<sup>13</sup>

#### RESUMO

O trabalho discute as principais contribuições do governo de Michel Temer (2016-2018) para o Sistema Público de Comunicação do país. Foi realizado um estudo de caso da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) com base em denúncias de censura a autonomia dos profissionais da emissora, sobretudo durante a cobertura da Reforma Trabalhista, votada e aprovada no Congresso Nacional em 2017. Os percursos metodológicos da pesquisa foram conduzidos essencialmente por análise de documentos e realização de entrevistas em profundidade a funcionários e pesquisadores da comunicação pública no Brasil. Os principais resultados apontam para o desvio de um dos princípios que deve nortear uma emissora pública de comunicação: autonomia editorial.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sistema Público de Comunicação; Complementariedade dos Sistemas; Empresa Brasil de Comunicação; Michel Temer; Reforma Trabalhista.

#### ABSTRACT

The paper discusses the main contributions of the government of Michel Temer (2016-2018) to the Public Communication System of the country. A case study of Empresa Brasil de Comunicação (EBC) was carried out based on denunciations of censorship of the broadcasting professionals' autonomy, especially during the coverage of the Labor Reform, voted and approved in the National Congress in 2017. The methodological paths of the research were conducted essentially through document analysis and in-depth interviews with public communications officials and researchers in Brazil. The main results point to the deviation of one of the principles that should guide a public broadcaster of communication: editorial autonomy.

**KEYWORDS:** Public Communication System; Complementarity of the Systems; Brasil Communication Company; Michel Temer; Labor Reform.

---

<sup>12</sup> Mestranda do Curso de Comunicação do PPGCOM -UFPE, e-mail: [acsamacena7@gmail.com](mailto:acsamacena7@gmail.com)

<sup>13</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da UFPE, e-mail: [velosoanam@gmail.com](mailto:velosoanam@gmail.com)

---

## 1. INTRODUÇÃO

Apesar do sistema público não ser entendido e reconhecido por grande parte da população brasileira é ele que pode oferecer complemento à programação das emissoras comerciais, ampliando a diversidade de conteúdo e a pluralidade dos atores envolvidos na sua produção e veiculação (MENDEL; SALOMON, 2011, p. 45). Esse serviço, valorizado nas melhores democracias, surgiu majoritariamente na Europa. Já em países da América Latina como o Brasil, ainda não o pertence uma emissora com autonomia e independência editorial, sem interferência do Estado e do mercado econômico. Isso porque a concentração de concessões de radiodifusão é, inclusive, apoiada pelo Estado, apesar de possuir vedação constitucional<sup>14</sup>.

O coronelismo eletrônico<sup>15</sup> e a propriedade cruzada, que é a posse de jornais, canais de televisão e rádio por um mesmo grupo empresarial, também são fenômenos presentes no cenário da radiodifusão brasileira. Parte considerável das concessões de rádio e TV pertencem a parlamentares que apesar de ser alvo de ações do Ministério Público Federal, mantêm uma posição ilegal diante do que também prevê a Constituição Brasileira<sup>16</sup> acerca das atividades dos senadores e deputados. A existência de um sistema público de comunicação está previsto no artigo 223 da Constituição Federal (1988). A lei compreende a Complementariedade dos sistemas comercial, público e estatal na resolução das comunicações e só após relevantes debates sociais, com maior efervescência nos anos 2000, abriu-se o espaço para a apresentação do projeto de criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) no final de 2007.

Apesar de seu atraso de 60 anos em relação à mídia comercial, a emissora representava algo novo para a comunicação social do país. Alguns dos objetivos traçados para a EBC foi

---

<sup>14</sup> O artigo 220 da Constituição Federal do Brasil (1988) prevê que os meios de comunicação social não podem direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

<sup>15</sup> No país, trinta e dois deputados e oito senadores possuem concessão de serviços de rádio e televisão, segundo dados apresentados pelo Intervozes (2016), através da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=29753>. Acesso em: 20 abril 2018.

<sup>16</sup> Sob o risco de perder o mandato, deputados e senador federal não poderão firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público ou ser proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada.

---

“fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação” (Lei 11.652/2007). Contudo, apesar do sistema público de comunicação ser considerado, inclusive por instituições internacionais, como um dos pilares centrais em uma sociedade democrática são muitos os fenômenos que têm minado sua existência no país.

Os riscos que os governos impõem à autonomia e oferecimento do conteúdo das emissoras públicas pode ser mais bem entendido num documento articulado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). A instituição considera que se trata de uma “tendência natural de querer influenciar ou controlar os meios de comunicação, e sempre é mais fácil exercer essa influência sobre as emissoras públicas do que sobre as comerciais” (MENDEL; SALOMON, 2011, p. 46).

Uma das primeiras medidas de Michel Temer ao assumir a presidência foi extinguir o Conselho Curador, órgão representativo da sociedade civil, através da Medida Provisória (MP) 744/2016. Dessa forma, iniciou-se uma nova reestruturação na Empresa Brasil de Comunicação (EBC) que colocou em risco a própria lei de criação da emissora, que deveria servir para a construção de um espaço voltado à promoção da cidadania e interesse público.

Apesar da medida ter entrado em vigor em setembro de 2016, ainda é possível perceber o desdobramento de acontecimentos que incidem sobre a empresa. Assim, o objetivo deste trabalho é compreender como se manifestam na emissora os princípios que devem nortear uma empresa pública de comunicação. Para isso, a revisão bibliográfica, análise documental, realização de entrevistas em profundidade a funcionários da empresa e pesquisadores da área se tornaram etapas cruciais para a compreensão da problemática. A utilização de documentos como a Carta Aberta dos Trabalhadores da EBC, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e trechos da Constituição Federal referente ao sistema público de radiodifusão se fizeram necessários para subsidiar a discussão.

## **2. COMUNICAÇÃO PÚBLICA E A COMPLEMENTARIEDADE DOS SISTEMAS NO BRASIL: DA LUTA AO ESPAÇO VAZIO**

---

Diante das inúmeras formulações teóricas sobre Comunicação Pública, é possível se deparar com alguns termos semelhantes, tais como sistema público ou serviço público. Jaramillo López, pesquisador da Universidade Externado da Colômbia, considera um dos aspectos da Comunicação Pública com base na participação da sociedade. Ele argumenta que é

um conjunto de temas, definições, fatos e metodologias referentes à forma como os sujeitos lutam por intervir na vida coletiva e na evolução dos processos políticos provenientes da convivência com o outro, por participar da esfera pública, concebida como o lugar de convergência das distintas vozes presentes na sociedade (JARAMILLO LOPEZ, 2012, p. 55).

Já Brandão (2006) apresenta contribuições de Pierre Zémor em sua obra *La Communication Publique* (1995). Entre as finalidades da Comunicação Pública estão:

a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); d) acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social (ZEMOR, 1995, p. 5, tradução da autora).

Outra conceituação importante é a do pesquisador Eugênio Bucci, que foi presidente da antiga estatal Radiobrás. Para ele, a questão é ainda mais ampla:

(...) a que se dá na esfera pública, seja para construir bens públicos (política), para incidir na agenda pública (midiática), para fazer a comunicação das entidades do Estado com a sociedade (estatal), para construir sentido compartilhado ao interior da organização (organizacional), ou como resultado das interações próprias dos movimentos sociais (da vida social) (BUCCI, 2015, p. 44).

No Brasil, existe uma linha tênue na diferenciação do sistema público, estatal e privado. O princípio da Complementariedade dos Sistemas que foi introduzido no Capítulo da Comunicação, no artigo 223 da Constituição Federal, abriu espaço para muitas interpretações e disputas que se estendem até hoje. Na época, o deputado Arthur Távola foi o responsável

---

pela mudança. Para Venício Lima (2011), o objetivo do constituinte era corrigir o desequilíbrio histórico existente entre esses sistemas, com a óbvia hegemonia do sistema privado. No país, a diferenciação sobre o que se esperar acerca do sistema público, privado, e estatal, respectivamente, só foi mais bem fundamentado na I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), realizada em Brasília, em dezembro de 2009:

O primeiro deve ser entendido como aquele integrado por organizações de caráter público geridas de maneira participativa a partir da possibilidade de acesso universal do/a cidadão/s a suas estruturas dirigentes e submetido a controle social. O segundo deve abranger todos os meios de entidades privadas em que a natureza institucional e o formato de gestão sejam restritos, sejam estas entidades de finalidade comercial ou não comercial. O terceiro deve compreender todos os serviços e meios controlados por instituições públicas vinculadas aos poderes do Estado nas três esferas da Federação (CONFECOM, 2010, p. 27).

Apesar de reunir diversos setores da sociedade para a discussão acerca dos caminhos da comunicação do país, Venício Lima (2013) recorda que a Confecom foi “boicotada, combatida e satanizada pelos principais grupos de mídia do país e teve todas as suas propostas transformadas em autoritárias, obscurantistas e de controle da mídia” (LIMA, 2013, p.69). Apesar das 600 propostas aprovadas, entre elas “bandeiras importantes das organizações da sociedade civil, como a divisão do espectro em 40% dos canais para o sistema público; 40% para o sistema privado e 20% para o sistema estatal” (VALENTE, 2013, p.41), após a realização do evento não houve mobilização do governo federal para implantar as resoluções do encontro.

### **3. PRINCIPAIS INVESTIDAS AO CARÁTER PÚBLICO DA EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (2016-2018)**

A Empresa Brsil de Comunicação foi concretizada com a união da estatal Radiobrás e a Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp) através da Lei 11.652/2007. O documento previa a existência de um Conselho Curador para representar a sociedade,

---

deliberar propostas da diretoria executiva e observar a linha editorial da emissora, além de cumprir os princípios assegurados em sua lei.

Com a Medida Provisória 744/2016 do governo Temer, o Conselho que era formado por 22 membros, entre os quais 15 representantes da sociedade civil, 4 do Governo Federal, 2 do Congresso Nacional (Câmara e Senado) e 1 dos funcionários da EBC foi destituído. A MP é uma espécie normativa, cujo protagonista é o Chefe do Executivo, e a única exigência que leva a sua edição são os casos de relevância e urgência.

Para os pesquisadores no campo jurídico, a medida não é justificável porque “ao invés de fortalecer o sistema público o fragiliza, aproximando-o do sistema estatal, dando verdadeira “marcha à ré” na busca do redesenho imposto pela Constituição” (ALARCÓN; STROPPIA, 2016, p. 4). Além disso, a série de acontecimentos que põe em risco a autonomia dos profissionais da empresa passou a se tornar denúncias recorrentes. Em abril de 2017, os trabalhadores da EBC elaboraram uma carta aberta denunciando as práticas de censura e assédio enfrentadas diariamente:

(...) Um exemplo simbólico aconteceu no dia 15 de março, Dia Nacional de Paralisações contra a reforma da previdência e trabalhista, no qual, diferente da tradição estabelecida na EBC, os jornalistas receberam a ordem de focar sua cobertura nas consequências sobre o trânsito (FENAJ, 2017).

A perseguição e censura aos funcionários ainda foram apontadas em nota de repúdio pelo Sindicato dos Jornalistas e Radialistas em junho de 2017, assim como pelo Ministério Público do Trabalho no mês seguinte. Na ocasião, foi “confirmado o assédio moral em caso anteriormente apurado e que, nos últimos meses, outras denúncias chegaram à Comissão de Ética. A empresa já responde a processos judiciais relacionados ao objeto do inquérito”. (MPT-DF, 2017)

A problemática da comunicação pública no Brasil ganhou destaque a nível internacional entre os relatores da Organização das Nações Unidas, que considerou as medidas adotadas pelo governo Temer como “passos negativos para um país conhecido pelo sólido compromisso com a liberdade de opinião e expressão” (ONU News, 2016). A situação foi também apontada pela Repórteres Sem Fronteiras. A ONG destacou que a ingerência do



governo sobre a independência da comunicação pública pode colaborar com a estagnação do país no Ranking inferior da instituição, “uma classificação que não é digna da maior democracia do continente sul americano” (RSF, 2017).

Ainda em novembro de 2017, os funcionários da Empresa Brasil de Comunicação deflagraram uma greve em defesa da comunicação pública do país. O movimento foi contra a falta de reajuste salarial e os cortes de benefícios. De acordo com o Sindicato de Jornalistas e Radialistas do Distrito Federal, a greve também teve como foco o repúdio dos trabalhadores contra a contínua prática de assédio e censura pelos dirigentes da empresa.

Já em fevereiro de 2018, um contrato de R\$1,8 milhões firmado entre a EBC e a Agência Nacional de Águas (ANA) levantou discussões sobre a autonomia editorial da empresa. No acordo, a empresa deveria cobrir o Fórum Mundial da Água somente com matérias positivas ao Ministério do Meio Ambiente. Ainda em março de 2018, os trabalhadores afirmam ter recebido a orientação da gerência para reduzir a cobertura sobre a morte da ex-vereadora do Rio de Janeiro Marielle Franco, pois, segundo a direção<sup>17</sup>, o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) estaria tirando proveito do momento. Ainda em 2018, a Federação Nacional dos Jornalistas<sup>18</sup> criticou o plano de realinhamento da estratégia da empresa, apresentado pela gestão da EBC. Mais uma vez a diretoria declarou que a “TV Brasil não dispenderá esforços na captação e produção de conteúdos do Estado”, papel que deveria ser desempenhado apenas pela estatal NBR, criada para atender a divulgação das ações do governo federal e cobrir os atos oficiais.

#### **4. ANÁLISE: A COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES CONTRÁRIAS A REFORMA TRABALHISTA**

A qualidade do conteúdo de uma emissora pública está relacionada a não subordinação ao governo. Diante das insatisfações dos funcionários já apontadas nesse trabalho, procuramos entender como os funcionários da Empresa Brasil de Comunicação avaliaram a

---

<sup>17</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/jornalistas-da-ebc-sao-orientados-para-reduzir-cobertura-da-morte-de-marielle-22509680>. Acesso em: 18 de jun. de 2018.

<sup>18</sup> Disponível em: <http://fenaj.org.br/de-forma-ilegal-governo-e-direcao-da-ebc-querem-tornar-agencia-brasil-e-tv-brasil-orgaos-governamentais-e-liquidar-de-vez-a-comunicacao-publica/>. Acesso em: 24 mai. 2018.

cobertura jornalística da emissora sobre uma das principais medidas do governo de Michel Temer que chamou a atenção do país. Ainda em julho de 2017 foi sancionada a Reforma Trabalhista, uma medida que alterou bruscamente a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). Ela foi votada e aprovada em regime de urgência num período de seis meses. Entre as principais alterações estava a prevalência do negociado sobre o legislado, que prevê qualquer acordo entre patrão e empregado independente do que a lei diz.

Pontos de inconstitucionalidade da reforma foram elencados e reunidos em um relatório elaborado pela Ordem de Advogados Brasileiros (OAB) e também pelas entidades de maior representatividade da Sociedade Civil no âmbito jurídico trabalhista. Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT)<sup>19</sup>, órgão vinculado a Organização das Nações Unidas (ONU), a reforma trabalhista viola também os seus princípios.

#### **4.1 Autonomia X Censura: um recorte das entrevistas aos funcionários da EBC**

Apesar da missão da Empresa Brasil de Comunicação estar atrelada ao oferecimento de “mecanismos para o debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional”, o posicionamento dos funcionários diante da cobertura foi de desgosto. A carta aberta dos trabalhadores da EBC, articulada na Assembleia Nacional em abril de 2017, tornou pública a insatisfação com a interferência editorial na cobertura jornalística das manifestações contrárias à Reforma Trabalhista.

Sabemos que tudo isso tem um motivo político principal, o de impedir a cobertura de manifestações da sociedade contrárias ao governo, dessa forma desrespeitando a própria razão de ser da EBC, expressa na sua criação, com o princípio de ‘autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão’. Este fato tem relação com a Medida Provisória (MP) do governo Temer que retirou dispositivos que garantiam esta autonomia (FENAJ, 2017).

Para compreendermos melhor o grau de autonomia dos profissionais da empresa e de que maneira essa denúncia de ingerência se manifestou durante a cobertura da reforma,

---

<sup>19</sup> Disponível em: [http://www.trtsp.jus.br/geral/tribunal2/LEGIS/CLT/OIT/OIT\\_154.html](http://www.trtsp.jus.br/geral/tribunal2/LEGIS/CLT/OIT/OIT_154.html). Acesso em: 20 out. 2017.

realizamos entrevistas presenciais em profundidade, por telefone e e-mail a funcionários e pesquisadores da comunicação pública do país. É a entrevista em profundidade que permite explorar “dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação” (GASKELL, 2008, p. 65).

Os profissionais são dois repórteres e um editor de texto do telejornal Repórter Brasil. Eles preferiram não se identificar por receio de perseguições da direção da empresa. Já os pesquisadores foram Laurindo Lalo Leal, primeiro ouvidor<sup>20</sup> da EBC, atualmente professor da Universidade de São Paulo (USP), e Jonas Valente, ex-editor do telejornal Repórter Brasil e integrante do grupo de produções acadêmicas do coletivo Intervezes.

A realização de entrevista com os profissionais do noticiário se deu por ser um dos programas carro-chefe da emissora. Na criação do telejornal ficou definido que seu foco seria o cidadão e que “sua pauta teria que ir além da cobertura convencional” (MIGUEL; SANTANA, 2011, p. 77). Entre suas normatizações, estaria “a isenção, o pluralismo, a boa apuração e a lealdade aos fatos” (Ibidem). No entanto, como adianta E01,

A cobertura das manifestações contra a reforma trabalhista pareceu-me ter se restringido à exibição dos atos em si, sem aprofundamento e detalhamento das pautas levantadas pelos movimentos populares. O formato mais explorado foi a “lapada” nacional, em que rápidos clipes das manifestações realizadas em diversas cidades são reunidos em um único VT, coberto com *off's* simplistas e genéricos como “protestavam contra as reformas trabalhista e previdenciária e contra o governo Temer” (ENTREVISTADO 02).

E03 recorda que a cobertura do telejornal público não cumpriu seu papel na diferenciação do conteúdo veiculado pela mídia privada:

Colocam-se pessoas afetadas pela greve reclamando, mas não as reivindicações dos grevistas. A EBC pública, nesse aspecto, não se diferenciou da mídia privada e seguiu a linha adotada pelos principais veículos de comunicação do país, de focar nas reclamações das pessoas prejudicadas pela greve e apenas citar, rapidamente, no texto e não com a fala dos grevistas, as reivindicações (ENTREVISTADO 03).

---

<sup>20</sup> Sua principal finalidade, segundo a Lei Nº 11.652/2007, é permitir que o cidadão exerça seu direito de crítica, reclamações, sugestões e elogios sobre o conteúdo da emissora, sem impedimentos ou discriminações.

Diante da responsabilidade inerente ao telejornal (VIZEU, 2002) na formação da opinião pública com os principais fatos do dia, o pesquisador Laurindo Lalo Leal acredita que a mídia pública “tem que ter uma linha editorial que esteja sempre ao lado da grande maioria da população e não ao lado das camadas dominantes da sociedade”<sup>21</sup> (FILHO, 2017). A insatisfação dos funcionários com a linha editorial que a empresa tem adotado é apontada também pelo o coordenador do Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal (SJDF) Gésio Passos, que trabalha como repórter da Rádio Nacional da EBC. Ele esclarece que as denúncias dos empregados chegam ao sindicato diariamente e pontua que o ataque da empresa aos empregados representa a violação de princípios constitucionais do país:

Quando a empresa ataca os empregados ela está atacando os seus próprios princípios. Isso representa a falta de compromisso de uma empresa pública de comunicação com os dispositivos que norteiam a democracia do país, tais como as leis, o próprio empregado e a sua própria legislação que garante o respeito aos direitos humanos. Com a descaracterização da própria empresa pela mudança na lei, se criou um clima de perseguição, um clima de censura dentro das redações dos veículos públicos que impede o livre exercício profissional do jornalista. Antes havia interferência do planalto, mas era muito menor do que é hoje. O discurso das chefias é que não existe diferença entre comunicação pública e estatal, que é tudo a mesma coisa (PASSOS, 2017).

Já as contribuições trazidas pelo pesquisador Jonas Valente remetem a problemática desses conflitos como disputas políticas presentes tanto nas emissoras públicas como privadas. Valente considera que a mídia pública está inserida numa luta pelo consenso, que na verdade é:

A disputa pelo que vai ser a linha editorial daquilo, no momento em que o Estado como uma correlação de forças que até o presente momento no capitalismo tem tido uma correlação de forças conservadoras, da burguesia, da classe que domina a outra classe. No momento que você tem que diminuir o Estado, porque a economia está ruim, essa emissora pública está fazendo a mesma comunicação que as emissoras privadas que também estão ligadas a essa classe (VALENTE, 2017<sup>22</sup>).

---

<sup>21</sup> Entrevista concedida a pesquisadora em setembro de 2017, Recife.

<sup>22</sup> Entrevista concedida a pesquisadora em abril de 2017, Lisboa.

---

E02 ainda relembra que

a cobertura política e de temas ligados ao governo federal - incluindo indicadores nacionais, políticas públicas, etc - sempre foram temas sensíveis no Repórter Brasil. Ou seja, sempre havia a sensação, entre os profissionais envolvidos, de se estar pisando em ovos. Por várias vezes, deixou-se de noticiar pautas negativas para o governo assim que o assunto repercutia em âmbito nacional (ENTREVISTADO 02).

Ao abordar a pluralidade como um dos pilares na relação entre o jornalismo e democracia, a pesquisadora Carina Benedeti (2009) nos permite considerar que a liberdade de informar e de oferecer conteúdo capaz de orientar o público de forma coerente é imprescindível para a atividade jornalística.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As contribuições da gestão do governo Temer ao fortalecimento do caráter público da Empresa Brasil de Comunicação se mostram anacrônicas ao proposto na sua criação. Ir de encontro aos funcionários da empresa é como desconstruir a promoção do livre exercício da profissão e, sobretudo, os princípios do Manual de Jornalista, que orienta a “observância de preceitos éticos no exercício do jornalismo e a autonomia para definir a produção, programação e veiculação de seus conteúdos” (BEIRÃO, 2013, p. 23).

Além disso, a ausência de um Conselho Curador, encarregado também de observar a existência de interferências editoriais que intimidem a autonomia dos profissionais nos faz indagar sobre o que pode assegurar a boa prática jornalística na empresa. A exoneração do Conselho, órgão eleito democraticamente e responsável por propiciar a participação da sociedade civil na instituição põe em risco o próprio caráter público da emissora.

Os conflitos editoriais que envolveram profissionais da comunicação na representação midiática de fatos que marcaram o país nos leva a considerar que a presença de um conselho com representatividade civil seria capaz de contribuir para debates acerca da linha editorial a ser adotada por noticiários como o Repórter Brasil. É propício então ressaltar a necessidade da sua restituição, sendo assim possível garantir o intermédio dos constrangimentos profissionais

---

na empresa, assim como assegurar a observância dos preceitos do sistema público de comunicação na emissora.

Ainda se faz notar que o nosso campo de estudos está intimamente relacionado à produção de sentidos e enquadramentos da realidade que contribuem para a formação da opinião pública. Nesse sentido, é necessário que a cobertura da mídia pública vá além da oferecida pela comercial. Que seja capaz de construir um espaço de pluralidade no tratamento das informações, caso contrário, a violência simbólica (BOURDIEU, 1989) é latente. Compreendida como um poder invisível, entendemos que a violência simbólica no Repórter Brasil pode não ser percebida de forma nítida, mas se faz presente quando os princípios da comunicação pública são deformados na emissora.

## REFERÊNCIAS

ALARCÓN, Pietro de Jesús; STROPPA, Tatiana. A inconstitucionalidade da Medida Provisória 744, o princípio da complementariedade e o desmonte da comunicação pública brasileira. Disponível em: <http://emporiiodireito.com.br/a-inconstitucionalidade-da-medida-provisoria-744-o-principio-da-complementariedade-e-o-desmonte-da-comunicacao-publica-brasileira-por-pietro-de-jesus-lora-alarcon-e-tatiana-stroppa/>. Acesso em: 20 mai. 2017.

BENEDETI, Carina Andrade. **A qualidade da informação jornalística**: do conceito à prática. Florianópolis: Insular, 2009.

BRASIL. Lei Nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2007-2010/2008/lei/111652.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/111652.htm). Acesso em: 23 ago. 2018.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília: Senado, 1988.

BEIRÃO, Nereide. Manual de Jornalismo da EBC: Somente a Verdade. Brasília, 2013. Disponível em: [http://www.ebc.com.br/institucional/sites/institucional/files/manual\\_de\\_jornalismo\\_ebc.pdf](http://www.ebc.com.br/institucional/sites/institucional/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf). Acesso em: 12 set. 2018.

BORDIEU, Pierre. **O poder Simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. 1989, Lisboa.

CAVALCANTI, Hylda. Rede Brasil Atual. Conteúdo da EBC sobre Fórum Mundial da Água terá que passar pelo crivo do governo. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/politica/2018/02/conteudo-ebc-forum-mundial-agua-crivo-do-governo>. Acesso em 12 de jun. 2018.

CONFECOM, Conferência Nacional de Comunicação. Caderno da 1ª Conferência Nacional de Comunicação. 2010. Disponível em: <http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/publicacoes/comunicacao/caderno-propostas-1a-confecom>. Acesso em 04 set. 2017.

---

CARTA Aberta dos trabalhadores da EBC. **Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ)**. Disponível em: <http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2017/04/Carta-Aberta-dos-trabalhadores-da-EBC.pdf>. Acesso em: 19 mai. 2018.

RAIO X da Ilegalidade: Políticos donos da mídia no Brasil. **Intervozes**. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=29753>. Acesso em: 20 abr. 2018.

LIMA, Venício. **Regulação das Comunicações: História, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

MENDEL, Tony; SALOMON, Eve. **O ambiente regulatório para a radiodifusão: uma pesquisa de melhores práticas para os atores-chave brasileiro**. Unesco, 2011.

EBC é notificada para combater assédio moral. **MPT-DF**. Disponível em: <https://mpt.jusbrasil.com.br/noticias/480387483/ebc-e-notificada-para-combater-assedio-moral?ref=serp/>. Acesso em: 29 abril 2017.

RELATORES da ONU preocupados com o que chamam de interferência na EBC. **Onu News**. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2016/06/1555461-relatores-da-onu-preocupados-com-o-que-chamam-de-interferencia-na-ebc>. Acesso em: 29 dez. 2017.

O Brasil amarga a 103ª colocação no Ranking Mundial da Liberdade de Imprensa. **RSF, Repórteres Sem Fronteira**, 2017. Disponível em: <https://rsf.org/pt/noticia/o-brasil-amarga-103a-colocacao-no-ranking-mundial-da-liberdade-de-imprensa>. Acesso em 26 abr. 2017

Trabalhadores da EBC em greve fazem ato em defesa de direitos e contra o racismo. **Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Distrito Federal**, 2017. Disponível em: <http://www.sjpdf.org.br/noticias-teste/3512-greve-ebc-ato-ministerio-planejamento>. Acesso em: 24 nov. 2017.

SJPDF, Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Distrito Federal. Nota em repúdio a mudanças na EBC, que caracterizam práticas de censura. 2017. Disponível em: <http://www.sjpdf.org.br/noticias-teste/3343-nota-em-repudio-a-mudancas-na-ebc-que-caracterizam-praticas-de-censura>. Acesso em: 15 jun. 2017.

VALENTE, Jonas. **Coleção o que saber – Regulação democrática dos meios de comunicação**. São Paulo, 2013.

VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo, audiência e ética**. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2017.

---

**Impeachment de Dilma Rousseff: uma análise da Folha de S. Paulo online**

**Impeachment of Dilma Rousseff: an analysis of Folha de S. Paulo online**

Sara Larissa Xavier PEREIRA<sup>23</sup>  
Rute Damaris da Silva FREITAS<sup>24</sup>

**RESUMO**

Através da Análise Crítica do Discurso, este trabalho investiga como Dilma Rousseff foi representada na *Folha de S. Paulo online* durante o impeachment. Tal orientação teórico-metodológica foi adotada com o objetivo de evidenciar os discursos utilizados para construir a imagem da presidente. Após a análise, inferimos que, de acordo com os textos da Folha de S. Paulo, o comportamento e personalidade de Dilma foram fatores determinantes durante o processo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Dilma Rousseff; impeachment; análise crítica do discurso; Folha de S. Paulo.

**ABSTRACT**

Through critical discourse analysis, this paper investigates how Dilma Rousseff was represented in *Folha de S. Paulo online* during the process of impeachment. Such theoretic-methodological orientation was adopted with the objective to evidenciate the discourses utilized to build the president image. After the analysis, we infer that Dilma's behavior and personality were determinative factors during the process of impeachment, according with the texts of *Folha de S. Paulo*.

**KEYWORDS:** Dilma Rousseff; impeachment; critical discourse analysis; Folha de S. Paulo.

**1. INTRODUÇÃO**

Em 31 de agosto de 2016, o Senado Federal aprovou o pedido de impeachment contra Dilma Rousseff, que foi afastada definitivamente da presidência após ter sido eleita pela primeira vez em 2010 e reeleita em 2014. Durante o processo de julgamento, a ex-presidente

---

<sup>23</sup> Estudante do 6º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI), e-mail: [saraxavierpereira@gmail.com](mailto:saraxavierpereira@gmail.com)

<sup>24</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI), e-mail: [rute.damaris@hotmail.com](mailto:rute.damaris@hotmail.com)



---

foi pauta em diversos veículos de comunicação, como a *Folha de S. Paulo*, um dos jornais de maior circulação do país.

Para alcançar o propósito de analisar como Dilma foi representada durante o processo de impedimento, é necessário que a primeira etapa da pesquisa seja a delimitação quanto ao meio de comunicação. Levando em conta o grande número de veículos que noticiaram o impeachment, a pesquisa limitou-se a estudar as matérias da *Folha de S. Paulo online*.

O grupo *Folha* foi fundado em 1921, na cidade de São Paulo (SP). A *Folha de S. Paulo* é uma das publicações do grupo e possui versão *online* e impressa. Em 2018, o jornal ficou em segundo lugar na circulação total, com 310.677 exemplares impressos, de acordo com o Índice Verificador de Comunicação (IVC). Já a *Folha de S. Paulo online* teve média de 19,5 milhões de visitantes únicos mensais, segundo a ComScore, empresa de monitoramento de audiência da internet<sup>25</sup>.

Após a primeira etapa, a segunda determinação é quanto às datas. O artigo delimitou-se a observar as matérias publicadas durante o ano de 2016. Os meses selecionados foram os de abril, data em que os deputados federais aprovam o prosseguimento do processo de impeachment, e agosto, período em que Dilma teve o seu mandato cassado.

A perspectiva adotada durante a pesquisa é a da Análise Crítica do Discurso (ACD), uma vez que permite estudar a linguagem como prática social, considerando a relação que existe entre a linguagem e o poder. A abordagem metodológica em questão “preocupa-se não apenas com as relações de poder no discurso, mas também com a maneira como as relações de poder e a luta de poder moldam e transformam as práticas discursivas de uma sociedade ou instituição” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 58).

Para Resende e Ramalho (2006), a construção de significado depende não só do que está explícito em um texto, mas também do que está implícito. Nesse panorama, a ACD se mostra como uma opção para os estudos comunicacionais, em especial o trabalho aqui desenvolvido, pois permite analisar diferentes perspectivas do tecer da narrativa que a priori podem se demonstrar imparciais diante do tema abordado.

---

<sup>25</sup> Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/economia/o-globo-o-jornal-que-mais-cresceu-em-2018-23400125>>. Data de acesso: 23 de junho de 2019.

Para cumprir o intuito do artigo, a contextualização do impeachment é feita para apresentar o momento político que a pesquisa se dispôs a estudar. Em seguida, o discurso das mídias, sob a ótica da Análise Crítica do Discurso, é exposto para então apontar as matérias selecionadas da *Folha de S. Paulo online* e partir para a análise.

## 2. CONTEXTUALIZAÇÃO POLÍTICA

Em 2010 Dilma Vana Rousseff e seu vice Michel Temer<sup>26</sup> foram eleitos com 56,05% dos votos válidos. Durante as eleições de 2014, Dilma venceu o candidato Aécio Neves<sup>27</sup> com 51,64% dos votos e foi reeleita para o segundo mandato como presidente.

O objetivo do governo Rousseff era eliminar o rentismo com a dívida pública e pressionar o aumento do investimento produtivo e em infraestrutura (BASTOS, 2017, p. 3). Entretanto, como aponta Reis (2016), a popularidade da então presidente passou a declinar durante o segundo mandato por conta do enfraquecimento do PIB. Com a crise econômica gradativamente instaurada, a população passa a se movimentar:

O avanço do populismo de direita no Brasil contava com a revolta de camadas médias impensadas pelo custo dos serviços privados, pela carência de empregos e pelo avanço dos de baixo, pelo qual culpavam o populismo e a demagogia dos políticos que compravam apoio popular com políticas sociais que elas custeavam (BASTOS, 2017, p. 35).

Em consequência das investigações da Operação Lava-Jato<sup>28</sup>, o Partido dos Trabalhadores (PT), do qual Dilma fazia parte, perdeu grande popularidade<sup>29</sup>. Além disso, “o governo estava enfrentando dificuldades na gestão macroeconômica, o que acabou gerando uma contraofensiva conservadora” (CONTRI, 2014, p. 2). O envolvimento do PT com a

---

<sup>26</sup> Deputado do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e vice-presidente de Dilma Rousseff, que assumiu após o impeachment.

<sup>27</sup> Candidato à presidência do Partido da Social Democracia Brasileira (PSBD) em 2014, perdeu por 48,36% e liderou diversas ações com o intuito de criminalizar o resultado das eleições e a chapa vencedora.

<sup>28</sup> Operação realizada pela Polícia Federal que teve início em 2014 e busca desvendar um esquema de lavagem de bilhões de reais em propina entre empreiteiras e políticos.

<sup>29</sup> O PT e o ex-presidente Lula foram um dos principais personagens da operação e, como sucessora de Lula, Dilma teve o seu nome associado aos supostos escândalos de corrupção, o que motivou uma forte manifestação de revolta na população.

---

Lava-Jato, os conflitos sociais e a dificuldade em conciliar os interesses da população surgiram em um momento complicada para o governo Rousseff:

No plano da relação entre Estado e movimentos populares, a pressão por bens públicos e direitos sociais manifesta, por exemplo, nas jornadas de junho de 2013, empurrava uma agenda de reivindicações de gasto público que dificilmente poderia ser atendida sem aumento da dívida pública, pressão “populista” para redução da taxa de juros e/ou uma reforma tributária que eliminasse privilégios empresariais (BASTOS, 2017, p. 04).

Em 2 de dezembro de 2015 o presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha<sup>30</sup>, autorizou a abertura do processo de impeachment. Em março do ano seguinte, foi aprovado o pedido da criação Comissão Especial do Impeachment, responsável por analisar o pedido na Câmara. O pedido foi realizado por Miguel Reale, Hélio Bicudo e Janaína Paschoal<sup>31</sup>. Nesse cenário, “a operação Lava-Jato minou os arranjos políticos tradicionais que contribuíram para a governabilidade dos governos petistas, além de reforçar a perda de popularidade do governo” (BASTOS, 2017, p. 05).

Após a aprovação de Eduardo Cunha, o processo foi encaminhado aos demais parlamentares. Para a continuidade do impedimento, era necessário 2/3 dos votos dos 513 deputados, ou seja, 342 votos. Em 17 de abril, os deputados federais aprovaram o impeachment na Câmara, com 367 pronunciamentos a favor.

A fim de que a destituição de Dilma fosse efetivada, eram necessários 51 senadores favoráveis. Dessa forma, em 6 de maio de 2016, o Senado autorizou a abertura do processo de impeachment, com 55 votos favoráveis.

No dia 12 do mesmo mês, Dilma foi afastada de seu cargo por 180 dias devido à instauração do processo de julgamento, já que “o cenário de crise fiscal, inflação acima da meta, recessão econômica e perda de popularidade da presidente Dilma tolheu a capacidade de persuasão de seu Governo junto ao Congresso Nacional” (REIS, 2016, p. 26).

Durante o julgamento, Dilma Rousseff foi processada por edição de decretos de crédito suplementar e pedaladas fiscais. Diante desse cenário, 8% da população aprovavam e

---

<sup>30</sup> Deputado federal do PMDB e presidente da Câmara dos Deputado até 2016, quando teve o seu cargo e mandato cassados por estar sendo investigado pela Operação Lava-Jato.

<sup>31</sup> Juristas responsáveis pelo protocolo que deu início ao processo de impeachment em 2015.

---

71% reprovavam o governo Rousseff. Em um período de grande insatisfação popular, a etapa final do julgamento do impeachment teve início no dia 25 do mesmo mês. Dilma teve o seu mandato cassado em votação no plenário do Senado em 31 de agosto. Entretanto, foi mantido os seus direitos de exercer cargos públicos em uma segunda votação.

### **3. DISCURSO DAS MÍDIAS**

Muito se discute sobre o papel da mídia na sociedade. Alguns acreditam que o seu dever seja informar, mediar os acontecimentos ou até mesmo formar opiniões. De fato, “toda sociedade tem necessidade de uma mediação social, de um sistema de valores mais ou menos mitificados que deve ser partilhado pelo conjunto de membros da comunidade” (CHARAUDEAU, 2006, p. 281). Para desempenhar tais funções, os meios de circulação são necessários.

A eclosão da internet facilitou o surgimento de novas formas de propagação, além da televisão, rádio e o impresso. Devido a facilidade de difusão, a mídia de notícias adentra no “negócio competitivo de recrutar leitores, telespectadores e ouvintes em um contexto de mercado no qual suas vendas ou seus índices são decisivos para a sobrevivência” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 143). Para conquistar o público, os meios de comunicação precisam adotar estratégias de disseminação:

Para satisfazer esse princípio de emoção, a instância midiática deve proceder a um a encenação sutil do discurso de informação, baseando-se, ao mesmo tempo, nos apelos emocionais que prevalecem em cada comunidade sociocultural e no conhecimento dos universos de crenças que aí circulam - pois as emoções não são um infável aleatório (CHARAUDEAU, 2006, p. 90).

Apesar da função de informar o cidadão através da imparcialidade, a estrutura midiática “oferece imagens e categorias para a realidade; posiciona e molda os sujeitos sociais e contribui principalmente para o controle e a reprodução social” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 202). Essas opiniões manifestadas através dos textos, ou até mesmo por meio das variações sutis e seus significados, possuem capacidade de influenciar (VAN DIJK, 2005, p. 123).

---

Para Charaudeau, no entanto, as mídias não são uma instância de poder, já que “as mídias manipulam tanto quanto manipulam a si mesmas e para manipular, é preciso um agente da manipulação que tenha um projeto e uma tática, mas é preciso também um manipulado” (CHARAUDEAU, 2006, p. 18).

Assim, alguns grupos são afetados por contas de representações que pressupõem julgamentos sobre o que estas pessoas são ou o que fazem, de acordo com Resende e Ramalho (2006). As mídias impõem o que constroem do espaço público, já que o discurso carrega crenças e convicções do enunciador.

#### 4. ANÁLISE

Para investigar o discurso da Folha de S.Paulo *online*, quatro matérias foram utilizadas na análise. Os meses selecionados são os de abril e agosto, já que foram os períodos em que o prosseguimento do processo de impeachment foi aprovado pelos deputados federais e o mandato de Dilma foi cassado, respectivamente. A delimitação da quantidade de matérias foi necessária para que o texto não se prolongasse. Dito isso, as matérias selecionadas são as que permitiram uma exploração maior do discurso da Folha, seja por conta do tamanho ou do próprio conteúdo.

A análise tem início com a matéria de título “Dilma encara provável discurso final como presidente com ‘alívio’” publicada em 29 de agosto de 2016. No trecho “cercou-se de pessoas que diziam ‘sim’ para tudo o que ela ordenava, que tinham medo de seus **famosos ataques de fúria quando confrontada** e que não puderam evitar que esse comportamento fizesse ruir também seu relacionamento com o Congresso” (FOLHA DE S. PAULO, 2016, grifo nosso), é possível inferir que os ataques de fúrias de Dilma Rousseff e o medo que as pessoas ao seu redor tinham destes são apresentados como os responsáveis pela situação em que a então presidente se encontrava.

Seguindo a mesma linha, “nesta semana, enquanto revezava-se entre a elaboração de seu discurso e o mapeamento de votos que teria no Senado (...), a petista **sentiu os reais reflexos de sua personalidade**” (FOLHA DE S. PAULO, 2016, grifo nosso), permite notar que a personalidade de Dilma é apresentada como a responsável pela situação que a mesma se

---

encontra. Já em “a obsessão por afastar o contraditório teve reflexo direto na perda de condições para governar ao longo de seu segundo mandato, dizem auxiliares” (FOLHA DE S. PAULO, 2016), o fato de Dilma não querer ser contrariada é retratado como mais uma das atitudes que a levaram ao impeachment.

Até o momento, o processo de impedimento é retratado como consequência da personalidade da ex-presidente e não como resultado dos fatores econômicos, políticos e sociais, que foram apresentados durante a contextualização desta pesquisa. Assim, fica evidente que “um processo real pode ser significado linguisticamente numa variedade de formas, de acordo com a perspectiva em que ele é interpretado” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 223).

Na análise, foi identificado outro recurso utilizado pela mídia em questão, que é a descrição dos acontecimentos de forma exaustiva. Nesta estratégia, os fatos são apresentados através da construção de cenas dramáticas “a fim de suscitar movimentos emocionais diversos: antipatia em relação aos agressores, simpatia para com os salvadores, compaixão pelas vítimas” (CHARAUDEAU, 2006, p. 294).

Há uma tendência para descrever as mulheres de maneira diferente dos homens, cuja aparência é considerada muito menos relevante, por exemplo em notícias de cariz político ou econômico. Em resumo, os pormenores irrelevantes de uma narrativa podem ser mencionados, veiculando, assim, estereótipos ou preconceitos com fundamentos ideológicos (VAN DIJK, 2005, p. 174).

Observa-se as concepções do autor citado acima na matéria de título “Dilma comemora desempenho em defesa e fala em 'decepção' com tucano” publicada em 29 de agosto de 2016. No trecho “após quase sete horas de sessão no plenário, **com um prato de sopa apoiado no colo**, Dilma comemorava sua atuação ‘contida’ e ‘firme’” (FOLHA DE S.PAULO, 2016, grifo nosso), detalhes minuciosos e considerados irrelevantes em um processo de *impeachment* são expostos ao leitor como estratégia para a criação de um roteiro.

Já na matéria de título “Dilma encara provável discurso final como presidente com 'alívio’”, publicada em 29 de agosto de 2016, a passagem “**pediu a aliados sugestões por escrito, separou documentos** — alguns jurídicos e outros, para inspiração, da Era Vargas —

---

e reuniu números: **um roteiro comum para quem já treinou 17 horas seguidas para um debate eleitoral na campanha de 2014**” (FOLHA DE S.PAULO, 2016, grifo nosso), é um episódio de 2014, que é evocado com o intuito de reforçar o comportamento metódico de Dilma ao treinar por 17 horas seguidas para um debate.

Em “Cumprimentou o presidente do STF (...) e se sentou na ponta direita da tribuna. **Num primeiro momento, não sorriu**” (FOLHA DE S. PAULO, 2016, grifo nosso), o fato de Dilma “não sorrir” é considerado uma observação relevante, revelando mais uma vez os pormenores irrelevantes da narrativa, de acordo com os textos de Van Dijk.

Para Charaudeau (2016), a interpretação é processada segundo os parâmetros que são próprios ao receptor, e que não foram necessariamente postulados pelo sujeito informador. Entretanto, no trecho “auxiliares haviam orientado a presidente afastada a **‘não meter os pés pelas mãos’** nos embates com adversários e a **manter o tom emocional** nas suas intervenções” (FOLHA DE S. PAULO, 2016, grifo nosso), o informador expõe que o principal problema a ser enfrentado por Dilma é o seu comportamento e a falta de controle que ela tinha sobre as suas emoções.

Isso costuma ocorrer porque os “assuntos de gênero tem pouca ‘noticiabilidade’, a não ser que sejam modelados como formas abertas de conflito” (VAN DIJK, 2005, p. 90). Dessa forma, a informação de que ela não gosta de ser contrariada surge mais uma vez. Além disso, suas características comportamentais continuam sendo apresentadas como fator significativo para o processo de impedimento:

começou a relaxar após seu discurso de quase 50 minutos e conseguiu se **manter contida** nos embates. Mas **permaneceu Dilma** quando ajeitou o microfone de Cardozo, pediu ao assessor Bruno Monteiro seus óculos de leitura apenas com um **gesto brusco feito com as mãos** e **levantou as sobrancelhas quando contrariada** (FOLHA DE S. PAULO, 2016, grifo nosso).

Nesse momento, é intrigante a dedicação de ocupar-se dos detalhes comportamentais da Dilma durante a cobertura do impeachment, principalmente pelo fato de existir tantos fatores econômicos, políticos e sociais envolvidos. Isso, na verdade, apenas colabora com a

---

ideia de que o comportamento brusco e falta de controle emocional da presidente foram os principais divisores de águas em seu mandato e no processo de impeachment.

Para Charaudeau (2006), as mídias se baseiam nos apelos emocionais. Na publicação “‘Querem sentar na minha cadeira sem voto’, afirma Dilma sobre Temer”, publicada em 26 de abril de 2016, o texto manifesta características acusatórias. Assim como é perceptível na passagem “em pronunciamento nesta segunda (18), a petista **disse que nenhuma democracia aceitaria comportamento como o de Temer: ‘A sociedade não gosta de traidores’**” (FOLHA DE S. PAULO, 2016, grifo nosso). Ainda na mesma matéria, o trecho “a presidente Dilma Rousseff **afirmou nesta quarta-feira (27) que o presidente da Câmara, Eduardo Cunha (PMDB-RJ), é o ‘pecado original’ do impeachment’**” (FOLHA DE S. PAULO, 2016, grifo nosso) atribui um tom acusatório à voz de Dilma.

No texto “Dilma acusa Cunha de ser ‘pecado original’ do impeachment” escrita em 27 de abril de 2016, a *Folha online* enquadrou as falas da então presidente para que a matéria adquirisse um tom de dramatização. Dessa forma, o corpo da composição em questão manifesta a posição de vítima, como é possível observar no trecho a seguir:

sem citar o nome de Cunha nem o do vice-presidente Michel Temer (PMDB), que assumirá o Palácio do Planalto caso o Senado decida afastar Dilma durante o julgamento do impeachment, a presidente **disse que não é acusada de nenhum crime e que ‘inventam’ um crime para poder tirá-la do cargo** (FOLHA DE S.PAULO, 2016, grifo nosso).

No fragmento “segundo Dilma, as chamadas pedaladas fiscais, uma das bases do pedido de *impeachment* aprovado na Câmara, são praticadas desde 1994. **‘Mas só na minha vez é crime’, disse a petista**” (FOLHA DE S. PAULO, 2016, grifo nosso) o discurso continua em um tom padecedor.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar como Dilma Rousseff foi representada nos veículos de mídia através da Análise Crítica do Discurso (ACD), utilizando a *Folha de S. Paulo online* nos meses de abril e agosto como objeto de análise.



Diante da análise pormenorizada do corpo do texto destas matérias, foi possível observar que imagem de Dilma foi construída de maneira sutil através de alguns recursos, como o uso de detalhes pormenorizados e irrelevantes. As matérias apresentam o tom de dramatização como uma estratégia de sedução para atrair a atenção do leitor, levando em conta o quanto a popularidade da Dilma estava em baixa durante o processo de impedimento.

A construção, portanto, resulta na imagem de uma presidente que teve o impeachment como destino por conta de sua personalidade e comportamento. A todo momento, o veículo em questão evoca algumas características de Dilma: seus ataques de fúrias, o quanto a convivência com ela era dúbia ou o fato de ela não gostar de ser contrariada.

Houve uma série de fatores que provocaram o impeachment, como a crise econômica, a Operação Lava-Jato que levou embora a credibilidade do PT, dentre outras motivações que foram apresentadas durante a contextualização política deste trabalho. Entretanto, os corpos textuais das matérias do *Folha de S. Paulo* nos meses de abril e agosto utilizaram um discurso que apresenta o comportamento e as emoções de Dilma como responsáveis pelo processo de impeachment. Enquanto isso, os fatores econômicos e políticos pouco foram mencionados.

A imagem negativa de Dilma é apresentada para criar uma narrativa coerente com o impeachment e justificar que o governo estava fragilizado, assim como a presidente. Logo, podemos inferir que o discurso da *Folha de S. Paulo* durante o período analisado teve o intuito de fortalecer a opinião do público, que pedia o impeachment da presidenta em coro como a resolução dos problemas enfrentados pelo país.

## REFERÊNCIAS

BASTOS, P. P. Z. **Ascensão e crise do governo Dilma Rousseff e o golpe de 2016: poder estrutural, contradição e ideologia.** In: Revista de Economia Contemporânea, vol.21, n.2. Rio de Janeiro, 2017.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

CONTRI, André Luís. **Uma avaliação da economia brasileira no Governo Dilma.** IN: Indicadores Econômicos FEE, Porto Alegre, v. 41, n. 4, p. 9-20, 2014.

DIJK, Teun A. Van. **Discurso, Notícia e Ideologia.** CAMPO DAS LETRAS - Editores, S. A., 2005

---

DILMA acusa Cunha de ser 'pecado original' do impeachment. **Folha de S. Paulo**, São Paulo. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/04/1765414-dilma-acusa-cunha-de-ser-pecado-original-do-impeachment.shtml>>. Data de acesso: 16 de novembro de 2018.

DILMA comemora desempenho em defesa e fala em 'decepção' com tucano. **Folha de S. Paulo**, São Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/08/1808295-dilma-comemora-desempenho-em-defesa-e-fala-em-decepcao-com-tucano.shtml>>. Data de acesso: 16 de novembro de 2018.

DILMA encara provável discurso final como presidente com 'alívio'. **Folha de S. Paulo**, São Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/08/1807910-dilma-encara-provavel-discurso-final-como-presidente-com-alivio.shtml>>. Data de acesso: 16 de novembro de 2018.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança social**. Trad: *Discourse and social change*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

'QUEREM sentar na minha cadeira sem voto', afirma Dilma sobre Temer. **Folha de S. Paulo**, São Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/04/1764793-querem-sentar-na-minha-cadeira-sem-voto-afirma-dilma-sobre-temer.shtml>>. Data de acesso: 16 de novembro de 2018.

REIS, João Bosco Mousinho. A Nova Matriz Econômica e a recessão econômica do governo Dilma Rousseff: erros e consequências sobre o nível de atividade econômica. VIII CONGRESSO DE RELACIONES INTERNACIONALES. 2016, La Plata. **Anais [...]**. La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 2016.

RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane. **Análise de Discurso Crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

---

**A ubiquidade do discurso jurídico e a interdição de vozes alheias:  
Análise discursiva do jornal Folha de S. Paulo<sup>32</sup>**

**The omnipresence of the juridical discourse and the interdiction of external voices:  
Discourse analysis of the newspaper Folha de S. Paulo**

Rafael de Castro MONTANDON<sup>33</sup>

**RESUMO**

Esta análise busca evidenciar o tratamento e a seleção dos ditos presentes na cobertura de decisões judiciais sobre o pedido para entrevistar Lula em 2018. O trabalho demonstra, quanto ao estudo deste caso, que vozes jurídicas estiveram constantemente presentes, enquanto as alheias ao Direito – como as vindas do campo político – foram interdidas ou se revestiram de juridicidade. A cobertura é do jornal *Folha de S. Paulo*, de 28 de setembro à 28 de outubro de 2018.

**PALAVRAS-CHAVE:** Análise do Discurso; Interdição; Discurso Jurídico; Discurso Midiático.

**ABSTRACT**

This analysis aims at showing how and which sayings earn a spot in the news coverage of judicial decisions concerning the request to interview Lula in 2018. The research shows that, regarding this case study, juridical voices are constantly present, whereas external ones, such as political voices, either are interdicted or report back to the aforementioned field. The coverage is from the newspaper *Folha de S. Paulo*, from September 28 to October 28, 2018

**KEYWORDS:** Discourse Analysis; Interdiction; Juridical Discourse; Media Discourse.

**1. INTRODUÇÃO**

A pesquisa à qual pertence este artigo adotou o estudo de caso como método de análise. Neste texto, traremos resultados e considerações acerca do episódio envolvendo as decisões conflitantes de ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) a respeito da

---

<sup>32</sup> Trabalho financiado pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM), por meio de bolsa PIBIC/AM.

<sup>33</sup> Estudante do 4º. semestre do curso de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi; Pesquisador de Iniciação Científica na mesma instituição, sob orientação da Profa. Me. Nara Lya Cabral Scabin; e-mail: [rafaelmontandon@hotmail.com](mailto:rafaelmontandon@hotmail.com)

---

possibilidade de entrevistar o ex-presidente Lula, durante o período eleitoral de 2018 no Brasil. A fim de contextualizar o caso, desenhamos um breve panorama.

No dia 26 de setembro de 2018, o veículo *Folha de S. Paulo* apresentou uma reclamação ao STF que questionava a decisão da juíza Carolina Moura Lebbos, da 12ª Vara Federal em Curitiba. Responsável pela execução da pena do ex-presidente Lula, a magistrada havia proibido o petista de conceder entrevista, em 30 de agosto. No pedido, o jornal argumentou que a garantia constitucional da liberdade de imprensa fora negligenciada.

Dois dias depois, o ministro Ricardo Lewandowski atendeu ao pedido da *Folha* e autorizou que Lula fosse entrevistado. Segundo o membro da Corte, a decisão de Lebbos contrariara, entre outros precedentes, o julgamento da ADPF 130, que havia garantido a plena liberdade de imprensa em detrimento de qualquer espécie de censura prévia.

No mesmo dia 28, o vice-presidente do Supremo, Luiz Fux, resolveu suspender a decisão do colega. A suspensão determinada pelo ministro decorreu de pedido do partido Novo – este alegara que o PT apresentava o ex-presidente como candidato, o que supostamente desinformava os eleitores. Além disso, Fux ordenou que, se Lula tivesse concedido qualquer entrevista ou declaração, a divulgação estaria proibida. Sobre a liberdade de imprensa, o ministro defendeu que “a interpretação que Lewandowski deu ao julgamento da ADPF 130 expandiu a liberdade de imprensa ‘a um patamar absoluto incompatível com a multiplicidade de vetores fundamentais estabelecidos na Constituição’” (FOLHA DE S. PAULO, 2018).

A *Folha* fez novo pedido, em 30 de setembro, para que a decisão original fosse imediatamente cumprida. “Na petição, os advogados do jornal argumentaram que a decisão de Fux configura ‘inaceitável e surpreendente ato de censura prévia que a Constituição proíbe’” (FOLHA DE S. PAULO, 2018). Lewandowski, então, determinou o cumprimento de sua decisão a favor da entrevista.

Diante desse imbróglio, o então ministro da Segurança Pública, Raul Jungmann, recorreu ao presidente do STF, Dias Toffoli, para esclarecer qual decisão deveria ser cumprida. Toffoli, por meio de um despacho no dia 1 de outubro, validou a decisão de Fux.

## **2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

---

Este artigo se insere como parte de uma pesquisa desenvolvida no Programa de Iniciação Científica da Universidade Anhembi Morumbi (UAM), em São Paulo, com bolsa PIBIC/AM. A duração do projeto é de um ano e o início se deu em abril de 2018. O objetivo geral da pesquisa abarca o mapeamento e análise do discurso jornalístico sobre direitos humanos no Brasil contemporâneo a partir da cobertura do jornalismo sobre decisões judiciais que tratem de direitos fundamentais, com especial atenção para a liberdade de expressão – visto que o projeto faz parte de um grupo de pesquisa voltado ao estudo dessa liberdade constitucional. Ademais, nosso referencial metodológico, cujos efeitos práticos se traduzem nos métodos expostos a seguir, tem por base a concepção sobre a construção do percurso metodológico da pesquisa científica a partir do trabalho de Lopes (1999).

O *corpus* comporta matérias jornalísticas concernentes a cinco casos: a prisão de dois manifestantes durante uma manifestação anti-Copa, em 2014; o julgamento das bibliografias não autorizadas, de 2015; o ofício enviado pelo Supremo à PF a fim de que esta investigasse a utilização de “pixulekos” em um protesto na Avenida Paulista, em 2016; o julgamento a respeito do ensino religioso confessional, em 2017; e o imbróglio envolvendo as decisões acerca da possibilidade de entrevistar o ex-presidente Lula, em 2018.

O período foi estabelecido da seguinte forma: um caso por ano, nos últimos cinco anos; e, para cada caso, um mês de cobertura – decurso de tempo ao mesmo tempo suficiente e razoável a uma pesquisa cuja duração se estende por apenas um ano – contado após a primeira publicação relevante sobre o episódio analisado. A relevância advém do número de correlações com os conceitos estudados e com a linha da pesquisa. Os casos também foram escolhidos tendo em conta a existência de discussões acerca da relação entre liberdade de expressão e outros direitos.

Voltando aos objetivos desta pesquisa, mais detalhadamente, visamos a nos debruçar sobre a encenação midiática de ditos na cobertura de cada um desses casos. Nesse sentido, procuramos evidenciar aspectos acerca da seleção dos dizeres, assim como o espaço conferido às vozes, de modo a demonstrar a interdição operada pelo discurso jurídico – que predomina em detrimento de vozes alheias a esse campo.

Especificamente para este artigo, que analisa apenas o caso do pedido para entrevistar Lula, no total, foram coletadas 31 matérias (todas sob a etiqueta informativa), das edições impressa e *online*. Para proceder com a coleta, foram empregados palavras-chave e filtros de pesquisa por meio dos motores de busca disponíveis no site da versão *online* da *Folha*<sup>34</sup> e no site do *Acervo Folha*<sup>35</sup> que garante o acesso às edições impressas do jornal. A fim de guiar a seleção, conforme apontado acima, adotamos como crivo a existência de correlações com os conceitos consubstanciados nos textos que compõem o quadro teórico da nossa pesquisa.

### **3. QUADRO TEÓRICO: CONCEITOS-CHAVE E SUA CORRELAÇÃO COM OS TEXTOS JORNALÍSTICOS**

Adotamos como norte teórico a vertente francesa da Análise do Discurso, de modo que deparamo-nos com a oportunidade de direcionar nossa atenção, principalmente, às obras de Michel Foucault (2016) e Patrick Charaudeau (2015; 2017).

Em relação ao primeiro, selecionamos a obra *A ordem do discurso* (FOUCAULT, 2016). Nela, entre tantas outras considerações, o autor pondera acerca da *interdição*, procedimento de exclusão de discursos ligado ao desejo e ao poder.

Tabu do objeto, ritual da circunstância, direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala: temos aí o jogo de três tipos de interdições que se cruzam, se reforçam ou se compensam, formando uma grade complexa que não cessa de se modificar (FOUCAULT, 2016, p. 09).

Sob essa ótica, percebe-se o bastidor por trás de todo o jogo de seleção de vozes e o subsequente espaço conferido a cada uma delas na encenação midiática. Além disso, ao adentrar um cenário por vezes considerado rotineiro, Foucault (2016) destrincha um recôndito mecanismo que age sobre a dispersão (e a omissão) de dizeres.

O conceito de interdição é caro a este trabalho à medida que elucidada, em suas entranhas, os motivos que levam à predominância de vozes oriundas de determinado âmbito

---

<sup>34</sup> Acesso através do seguinte endereço eletrônico: <http://www.folha.uol.com.br/>

<sup>35</sup> Acesso através do seguinte endereço eletrônico: <http://acervo.folha.uol.com.br/fsp>

---

na cobertura de um acontecimento, em detrimento de ditos ensejados por indivíduos alheios ao campo em eminência – que sequer aparecem nas publicações ou remetem novamente àquela área do saber, como veremos mais adiante.

Já em relação a Patrick Charaudeau (2015; 2017), este subsidiou nossa pesquisa com duas obras: *Discurso das Mídias* (2015) e *Discurso Político* (2017). A primeira forneceu importantes aspectos acerca da atuação da máquina midiática a fim de encenar seu discurso. Entre as considerações, destacaram-se as noções sobre a apresentação de ditos relatados, haja vista que este artigo se dedica, principalmente, à análise do espaço disponibilizado a determinadas vozes.

Segundo o autor (CHARAUDEAU, 2015, p. 150), há, no discurso midiático, três modos discursivos: o relato, o comentário e o acontecimento provocado. Em relação ao primeiro, este se subdivide em fato e dito relatados. Interessam a este trabalho, especificamente, as lições relacionadas à segunda categoria – que envolvem uma dupla operação de reconstrução/desconstrução (CHARAUDEAU, 2015, p. 163). Passemos, então, a uma breve exposição dos problemas relacionados aos ditos relatados na mídia.

Quanto à seleção dos ditos, a instância midiática se atém a quatro diferentes efeitos (CHARAUDEAU, 2015, p. 169): efeito de decisão, operado por um locutor com *poder* de decidir; efeito de saber, proferido por um locutor com posição de *autoridade*; efeito de opinião, ocasionado por um locutor que expressa *juízo* ou *apreciação* dos fatos; e efeito de testemunho, ensejado por quem descreve o que viu ou ouviu.

Em relação aos efeitos que guiam a seleção, a notícia que relata a voz de Marco Aurélio (TUROLLO JR., 2018), também ministro do STF, traz correlações com os conceitos descritos no parágrafo acima. É possível notar, neste único dito, a reunião de todos os efeitos, haja vista que se trata de um renomado jurista, portanto detentor de *saber*, membro da corte que sedia o impasse, o que lhe confere autoridade de *decidir* e lugar de *testemunha*, que expressa um *juízo* a respeito do caso.

Em relação ao modo de identificação (CHARAUDEAU, 2015, p. 170), temos: a denominação – “*membros da cúpula do partido* declararam que [...]”; a determinação, que evidencia, “de passagem, o tipo de relação que a instância midiática se atribui pela maneira de tratar os atores do espaço público” (CHARAUDEAU, 2015, p. 170); e a modalização, que, a

---

fim de demonstrar o nível de crença do locutor-relator diante do dito de origem, se traduz na utilização de determinados verbos – o emprego do condicional, por exemplo, produz um efeito de distanciamento.

As implicações advindas da escolha da *denominação* estão presentes nas matérias que relatam o dito da procuradora-geral da República, Raquel Dodge. No texto que traz uma nota da procuradoria, então favorável à realização da entrevista, a locutora de origem do dito é denominada da seguinte maneira: “A Procuradoria-Geral da República divulgou nota em que afirmou que [...] ‘Em respeito à liberdade de imprensa, a procuradora-geral da República, Raquel Dodge, não recorrerá [...]’” (TUROLLO JR., 2018). Já em uma notícia posterior, em que Dodge se posiciona de forma contrária ao pedido da Folha, a denominação foi assim disposta: “[...] escreveu a *procuradora*” (FABRINI, 2018). Percebe-se que a segunda é tratada com menor relevância ao debate público à medida que a locutora de origem tem sua posição minimamente descrita – passa a ser uma mera procuradora.

No que diz respeito ao modo de reprodução, parcial ou total, este depende da *seriedade* conferida ao dito (CHARAUDEAU, 2015, p. 171). Além disso, relaciona-se com aspectos de diagramação e a disposição de fotografias, “[...] apresentação que, em seu procedimento de localização, pode produzir efeitos diversos de dramatização” (CHARAUDEAU, 2015, p. 171).

O mencionado efeito dramatizante pode ser encontrado na notícia que relata o dizer da Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) a respeito do caso (PRADO; CARVALHO, 30/09/2018). Logo abaixo do parágrafo que traz uma citação em que a associação expressa preocupação diante da decisão de Fux, é disposta uma foto do ministro em que este esboça um sorriso descontraído. A proximidade desses elementos conjura uma aura travessa ao redor da imagem do então vice-presidente da Corte.

Por último, o modo de citação também se subdivide em algumas categorias: citação direta, que produz efeitos de *objetivação* – “‘Estamos bem’, disse o parlamentar”; integrada, que desidentifica o locutor de origem, de quem é tolhida certa parcela de autonomia – “O parlamentar disse que estavam bem”; a narrativização, em que “[...] o locutor de origem não é mais apresentado como o locutor de um dito, mas como o agente de um fazer que seria então descrito como um fato relatado” (CHARAUDEAU, 2015, p. 172) – “Em meio à apreensão



---

após a tragédia, o parlamentar tranquilizou a todos”; e, apesar de não se juntar aos demais modos na descrição dos problemas do dito relatado, há também a *evocação*, que ocorre em trechos esporádicos a fim de produzir tanto um sentido de “como ele ou ela diz” quanto de “como se diz hoje em dia” – “O juiz se declarou suspeito em razão de ‘questões pessoais’”.

A título de exemplo, há duas notícias que, logo em seus títulos, narrativizam os ditos de ministros do Supremo: “Fux *proíbe* Folha de entrevistar Lula e *determina* censura prévia” (TUROLLO JR., 2018, grifos nossos) e “Toffoli *proíbe* entrevista de Lula à Folha e *respalda* decisão de Fux” (TUROLLO JR., 2018, grifos nossos).

Em suma, as transformações feitas no decorrer da formulação do dito relatado, sejam elas voluntárias ou não, denotam um determinado *posicionamento* do locutor-relator. Isso pertence ao centro da discussão sobre o relato de ditos: “[...] a fidelidade quanto à maneira de relatar a palavra de um outro” (CHARAUDEAU, 2015, p. 172).

No que se refere à outra obra de Patrick Charaudeau (2017), depreenderam-se relevantes considerações acerca do conceito de discurso político e de seu conteúdo em relação à presença de diferentes meios discursivos: *logos*, *pathos* e *ethos*.

Quanto ao conceito, segundo o autor (CHARAUDEAU, 2017, p. 40), o aspecto determinante para atribuir a etiqueta política a determinado discurso diz respeito não ao conteúdo e sim à situação de comunicação que o envolve – dessa forma, um notório político, que também possui títulos em determinada área do saber, pode ser apresentado como um especialista.

Já em relação aos meios discursivos, Charaudeau destaca que: “[...] a encenação do discurso político oscila entre a ordem da razão e da paixão, misturando *logos*, *ethos* e *pathos* [...]” (CHARAUDEAU, 2017, p. 84, grifos do autor). Isso culmina em um cenário no qual “[...] o *ethos* e o *pathos* [...] fabricam o *logos*” (CHARAUDEAU, 2017, p. 306, grifos do autor).

#### **4. RESULTADOS PARCIAIS**

Conforme demonstramos em breves correlações acima, os problemas ligados ao relato de ditos que elencamos (CHARAUDEAU, 2015, p. 168) se mostram relevantes à análise das

---

---

matérias jornalísticas que integram o estudo de caso em foco neste trabalho. Em razão disso, as consequências descritas pelo autor, como a revelação de *posicionamento* (CHARAUDEAU, 2015, p. 172) e a infusão de aspectos dramatizantes ao discurso midiático (CHARAUDEAU, 2015, p. 171) também se fizeram presentes.

Além dessas questões, concluímos do estudo deste caso que a repercussão midiática reverberou o anseio do campo jurídico de não se relacionar – ao menos diretamente – com ditos que são alheios a essa área do saber. Isso ocorreu em razão da escassez de vozes provenientes de outros âmbitos senão o jurídico e levou, portanto, a um cenário de interdição de discursos (FOUCAULT, 2016, p. 9).

Não há como dizer que inexistem relatos de vozes alheias ao Direito. No entanto, notamos que, ainda que não pertençam ao campo jurídico, a ele se reportam à medida que o conteúdo de seus dizeres se reveste quase exclusivamente de aspectos e discussões técnico-jurídicas.

Nesse sentido, destacam-se três locutores: a Abraji – “A entidade lembrou que a autorização ou não para que presos possam conceder entrevistas varia [...]” (PRADO; CARVALHO, 2018); a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) – “Em nota, o presidente da organização [...] cita a defesa da liberdade de expressão, mas também a proibição pela Lei de Execuções Penais [...]” (PRADO; CARVALHO, 2018); e o relator da Organização dos Estados Americanos (OEA) – “[O relator] lembra que a Convenção Americana de Direitos Humanos (Cadh) proíbe a censura prévia e garante o direito [...]” (MANTOVANI, 2018).

Um outro recurso textual recorrente na cobertura do caso Lula diz respeito à inclusão, em aposto, de uma “qualificação” do partido Novo, autor do pedido de suspensão da decisão que havia permitido a entrevista: “Fux atendeu a um pedido [...] formulado nesta sexta pelo partido Novo, *adversário do PT* nas eleições” (TUROLLO JR., 2018, grifos nossos). É importante ressaltar que, nesse trecho, a voz, oriunda da instância adversária (CHARAUDEAU, 2017, p. 56), vem acompanhada de sua etiqueta política.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Pouco reforçamos, ao longo do texto, que a *Folha de S. Paulo* possuía interesse direto nas discussões acerca deste caso. Nessa posição de litigante, a constância do cenário técnico-jurídico, reforçado pelo efeito de *saber*, decerto prestava importante contribuição para a força argumentativa do veículo. Dessa forma, estabeleceu-se, tanto com o mencionado cenário quanto com meros detalhes textuais, que a decisão de proibir a realização da entrevista, bem como sua hipotética divulgação, configurava um grave atentado à liberdade de expressão.

Contudo, tendo em conta que a ubiquidade do discurso jurídico, que ecoa em detrimento de dizeres alheios, não é exclusiva à cobertura deste caso (se verifica também nos outros episódios que estudamos em nossa pesquisa), os motivos que levam à interdição não devem se limitar à força argumentativa.

Mais que isso, a escassez de vozes que não tragam conteúdos imbuídos de juridicidade coincide com o anseio do campo jurídico de se manter distante de considerações que careçam de embasamento em conceitos pertencentes ao Direito. Não mereceria espaço nessa ordem, por exemplo, o discurso político – que carrega em si uma difusa relação entre *logos*, *ethos* e *pathos* (CHARAUDEAU, 2017, p. 84).

É diante disso que se justifica o aposto atribuído ao partido Novo: “adversário do PT nas eleições” (TUROLLO JR., 2018). Apresentado de forma a eivar o pedido do partido de motivos escusos, esse recurso textual expurga do dito aspectos técnicos, e, com isso, o posiciona no campo político – que, como já apontamos acima, encontra na repercussão deste caso um cenário inóspito.

Lembremo-nos, aqui, da lição de Michel Foucault: “[...] ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo” (FOUCAULT, 2016, p. 35). Atrevemo-nos a dizer que, no episódio ora analisado, essas exigências se confundem com os requisitos necessários para adentrar o âmbito jurídico.

## REFERÊNCIAS

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2017.

---

FABRINI, Fábio. Lula não é comentarista de política, diz Dodge sobre entrevista na prisão. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 21 de out. de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/lula-nao-e-comentarista-de-politica-diz-dodge-sobre-entrevista-na-prisao.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

FOLHA DE S. PAULO. “Entenda o vaivém a respeito do pedido de entrevista com o ex-presidente Lula”. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 05 de out. de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/entenda-o-vaivem-a-respeito-do-pedido-de-entrevista-com-o-ex-presidente-lula.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2016.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MANTOVANI, Flávia. Proibição a entrevista de Lula é censura prévia, diz relator da OEA. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 04 de out. de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/10/proibir-entrevista-de-lula-a-folha-e-censura-previa-diz-relator-da-oea.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

PRADO, Maeli; CARVALHO, Daniel. Ordem de censura à imprensa pelo STF é preocupante, diz Abrají sobre decisão de Fux. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 30 de set. de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/ordem-de-censura-a-imprensa-pelo-stf-e-preocupante-diz-abraji-sobre-decisao-de-fux.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

TUROLLO JR., Reynaldo. Fux proíbe Folha de entrevistar Lula e determina censura prévia. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 de set. de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/fux-suspende-decisao-de-lewandowski-que-autorizava-entrevista-de-lula-a-folha.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

TUROLLO JR., Reynaldo. Lewandowski, do STF, autoriza Folha a entrevistar Lula na prisão. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 de set. de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/lewandowski-do-stf-autoriza-folha-a-entrevistar-lula-na-prisao.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

TUROLLO JR., Reynaldo. Para Marco Aurélio, do STF, guerra de decisões sobre entrevista de Lula é ‘autofagia’. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 04 de out. de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/para-marco-aurelio-do-stf-guerra-de-decisoes-sobre-entrevista-de-lula-e-autofagia.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

TUROLLO JR., Reynaldo. Toffoli proíbe entrevista de Lula à Folha e respalda decisão de Fux. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 01 de out. de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/toffoli-determina-cumprimento-de-decisao-de-fux-contraintervista-de-lula-a-folha.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2018.

**Educomunicação na Periferia: Um estudo de caso sobre o projeto Jovens Comunicadores da Rede Cuca, sede Barra do Ceará**

**Educommunication in the Outskirts: A case study on the Young Communicators project of the Cuca Network, Barra do Ceará headquarters<sup>36</sup>**

Andressa Rios PATANE<sup>37</sup>  
Francisco Moura Valente JUNIOR<sup>38</sup>

**RESUMO**

Este artigo analisa a contribuição da educomunicação na formação profissional dos participantes do Projeto Jovens Comunicadores da Rede Cuca, sede Barra do Ceará. O objeto de estudo será tratado em pesquisa de cunho exploratório, com levantamento de dados por meio de entrevistas. A análise possibilitou verificar a contribuição da educomunicação na formação profissional de jovens moradores da periferia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Educomunicação; Informação; Ensino; Aprendizagem.

**ABSTRACT**

This article analyzes the contribution of educommunication in the professional formation of the participants of the Young Communicators Project of the Cuca Network, Barra do Ceará. The object of study will be treated in an exploratory research, with data collection through interviews. The analysis made it possible to verify the contribution of educommunication in the professional training of young residents of the periphery.

**KEYWORDS:** Educommunication; Information; Teaching; Learning

**1. INTRODUÇÃO**

---

<sup>36</sup> Artigo extraído do trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário Estácio do Ceará.

<sup>37</sup> Recém-graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário Estácio do Ceará, e-mail: [riosandressa93@gmail.com](mailto:riosandressa93@gmail.com)

<sup>38</sup> Orientador do trabalho, professor do Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário Estácio do Ceará., e-mail: [valente.vjr@gmail.com](mailto:valente.vjr@gmail.com)

---

---

A comunicação e a educação estão intrinsecamente relacionadas na conjuntura social que nos compreende. Ambas atuam juntas, mesmo que de forma implícita. Neste processo de fusão educação-comunicação, as ferramentas tecnológicas comunicacionais, com ressalva às mídias digitais, suportam o principal canal que possibilita ao indivíduo a ação de emissor ou receptor de conteúdo, direcionados a formação educacional, despertando o aprendizado, influenciando e contribuindo para a construção da cidadania. Este processo pode ser chamado de educomunicação. A prática vem sendo aplicada em muitas escolas que usam as ferramentas comunicacionais para produzir conteúdo educativo, o objetivo é garantir que seus estudantes possam adquirir uma maior absorção do aprendizado, além de um maior senso crítico em sala. Portanto, ela fortalece os laços dialéticos entre alunos e professores e resulta em uma educação de maior qualidade.

Este artigo busca apontar quais os principais métodos de ensino da educomunicação utilizados pelo projeto Jovens Comunicadores da Rede Cuca<sup>39</sup>, na sede localizada no bairro Barra do Ceará, em Fortaleza/CE. O trabalho aponta também para o impacto causado pelos mesmos métodos na formação profissional dos participantes do curso, que são moradores da periferia. Dentre os objetivos específicos estão: analisar as informações sobre os métodos abordados para a aplicabilidade da educomunicação no projeto, mapear o impacto, durante o curso, desta ferramenta na vivência dos jovens periféricos, e analisar o desenvolvimento da formação profissional dos jovens da periferia através do aprendizado das práticas educacionais.

A metodologia utilizada na pesquisa é de natureza exploratória (GIL, 1994, p. 45). A escolha desse tipo de abordagem surge com o intuito de estabelecer uma compreensão individual pelos participantes do projeto, verificando suas percepções sobre educomunicação. A análise dos resultados teve como alicerce a tradução qualitativa e os dados foram levantados através de entrevistas realizadas por e-mail, em novembro de 2018, com participantes do projeto.

---

<sup>39</sup> Rede Cuca é a denominação dada a um conjunto de complexos culturais, denominados Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esporte, localizados em áreas de periferia da cidade de Fortaleza e mantidos pela Prefeitura Municipal.

---

## 2. EDUCOMUNICAÇÃO

A educação e a comunicação estão presentes na vida do homem desde os primórdios. Mesmo pertencendo academicamente à áreas distintas, relacionam-se em diversos momentos do contexto histórico mundial em prol de um bem maior: solucionar os problemas da humanidade. No entanto, apesar dessas constantes interações, a interface comunicação-educação só passou a ser reconhecida pelo neologismo Educomunicação a partir da década de 1980, após reformulação da expressão *media education* (educação para a recepção crítica dos meios de comunicação) pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) (SOARES, 2011, p. 11).

No Brasil o conceito passou a ser adotado apenas no final da década seguinte, entre os anos 1997 e 1999 e após inúmeros estudos de pesquisadores internacionais. Nessa época, segundo Soares (2011, p. 11), “o Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade Federal de São Paulo (USP) [...] reconheceu a educomunicação como prática abrangente no seio da sociedade civil, que tomava a comunicação proposta por intermédio de práticas educativas como eixo transversal das atividades de transformação social”.

Mais do que a mediação ou junção direta de práticas, Soares (2011, p. 43) afirma que “A educomunicação se caracteriza por criar e desenvolver ‘ecossistemas comunicativos’, qualificados como abertos e criativos, em espaços educativos”. O que leva a pensar o significado do termo não apenas como a simples união de forças entre os dois campos citados, mas como processos e práticas que se complementam e transformam, modificando o contexto em que interagem. Percebe-se, portanto, que a prática da educomunicação deve ser aplicada através de métodos ou de ferramentas que se adequem como estratégias eficazes na melhora do diálogo em sociedade. Nesse sentido, é de suma importância destacar que, nos ambientes escolares, tal prática se expandiu gradativamente com os avanços tecnológicos e as mídias sociais. Surgem constantemente novas narrativas de ensino com o apoio destas ferramentas que entrelaçam os diálogos e que compreendem os anseios do contexto social de inserção dos alunos.

Nesse contexto, o professor educador tem como desafio mediar o ensino dentro da pluralidade de contextualização de um mesmo tema, buscando incorporar estratégias

---

---

pedagógicas específicas da prática educacional. Por isso é importante a capacitação de profissionais da área e a ascensão da graduação em educomunicação. De acordo com Freire (1989, p. 56), “a tarefa do educador, então, é a de problematizar aos educandos o conteúdo que os mediatiza, e não a de dissertar sobre ele, de dá-lo, de estendê-lo, de entregá-lo, como se se tratasse de algo já feito, elaborado, acabado, terminado”.

## **2.1 Dispositivos e Ferramentas utilizados no processo de Educomunicação**

Durante o processo da educomunicação os dispositivos eletrônicos – smartphones, tablets, notebooks, computadores, tvs e câmeras fotográficas – funcionam como canais de mediação. Toda a metodologia de ensino utiliza estes canais para auxiliar na elaboração prática das ações. Elaborações de textos, artigos para blog, plataformas educativas nas redes sociais, rádios comunitárias, tvs experimentais, oficinas de fotografia e jornais escolares, são exemplos de conteúdos que podem ser realizados.

Os papéis da escola e do educador são trabalhar essas práticas da forma mais criativa possível com seus alunos. Mostrar em sala de aula como a construção do senso crítico ajuda na análise das informações que recebemos com as mídias sociais, identificar que com elas os indivíduos tornam-se produtores e que na escola muitas vezes eles serão os emissores.

Na teoria educacional durante muito tempo, a força dos textos da mídia foi ignorada pela escola, sendo tais textos relegados a área do entretenimento. Esse quadro foi mudando, pois, a atuação cada vez mais onipresente de alternativas midiáticas na vida dos estudantes fez com que a escola revisse algumas questões e passasse a trabalhar a partir de novos conceitos como medialidade e intermedialidade, por exemplo (GAIA, 2001, p. 34).

O dever é de apresentar fatos e de executar práticas que prezam a veracidade apontando para eles, para que possam portar de visão própria na construção de seu senso crítico. A comunicação nos dá o direito à informação, como também o direito de informar.

## **3. A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA, EDUCOMUNICAÇÃO E CIDADANIA**



---

Para se compreender melhor a interface comunicação-educação e suas interações com a sociedade, é fundamental se reconhecer a comunicação comunitária como base da prática da educomunicação. Os primeiros registros destas iniciativas, ainda na década de 1940, vieram do professor e pesquisador Mário Káplun que implantou as primeiras rádios educativas na Argentina, dedicando-se em seguida a expandir a ideia de fusão dos conceitos e práticas referenciados por toda América Latina (SARTORI, MARTINI, 2008, p. 06).

Portanto, entender os desdobramentos da comunicação comunitária possibilita também compreender sobre que bases práticas se inspiram e desenvolvem as iniciativas de educomunicação. A prática de comunicação comunitária foi uma das pioneiras das funcionalidades da comunicação. Seus primeiros registros em contexto brasileiro ocorreram através da disseminação de movimentos de cunho político-social. Ao longo dos anos o conceito de comunicação comunitária vem se modificando de acordo com as interferências relacionadas ao meio e ao cenário político, histórico, e social. Atualmente as formas de comunicar-se comunitariamente apresentam um compilado de pluralidades e vertentes.

Para Peruzzo (1998), “É necessário levarmos em consideração que a comunicação popular compreende vários processos e características singulares”. Portanto, os seus interesses são identificados de modo específico de acordo com cada comunidade ou cada movimento comunitário e as suas práticas de transmissão funcionam perante seus anseios prioritários.

A maioria das práticas de comunicação comunitária originam-se nas comunidades periféricas e se configuram no contexto educacional, visto que há uma relação de produção de conteúdo comunicacional a fim de educar a comunidade, pois buscam evidenciar os problemas, as causas e a cultura da periferia, o que promove a reintegração de seus moradores

A Declaração Universal dos direitos Humanos defende em seus artigos 27 e 29 que todo o homem tem direito de participar livremente da vida da comunidade e que, por outro lado, tem deveres para com esta mesma comunidade, na qual é possível o livre e pleno desenvolvimento de sua personalidade. (PERUZZO, 1998, p. 275).

Percebe-se que todo e qualquer cidadão tem o direito e o dever de exercer papel significativo no que diz respeito aos interesses da sociedade, e as práticas de educomunicação

---

---

enquanto presente no contexto comunitário se encaixam no ponto defendido. Entre os maiores exemplos de construção da educomunicação na comunidade estão as rádios comunitárias. Estas rádios mobilizam todo o ambiente periférico e contribuem na área econômica da comunidade por intermédio da divulgação de unidades produtivas de serviços locais como os comércios, as festas e também as campanhas educativas para os moradores. (PERUZZO, 1998). As comunicações comunitárias assim como os demais meios de comunicação social devem portar de imparcialidade, para o resguardo de possíveis especulações da mídia tradicional que se consolida com os interesses de promoção no meio social e humanitário.

#### **4. PRÁTICA JORNALÍSTICA A SERVIÇO DA COMUNIDADE**

Em um campo mais específico, pode-se observar ainda os usos e contribuições do exercício jornalístico no contexto das comunicações comunitárias. Segundo Pena (2012, p. 184), “o jornalismo comunitário é uma das formas mais factíveis de democratizar o acesso a informação, atendendo a demandas da cidadania e servindo como instrumento de mobilização social”. Assim, a Comunicação Comunitária pode ser caracterizada também pela inter-relação da proximidade entre comunidade e jornalismo, que é construída através de uma linguagem coloquial, de fácil entendimento, pois despertam o conhecimento da própria população sobre o contexto da sua localidade. Acontece, de fato, uma espécie de hiperlocalismo, tendência do jornalismo que se concentra em temas de interesses de uma localidade específica e muitas vezes com cobertura executada por pessoas da própria comunidade.

Para Lahni e Lacerda (2013), a comunicação proporciona ao cidadão, principalmente moradores de comunidades periféricas, o direito a respostas que as vezes não são atendidas pela falta de visibilidade local. Ou seja, a comunidade ganha voz, se transforma e desenvolve a partir da apropriação de práticas comunicacionais e, especificamente, técnicas de abordagem jornalística.

A comunicação comunitária efetiva o direito de comunicar, sendo uma forma de resistência às mensagens hegemônicas produzidas pelos meios de comunicação de massa. Isto proporciona certo modo de empoderamento do sujeito cidadão, permitindo que ele possa

---

refletir sobre os problemas do local onde vive e reafirme o seu compromisso na construção de outro mundo. (LAHNI; LACERDA, 2013).

Portanto, entende-se que o jornalismo comunitário, como vertente da comunicação comunitária, oferece um leque de oportunidades aos moradores de comunidades periféricas. Por sua vez, a comunicação comunitária e a educomunicação se relacionam, visto que a educomunicação é oriunda da comunicação popular. Suas raízes pertencem a promoção da educação de forma voluntária através dos meios de comunicação. Quando moradores de comunidades periféricas se reúnem em prol de produzir conteúdo sobre sua comunidade, além de praticar o hiperlocalismo, estão promovendo a educomunicação.

A ascensão da tecnologia e das mídias sociais possibilitou à população transformações nos modos comunicacionais, onde o hiperlocalismo entra no eixo da comunicação popular. As ocupações das escolas públicas no estado de São Paulo por melhores condições de ensino no Brasil realizado por jovens estudantes no final de 2015 marcou a reformulação da comunicação popular, onde os adolescentes participantes ganharam voz ao utilizar as mídias como ferramenta de ativismo, a fim de mobilizar a população criando conteúdos relacionados à causa defendida. (ROMANCINI; CASTILHO, 2017).

Nas comunidades periféricas uma das necessidades primordiais é o reconhecimento pelas esferas públicas. Com a presença da comunicação alternativa se garante a população periférica um melhor entendimento sobre o contexto em que residem, além de mostrar sua realidade por ângulos que as grandes mídias costumam “camuflar” ou exibir de maneira subversiva, ignorando a sua arte, a sua cultura e estereotipando seu povo.

## **5. ANÁLISES E RESULTADOS**

O instituto Cuca é uma rede de proteção social que busca oferecer maiores oportunidades de acesso à cultura, arte, esporte, e formação profissional de forma prioritária à jovens de 15 a 29 anos, em grande maioria moradores de comunidades periféricas. Os jovens atendidos podem participar de cursos de formação profissional, que variam de 3 a 6 meses. Por meio do Projeto Jovens Comunicadores, os jovens participantes têm contato direto com

---

dispositivos eletrônicos, como computadores, câmeras fotográficas, tablets, que os possibilitam produzir entrevistas, reportagens, documentários, fotografias, programas de rádio, entre outras práticas na área da comunicação. Daí a relevância de se observar a iniciativa como prática de educomunicação de significativo impacto na comunidade onde se desenvolve.

Assim, pela pertinência ao tema do estudo, a pesquisa exploratória foi realizada com os participantes do Projeto Jovens Comunicadores da Rede Cuca, da cidade de Fortaleza, na sede do bairro Barra do Ceará. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário elaborado com a ferramenta Google Formulários, contendo perguntas padronizadas, e distribuído on-line aos entrevistados que compuseram a amostra.

O questionário foi disponibilizado para respostas de forma anônima aos participantes do projeto em diferentes níveis: alunos, ex-alunos, supervisores, professores, coordenadores e monitores. A pesquisa foi aplicada durante o período do dia 13 a 20 de novembro de 2018.

## **5.1 Entrevistas**

Ao todo, 18 participantes responderam ao questionário proposto. Sendo 55,6% correspondente a alunos devidamente matriculados em algum dos projetos educacionais da Rede Cuca, seguido de 33,3% de ex-alunos, e 11,1% participantes que atualmente trabalham como monitores do projeto. A faixa etária entre os mesmos moradores varia entre 19 a 30 anos, porém 16,7% possuem entre 20 a 23 anos. Quanto à identificação de gênero, 55,6% se reconhecem com o gênero feminino, seguido de 22,2% com o masculino e 5,6% com transgênero. Ao todo 88,9% são moradores de comunidades periféricas, fator de grande relevância para a pesquisa, o que constata que apenas 11,1% dos entrevistados não fazem parte dessa realidade.

Quando questionados sobre o que seria educomunicação, 66,7% dos entrevistados reconheceram entender do que se trata o tema e a grande maioria definiu como sendo o desenvolvimento de práticas da comunicação usadas para promover a educação, reconhecendo o termo como ferramenta de educação que utiliza dos meios de comunicação para melhores resultados, abordagem defendida por Soares (2011).

---

Sobre as práticas utilizadas pelo projeto para o exercício da educomunicação, 94% responderam entrevistas e Programas de Rádio, seguido de: Trabalhos com audiovisual em 88,9%; leitura e escrita com 66,7%; programas de tv com 50%; além de outras práticas, como, coberturas de eventos, com 5,6% das práticas desenvolvidas durante o projeto.

Dentre os dispositivos e as ferramentas utilizados nas práticas educacionais, 100% dos entrevistados apontam utilizar de câmeras fotográficas e computadores; enquanto, 88,9% utilizam notebooks; e 5,6% tablets. Ainda 1,1% dos entrevistados utilizam de outros dispositivos para executarem as práticas educacionais, sendo eles: os microfones e os aparelhos de áudio.

Percebe-se a correlação dos dispositivos eletrônicos e das ferramentas tecnológicas, utilizados para o exercício da educomunicação no projeto, com os dispositivos e ferramentas citados no capítulo 2.1 deste artigo, exceto o uso de smartphones e de tvs. Além disso, os jovens comunicadores também citam outros dispositivos como microfones e aparelhos de áudio.

Com a intervenção da educomunicação nos ambientes escolares, os alunos deixam de ser apenas receptores e tornam-se produtores de conteúdo, o que se comprova com a pesquisa quando os alunos citam executar no projeto programas de tv, rádio e trabalhos audiovisuais.

Sobre as principais mudanças pessoais nos conhecimentos adquiridos e no seu desenvolvimento profissional após participação no projeto 77,8% dos jovens entrevistados declaram uma maior desenvoltura com a criatividade; 72,2% afirmam ter adquirido um certo domínio com sua oratória; 66,7% apontam que melhoraram na leitura e na escrita; 61,1% afirmam ter ganho domínio em vídeo ou fotografia; 16,7% indicam que possuem domínio com programas de edição como photoshop, illustrator e afins e 11,1% reconhecem em si outras mudanças, pode ser observado em algumas de suas respostas: “estou menos tímida”, “adquiri conhecimento nas práticas da área da comunicação”.

No que se refere à inserção dos participantes do projeto no mercado de trabalho, 77,8% ainda não recebeu nenhum convite para trabalhar na área educacional, seja no Cuca ou em outra empresa, 22 % já receberam ou recebeu este convite. Dos 18 entrevistados, 50% não está trabalhando na área educacional; 38,9% está trabalhando com educomunicação em outra instituição; seguido de 11,1% que estão trabalhando na Rede Cuca.

---

---

Apresentados estes dados, verifica-se a relevância da educomunicação, especialmente fundamentada em bases práticas da comunicação comunitária, fator de impacto social e transformação, na perspectiva em que viabilizam um outro olhar e perspectivas de mudança da realidade dos indivíduos atendidos pelo Projeto Jovens Comunicadores da Rede Cuca no bairro Barra do Ceará, em Fortaleza.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Percebe-se que, por intermédio da experiência de educomunicação apresentada no estudo, os jovens de periferia têm a possibilidade de se reafirmarem socialmente e, assim, reconfiguram novas narrativas diante das perspectivas de vida profissional.

Através da análise da pesquisa aplicada neste artigo, inferimos que durante o curso os jovens participantes desenvolvem aptidões pessoais aprendem a desenvolver diversos trabalhos e descobrem novos talentos. Além disso, a grande maioria continua atuando na área, como colaborador da Rede Cuca ou em outra instituição. Em resposta aos objetivos apresentados no neste trabalho, concluímos que os principais métodos de ensino utilizados pelo projeto são práticos correspondentes ao exercício da comunicação como programas de tv, de entrevistas e afins.

Portanto, de fato, há um impacto causado no desenvolvimento profissional destes jovens, o que está relacionado a desenvoltura e, posteriormente, ao domínio em práticas nas áreas da escrita, de leitura, de comunicação comunitária e de fotografia. Além disso, dentre os objetivos específicos apresentados durante a metodologia do trabalho, a análise da pesquisa expressa que os métodos de educomunicação aplicados durante o projeto são eficazes e se detêm em grande parte do tempo por metodologias de ensino de forma prática em campo.

## **REFERÊNCIAS**

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 1983.

GAIA, Rossana. **Educomunicação e Mídias.** Maceió: Edufal, 2001.

- 
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1994.
- LAHNI, Cláudia Regina; LACERDA, Juciano de Souza. (Org.). **Comunicação para a cidadania: objetos, conceitos e perspectivas**. Coleção GPs. V. 9. São Paulo: Intercom, 2013.
- PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2012.
- PERUZZO, Cicilia. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis RJ: Vozes, 1998.
- ROMANCINI, Richard; CASTILHO, Fernanda. Como ocupar uma escola? Pesquisa na Internet: política participativa nas ocupações de escolas públicas no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (RBCC)**. São Paulo: Intercom. v. 40, n. 2, p. 93-110, maio/ago. 2017.
- SARTORI, Ademilde Silveira; MARTINI, Rafael Gué. Inter-relações entre comunicação e educação: a educomunicação nas práticas sócias e na educação a distância. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2008. **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Natal, RN: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN): Intercom, 2008.
- SOARES OLIVEIRA, Ismar. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Paulinas, 2011.

---

**Mídia e Juventude: uma análise sobre a representação midiática do jovem acautelado<sup>40</sup>**

**Media and Youth: an analysis of the media representation of the guarded youth**

Gilson Arão Júlio Neto<sup>41</sup>  
Eunice Maria Nazarethe Nonato<sup>42</sup>

**RESUMO**

Este artigo tem por objetivo perceber como a mídia na cidade de Governador Valadares (MG) se refere em seus registros ao jovem acautelado. Problematiza-se a utilização de termos adequados estabelecidos conforme a política socioeducativa e aos órgãos de proteção a criança e adolescente. O referencial teórico baseia-se nas contribuições de Dayrell (2003), Goffman (1988) e Pena (2005). Realiza-se análise descritiva do conteúdo encontrado em dois portais online e um jornal impresso. Este estudo assume uma metodologia qualitativa. A pesquisa permitiu compreender que os termos estabelecidos pelos órgãos são ignorados nas reportagens e que há necessidade dos jornalistas conhecerem a política socioeducativa e as orientações emanadas dos órgãos de proteção a criança e adolescente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Juventude, Representação midiática, Acautelamento, Medidas Socioeducativas.

**ABSTRACT:**

This article aims to determine how the media in the city of Governador Valadares (MG) referred to their records to the guarded youth. The use of a certain order as a socio-educational policy and the protection organs of a child and adolescent is problematic. The theoretical framework is based on the contributions of Dayrell (2003), Goffman (1988) and Pena (2005). The descriptive analysis of the content found in two online portals and a printed newspaper is carried out. This study supposes a qualitative methodology. The complete investigation with the terms established by the organ is ignored in the reportages, the contents of the journalists are a socioeducative policy, and the orientations emanated from the organs of protection of the child and the adolescent.

**KEYWORDS:** Youth, Media representation, Caution, Socio-educational Measures.

---

<sup>40</sup> Trabalho apresentado na V Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro (Pensacom Brasil 2018).

<sup>41</sup> Recém-graduado em Jornalismo pela Universidade Vale do Rio Doce; Bolsista de iniciação científica no projeto: Juventude, Educação e Direito, financiado pela FAPEMI, e-mail: [gilson-arao96@hotmail.com](mailto:gilson-arao96@hotmail.com)

<sup>42</sup> Orientadora do trabalho. Orientadora do Projeto de pesquisa: Juventude, Educação e Direito, financiado pela FAPEMIG, e-mail: [eunicenazarethe@hotmail.com](mailto:eunicenazarethe@hotmail.com)



## 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo decorre de produções acadêmicas vinculadas ao projeto de pesquisa e extensão: “Juventude, Educação e Direito: ação de intervenção em um Centro Socioeducativo” (NONATO, 2014), desenvolvido pela Universidade Vale do Rio Doce, com financiamento pela FAPEMIG – Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais<sup>43</sup>.

Esse projeto teve como um dos objetivos realizar intervenções socioeducativas, através de oficinas, no Centro Socioeducativo existente no município de Governador Valadares – MG, para possibilitar aos jovens em privação de liberdade uma interação social com atividades de formação humanística. Assim, desenvolveu perspectivas de novas possibilidades, despertando as potencialidades nos jovens, conscientizando-os de seu valor e da importância de terem um projeto de vida.

O recorte que fomenta este artigo, se originou do acontecimento de três assassinatos seguidos de jovens acautelados dentro da referida Unidade Socioeducativa, que se encontrava à época com superlotação, número insuficiente de agentes socioeducativos, problemas estruturais, dentre outros. Logo que houve o incidente, após o terceiro homicídio em menos de três meses, os principais veículos de comunicação da região realizaram a habitual cobertura jornalística do ocorrido. O grupo de professores e bolsistas de iniciação científica envolvidos no projeto acompanhou pelos noticiários os relatos dos assassinatos ocorridos, e realizou reuniões para refletir sobre a cobertura midiática realizada, e como se referia ao jovem. Assim o presente artigo adota a metodologia qualitativa, descritiva e que contou com as contribuições de Dayrell (2003), Volp (1999), Pena (2005). Busca responder as seguintes perguntas: como a mídia se refere aos jovens e que representação fazem sobre eles?

Inicialmente, propõe-se conhecer a realidade dos jovens em privação de liberdade no Centro Socioeducativo analisado, e refletir sobre o conceito de juventude, elucidado por Dayrell (2003).

---

<sup>43</sup> O presente trabalho teve o apoio da FAPEMIG que financiou o referido projeto. Tendo um dos autores sido bolsista de iniciação científica entre fevereiro de 2017 a abril de 2018.

---

Em seguida buscou-se compreender os modos como a mídia tem se referido aos jovens com destaque para a prática de estigmas produzidos pela própria mídia por meio da utilização dos estereótipos relativos ao ser jovem e estar acautelado.

Por fim, descreve-se o conteúdo das reportagens e procede-se a uma análise descritiva. O estudo se baseou na análise das reportagens alusivas ao último entre três assassinatos ocorridos no Centro Socioeducativo Governador Valadares, por ter sido o mais bárbaro e violento, analisou-se a cobertura jornalística de três veículos de notícias da região, a saber: Jornal Diário do Rio Doce (mídia impressa), Portal Axah Notícias (mídia virtual), e Portal G1 (mídia televisiva e virtual).

## **2. O JOVEM ACAUTELADO E A REALIDADE**

O país conta com 5.570 municípios, sendo que 309 têm mais de 100 mil habitantes, neste grupo está Governador Valadares/MG com 279.665 habitantes (Cerqueira et. al, 2018) e que está classificada entre este grupo como uma das mais violentas. No âmbito nacional está incluída entre os 123 Municípios que respondem por 50% dos homicídios do país e no âmbito estadual se classifica como a 4ª. cidade com maior taxa de violência contra a vida. (ATLAS DA VIOLÊNCIA, 2018)

Tais dados, possibilitam analisar o contexto da situação de violência e vulnerabilidade social em que se inserem os jovens de Governador Valadares. Borges e Cano (2012), ao relatarem sobre os homicídios de adolescentes no Brasil, conclui que uma parte significativa das vítimas é oriunda de camadas populares, o que significa que:

Uma parte significativa desses adolescentes apresenta alguma condição de vulnerabilidade, seja em função de problemas econômicos ou educacionais, de gravidez na adolescência, das drogas ou da violência. Este último tema, por sua vez, tem sido um dos mais destacados nas décadas recentes ao se falar em adolescentes. Diferentes estudos têm demonstrado que esse grupo etário é marcado por variadas manifestações de violência, afetando direta ou indiretamente sua saúde física, mental ou emocional. Nesses estudos, os adolescentes aparecem como agentes agressores, mas também e, sobretudo, como vítimas diretas e indiretas (BORGES; CANO, 2012, p. 13).

Buscando compreender as juventudes a partir de um contexto social já pré-estabelecido, Dayrell (2003) analisa cada condição estrutural dada ao jovem e as circunstâncias que estes vivenciam, tais como as questões étnico-raciais, desqualificação profissional, desarranjos familiares, dependência química, tráfico de droga e demais contextos, o que para o autor, “são dimensões que vão interferir na produção de cada um deles como sujeito social, independentemente da ação de cada um” (DAYRELL, 2003, p. 43).

Em 2016, a Prefeitura Municipal de Governador Valadares (PMGV) elaborou o Plano Municipal Decenal de Atendimento às Medidas Socioeducativas em cumprimento às diretrizes pedagógicas, saúde, orçamentárias e infraestruturas, deliberadas pelo Governo Federal. O plano possui nove eixos, destacando entre eles a educação, saúde, esporte e lazer.

Pelo documento, a aplicação das medidas socioeducativas em meio aberto é responsabilidade do Centro de Referência Especializado de Assistência Social (CREAS) da Secretaria Municipal de Assistência Social. Como penalidades aos jovens envolvidos em atos infracionais são aplicadas as medidas de Prestação de Serviço à Comunidade e Liberdade Assistida, dependendo da gravidade do ato praticado, como prevê o Estatuto da Criança e do Adolescente (1990).

Já as medidas socioeducativas de restrição são baseadas em semiliberdade e as de privação de liberdade, como os casos de internação, que são executadas e acompanhadas no município pela instância estadual, por meio do Centro Socioeducativo existente no município Governador Valadares, de caráter regional.

O Plano Decenal de Medidas Socioeducativas (2016) de Governador Valadares contextualiza a evolução do índice de atos infracionais praticados por adolescentes nos anos 2012, 2013 e 2014. Neste documento encontra-se a informação de que somente no ano de 2012 foram 838 casos de atos infracionais; em 2013 houve um crescimento aproximado a 20%, registrando 1006 ocorrências; porém, no ano de 2014 houve uma redução de cerca de 9%, com 920 casos.

Em relação à natureza desses atos, informações do Plano Decenal de Medidas Socioeducativas (2015), nos esclarecem que durante os anos de 2012, 2013 e 2014 o maior ato de infração praticado pelos adolescentes se insere no uso e tráfico de drogas, responsável

---

por 30% dos casos. O tópico de homicídio consumado e tentado corresponde ao terceiro lugar, com 5%. O primeiro lugar denominado por outros, ocupa o ranking de 65% na tabela, sendo considerados tais atos de menor teor ofensivo.

Neste contexto, entre os meses de fevereiro a abril de 2017, o Centro Socioeducativo Governador Valadares vivenciou momentos de turbulência e aflição. Somente nestes meses três jovens morreram dentro das dependências da Unidade Socioeducativa, possivelmente em decorrência de conflitos internos. Os assassinatos trouxeram à tona problemas existentes na unidade, entre eles a superlotação, as condições de estruturas físicas precárias e a falta de agentes socioeducativos suficientes para garantir a proteção.

Na literatura, de acordo com Pereira (2014), as unidades onde são aplicadas as medidas de privação de liberdade devem por lei atender as seguintes características físicas:

Ser uma residência em local urbano, com acomodações suficientes para atender o número máximo de vinte adolescentes, respeitando o limite de até quatro adolescentes por dormitório. Além disso, deve ter espaços para atendimentos individuais e em grupo: refeitório; salas de estar e de estudo, bem como locais específicos para as áreas técnicas e administrativas. (PEREIRA, 2014, p. 242).

Após a ocorrência dos fatos, a equipe de bolsistas de iniciação científica realizou nova visita técnica à Unidade Socioeducativa campo de pesquisa. Registrou-se na ocasião em diário de bordo as observações realizadas, sendo que muitas mostravam que a unidade socioeducativa não atendia as condições determinadas para o atendimento adequado aos jovens privados de liberdade, tanto na questão estrutural quanto em relação ao número de servidores.

Os jovens acautelados muitas vezes eram a época amontoados em alojamentos com seis ocupantes, quando o espaço comportava somente quatro. O local era insalubre, o que inicialmente foi facilmente percebido pela equipe de pesquisadores ao passar pelo corredor e deparar com cheiro repugnante. O espaço possuía capacidade para atender 80 internos e em 2017 acolhia em torno de 116, muitos oriundos de outros municípios. Segundo regras de

---

segurança estabelecida pela Secretaria de Defesa Social<sup>44</sup> para cada 80 adolescentes em situação de privação de liberdade, seriam necessários 160 agentes, porém a unidade contava com muito menos.

Para Volpi (2011) essa situação é de inteira responsabilidade do poder público estadual:

O poder público estadual é o agente responsável pela aplicação da Medida de Privação de Liberdade. Cabe, portanto, a ele, garantir que o Centro Socioeducativo seja adequado, físico e estruturalmente, ao cumprimento da medida. Neste caso, o ambiente deve ser apropriado às necessidades do adolescente, respeitando-se as especificidades de idade, gênero e gravidade da infração (VOLPI, 2011, p.39)

Portanto, é necessário compreender que os jovens que se encontram acautelados vivenciam as experiências de constituição social em um contexto de privação de liberdade que os desumaniza, não proporcionando as garantias legais e reais possibilidades de ressocialização – o que deve ser foco também da mídia, em seu papel de apontar as fragilidades do poder público no cumprimento do que lhe é legalmente obrigação.

### **3. MÍDIA E REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA**

Na comunicação, a palavra mídia é utilizada mais de maneira ampla que em seu significado primordial. Segundo Wolf (2003), num sentido cronológico, “mídia” esteve pautada em pesquisas embrionárias no campo da comunicação, tendo destaque com estudos de campanhas eleitorais, observando alteração do comportamento dos indivíduos e a opinião pública como um todo, entre os anos 1920 e 1940. Devido aos estudos desses processos nasceram as teorias da comunicação. Com o desenvolvimento acirrado da internet, ocorrido no final do século XX, balizado pela Web 2.0 e 3.0, o modelo de comunicação em rede vem se atualizando de maneira sistêmica por causa da midiática das redes.

Diante disto, temos uma mídia com diferentes fluxos de comunicação. Um exemplo a ser citado, são as mídias alternativas que tem ganhado tamanha proporção. As mídias

---

<sup>44</sup> Atualmente denominada Secretaria de Segurança Pública.

---

tradicionais ainda detêm elevada influência entre o público, porém, não consegue, ainda que se esforce interagir de maneira diversificada como as novas mídias. Analisamos a representação midiática de jovens acautelados em três veículos de notícias da região, o: Jornal Diário do Rio Doce (mídia impressa), o portal Axah Notícias (mídia virtual), e portal G1 (mídia televisiva e virtual). Temos nestes veículos um encontro entre as novas tecnologias e as mídias tradicionais, não desprezando nenhuma plataforma.

Por detrás dessas características, a mídia possui os chamados “filtros”, que são instrumentos de personalização e seleção da informação. Temos como exemplo o grande acervo de conteúdo informativo nas redes digitais, que é selecionado segundo interesses e preferências das equipes editoriais dos veículos de comunicação. Com o advento das novas tecnologias, os indivíduos têm se tornado, consumidores assíduos de informações, mesmo em portais de notícias há profissionais que definem as notícias. Nesse sentido, segundo Pena (2005) a mídia decide os assuntos que ganharão proporção na sociedade.

A ideia de que os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo que os meios de comunicação agendam nossas conversas. Ou seja, a mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos. (PENA, 2005, p.142)

Um dos assuntos recorrentemente pautados no ambiente acadêmico refere-se aos critérios da ética no exercício do processo da informação. Neste sentido, indaga-se: como não pensar nos estereótipos advindos de discursos midiáticos que estigmatizam os seres humanos? Os veículos de comunicação de massa possuem a tendência de estigmatizar situações ou relações por meio de seu discurso, no âmbito das minorias sociais, pois prevalece um discurso homogêneo que raramente se atualiza, centrando-se basicamente em tendências conservadoras.

Goffman (1988) propõe a ideia de que o estigma atribui aos indivíduos e grupos a condição de não serem completamente humanos. O autor une um pensamento, sinalizando que um grupo de indivíduos que não adere às normas sociais, passa a ser visto como um grupo que possui um comportamento desviante. Dessa forma:

As prostitutas, os viciados em drogas, os delinquentes, os criminosos, os músicos de jazz, os boêmios, os ciganos, os parasitas, os vagabundos, os gigolôs, os artistas de show, os jogadores, os malandros, das praias, os homossexuais, e o mendigo impenitente da cidade seriam incluídos, uma vez que, essas pessoas são consideradas engajadas numa espécie de negação coletiva da ordem social (GOFFMAN, 1988, p.154).

Essa negação coletiva, traz consequências das mais diversas ordens para estes grupos sociais mencionados acima. No caso dos jovens acautelados, sujeitos da pesquisa muitos demonstram ter dificuldades em elaborar projetos de vida para si, vivem marcas de estigmas reforçados pela mídia.

É salutar neste sentido, refletir a responsabilidade da mídia, seja no posicionamento adotado pela linha editorial do jornal ou pela opinião dos jornalistas, uma vez que contribuem para formação da opinião dos leitores que reproduzem os estigmas no cotidiano que estão inseridos, excluindo e fazendo juízo de valor de outros seres humanos sem sequer conhece-los.

Alguns veículos de comunicação fazem referência aos jovens em situação de acautelamento como delinquentes, e, portanto, os estigmatizam. Por meio desta prática formam opinião e criam condições para que os estigmas sejam reproduzidos socialmente.

Criou-se em 1993 a Agência de Notícias dos Direitos da Infância<sup>45</sup>(ANDI), organização sem fins lucrativos, de caráter apartidária, que procura articular produção de conteúdo midiático para o desenvolvimento dos direitos da criança e do adolescente, bem como o respeito e a valorização da imagem juvenil. Sua atuação acontece através de diálogo profissional e ético com as redações, faculdades de comunicação e poderes públicos. Idealizada pela sensibilidade dos jornalistas Âmbar de Barros e Gilberto Dimenstein, acumulando suas experiências nas áreas da educação, sociologia e comunicação.

Inicialmente, a ANDI dedicou atenção especial a duas realidades: a primeira, o cenário de crianças oriundas das classes sociais desprovidas de perspectivas de vida, vítimas da desigualdade social; e de outro, uma imprensa desatenta a esta realidade social nefasta, com grandes dificuldades em construir para si uma representação da investigação jornalística em

---

<sup>45</sup> Disponível em: <http://www.andi.org.br/sobre-a-andi>. Acesso em: 17 jun. 2019.

---

que os meninos e meninas pudessem aparecer na agenda pública como seres humanos sujeitos de direito.

A ANDI, em seu exercício, possui como estratégias a mobilização, monitoramento, qualificação e (re) aplicabilidade, isto é, realizando monitoramento de conteúdos jornalísticos, devolvendo aos profissionais e as empresas de comunicação um posicionamento crítico construtivo sobre seu desempenho editorial em relação à posicionamentos sobre criança e adolescente. Tal prática possibilita aos jornalistas acessar novos conhecimentos, experimentar novas abordagens e modelos sobre as temáticas dos direitos da criança e do adolescente – o que faz com que a representação midiática não estigmatize o jovem, mesmo que em situação de acautelamento, violando o direito de dignidade da pessoa humana.

Assim, apesar da existência de órgãos que estão empenhados com a construção da cidadania e do respeito à pessoa humana na sociedade, como a ANDI, a mídia realiza alguns posicionamentos inadequados, com a atuação muitas vezes descomprometida com as relações humanas e despreparada, em algumas circunstâncias sem nenhuma formação acadêmica, o que faz com que muitos veículos de comunicação se posicionem estigmatizando as diferenças, representando os sujeitos de maneira pejorativa.

#### **4. QUANDO A MORTE DO ACAUTELADO SE TORNA NOTÍCIA**

A proposta deste artigo, é portanto, analisar como três veículos de comunicação que noticiaram o incidente ocorrido no Centro Socioeducativo existentes em Governador Valadares, entre os meses de fevereiro a abril de 2017 se referiram aos jovens. Trata-se de dois portais de notícias online (sendo um também televisionado) e um jornal impresso tradicional da região. Tomou-se como instrumento a análise descritiva que para Trivinos “é um tipo de estudo que descreve os fatos e fenômenos de determinada realidade. São exemplos de pesquisa descritiva: estudos de caso, análise documental, pesquisa ex-post-facto” (TRIVINOS, 1987, p. 112).

O fato que ora analisado, segundo relato obtido em visita de campo, é o seguinte: na madrugada de domingo, dia 23 de abril de 2017, um jovem que estava cumprindo medida socioeducativa, assassinou outro jovem dentro do alojamento onde cumpria medida em



caráter provisório. O corpo do jovem de 18 anos foi aberto, e o coração e parte do pulmão foram arrancados e jogados dentro da pia do alojamento. Já aconteciam investigações em decorrência de outros dois homicídios, sendo o primeiro ocorrido em março, o segundo no dia 20 de abril, e o terceiro ocorrido no dia 23 de abril – não sendo estes dois assassinatos anteriores foco deste trabalho.

O primeiro veículo de comunicação que noticiou o fato e é o Diário do Rio Doce (DRD), considerado o maior veículo de comunicação impresso na cidade. O jornal possui 60 anos de existência, com uma circulação quase que contínua, com exceção das segundas-feiras, cuja tiragem é de aproximadamente 7.000 exemplares, de terça-feira a sábado, e 8.500 exemplares nos domingos. O jornal possui ainda um site ([www.drd.com.br](http://www.drd.com.br)) para as edições digitalizadas em formato PDF para acesso destinado aos assinantes.

No dia 24 de abril, a manchete de notícias do DRD relatou a informação da seguinte forma: “Terror no Centro Socioeducativo<sup>46</sup>”, cuja matéria dava conta de que o final de semana foi agitado para a Polícia Civil e Militar. O veículo, na iminência de conceder furo, não esperou pelas informações da Polícia Civil. No texto é informado que as indicações levantam como suspeito um adolescente de 15 anos e foi elaborado sem levar em consideração informações do delegado responsável pelo caso, que promoveu coletiva de imprensa dias após o ocorrido. Na manchete há informação que devido à ocorrência do homicídio, houve mudança na diretoria do Centro Socioducativo.

A reportagem deduz que o possível motivo do homicídio seja um desentendimento entre os jovens e deixa uma série de dúvidas ao leitor, porque carece de apuração rigorosa, pois, na ânsia em informar, a notícia excluiu detalhes. O veículo ainda realizou a publicação do nome da vítima na íntegra no corpo da matéria. O Código de Ética do Jornalista, no inciso VIII do Artigo 6º, diz que “é dever do jornalista respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão”.

A segunda reportagem do mesmo veículo, agora no dia 25 de abril de 2017, aparece com mais informações no desfecho da matéria. Porém, seu título ainda continua apelativo, no

---

<sup>46</sup> Disponível em: <https://issuu.com/websano/docs/diario25042017>. Acesso em: 18 mai. 2019.

---

sentido de provocar no leitor indignação, espanto, e não a refletir sobre o problema em si, bem como sua origem.

A manchete trazia: “*Barbárie* no Centro Socioeducativo<sup>47</sup>”; já o subtítulo da matéria carrega uma ironia ao referir o jovem praticante do crime análogo a homicídio como “*xerife* do alojamento”. No primeiro parágrafo da matéria, esclarece que o autor do ato não foi o jovem de 15 anos como foi noticiado na matéria anterior. O ato teria acontecido devido o descumprimento de regras entre os adolescentes, no dia de visitas de familiares é proibido a prática de masturbação no local, o que foi descumprido por um dos internos, sendo este motivo do homicídio.

O jornal se refere ao Centro Socioeducativo, como CIA (Centro de Internação do Adolescente), termo que segundo o Sistema Nacional de Medida Socioeducativa, está em desuso, uma vez que os jovens que lá se encontram, nos aspectos legais e teóricos, devem se ressocializar para o retorno à sociedade.

O segundo veículo de comunicação analisado, é o Portal Online Axah Notícias. Trata-se de um veículo de comunicação de produção colaborativa e independente, voltada para o público de Governador Valadares. Os idealizadores do site de notícias são jornalistas reconhecidos na comunidade que possuem formação acadêmica na área e atuação na imprensa local. A linha editorial do site é conhecida pelo seu posicionamento crítico, por exemplo, o jovem é retratado como suspeito. Consta no diário de bordo títulos das matérias<sup>48</sup> para fins de comparação.

Analisando os comentários dos leitores que interagiram com a notícia do fato ocorrido no Centro Socioeducativo, observamos que o público conseguiu repensar sobre a situação gerada pela falta de estrutura e problemas de superlotação na unidade. O título da matéria dava a entender a omissão do Estado quanto aos problemas: “Assassinatos expõem problemas de Centro Socioeducativo de GV”, e os tópicos da matéria<sup>49</sup> aparecem intitulados da seguinte

---

<sup>47</sup> Disponível em: <https://issuu.com/websano/docs/diario26042017>. Acesso em: 18 mai. 2019.

<sup>48</sup> Disponível em: <http://axahnoticias.com.br/suspeito-de-arrancar-coracao-de-adolescente-foge-de-centro-socioeducativo/?fbclid=IwAR3rxbUD8EJtdrzaQ5acUxiiHLPaQ3zYMFOispLBDwnaxy3VYVQosHdHla0>. Acesso em: 18 mai. 2019.

<sup>49</sup> Disponível em: <http://axahnoticias.com.br/assassinatos-expoem-problemas-de-centro-socioeducativo-de-gv/?fbclid=IwAR3oDpz5LPct3cxPpLXc5uE2Yh-QIV2F7DzVo9BNLkMju7DIyiC0PGt67Wc>. Acesso em: 18 mai. 2019.

---

forma: “Falta estrutura e sobram internos”, aqui decorre da superlotação. Em seguida, “Nova direção”, retoma matéria dizendo da mudança na gestão do Centro ocasionada na época.

Contudo, no início do mês de junho, o Portal de Notícias encerrou suas atividades, pois, por mais que a proposta do meio de comunicação fosse oferecer informação com o máximo de clareza, responsabilidade, rapidez e qualidade, problemas de ordens financeiras e de pessoal fizeram com que as atividades chegassem ao fim<sup>50</sup>.

Por fim, o terceiro veículo de comunicação ora analisado é o portal online de notícias, G1, vinculado ao Sistema Globo de Comunicação, que em sua estrutura regional, inclusive televisiva, também realizou cobertura do caso. O Portal foi o único que já havia emitido notícias com desfecho de casos anteriores no Centro Socioeducativo como a morte de um adolescente de 15 anos. Na matéria “Em MG, jovem é morto dentro de Centro Socioeducativo e tem coração arrancado, diz Polícia Civil<sup>51</sup>”. A todo instante, manteve-se parcial na reportagem, procurando ouvir somente os órgãos públicos. Pode-se perceber a utilização de termos inadequados ao se referirem ao jovem envolvido em ato infracional, tais como “menor”, e “interno”, além da presença do termo “crime”, quando deveria ser “ato infracional”; no entanto, na publicação preservaram o nome dos jovens envolvidos, mas informaram o nome do adolescente vítima do homicídio.

Em todas as matérias analisadas, não houve nenhum jovem acautelado que fosse ouvido pelos repórteres. Não foi possível ver quem fala por eles, além dos órgãos de controle social como as Polícias Cíveis e Militares, o que talvez tenha ocorrido por serem estigmatizados, sem “relevância” para ordem social. As matérias lembravam apenas de gestores públicos e se basearam com falas institucionais.

Foi possível assim, perceber que a mídia ao não usar adequadamente os termos legais ao se referir aos jovens e a instituição de acautelamento, ao se referir ao jovem por meio de expressões irônicas tais como xerife, detento, delinquente, mostra desconhecimento e postura que não converge com os padrões definidos pelos órgãos de defesa dos direitos do adolescente.

---

<sup>50</sup> Disponível em: <http://axahnoticias.com.br/o-axah-vai-dar-um-tempo/>. Acesso em: 18 mai. 2019.

<sup>51</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/em-mg-jovem-e-morto-dentro-de-centro-socioeducativo-e-tem-coracao-arrancado-diz-policia-civil.ghtml>. Acesso em: 18 mai. 2019.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da análise das matérias percebe-se o despreparo de alguns profissionais de comunicação e a dificuldade em dialogar com as questões ligadas ao jovem em situação de privação de liberdade. A Agência de Notícias dos Direitos da Infância oferece capacitação para jornalistas viabilizando cursos, palestras e seminários de forma gratuita, além de disponibilizar manuais que possibilita a representação midiática do jovem sem estereótipos e ironias, contudo, o estudo permitiu compreender que ela ainda não atingiu plenamente sua finalidade, uma vez que nem todos os jornalistas tem sido capazes de tratar a questão ligada a juventude e a socioeducação de forma legal, ética e tecnicamente correta.

Através da análise descritiva do conteúdo das matérias e dos comentários em portais observou-se que os jovens são retratados nas matérias como “menor”, “interno”, cujos termos estabelecidos de acordo com ECA/90, ANDI e o SINASE são completamente ignorados. Além disto, percebeu-se situações de sarcasmo e ironia nos textos quando se referem aos acautelados, além da divulgação dos nomes das vítimas como aconteceu com a vítima do homicídio dentro do alojamento.

Neste sentido, é necessário que jornalistas e estudantes da área da comunicação se informem sobre as terminologias corretas, conheçam aos órgãos de defesa da imagem e proteção da criança e do adolescente, como a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI), para que possam construir narrativas de um jornalismo mais cidadão, democrático e humanizado, que desperte nas pessoas o pensamento crítico sobre os processos de exclusão e violência em nossa sociedade, e, sobretudo, em relação a jovens em privação de liberdade.

## REFERÊNCIAS

BORGES, Doriam; CANO, Ignácio (Orgs.). **Homicídios na adolescência no Brasil**, Rio de Janeiro: Observatório de Favelas, 2012.

CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO, **Diálogos e Mediação de Conflitos nas Escolas** - Guia Prático para Educadores. Brasília-DF, 2014. Disponível em: [http://www.cnmp.mp.br/portal/images/stories/Comissoes/CSCCEAP/Di%C3%A1logos\\_e\\_Media%C3](http://www.cnmp.mp.br/portal/images/stories/Comissoes/CSCCEAP/Di%C3%A1logos_e_Media%C3)

---

---

[%A7%C3%A3o de Conflitos nas Escolas Guia Pr%C3%A1tico para Educadores.pdf](#). Acesso em: 01 de junho de 2017

DAYRELL, Juarez. O jovem como sujeito social. In: **Revista Brasileira de Educação**, Associação Nacional dos Pesquisadores em Educação, n. 24, p. 40 – 52, set/ out/ nov/ dez/ 2003

GOFFMAN, Erving. **Manicômios, prisões e conventos**. São Paulo: Perspectiva 1988

GOVERNADOR VALADARES. **Plano Decenal de Atendimento às Medidas Socioeducativas de Governador Valadares**. Secretaria Municipal de Assistência Social. Prefeitura Municipal de Governador Valadares. 2016.

NONATO, Eunice Maria Nazareth. **Juventude, Educação e Direito: ação de intervenção em um centro socioeducativo**. Projeto de Pesquisa e Extensão. Universidade Vale do Rio Doce. 2014.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo. Ed. Contexto. 2005.

PEREIRA, Gerson Silveira. **Semiliberdade**. In: LAZZAROTTO, Gislei Domingos Romanzini et al. Medida socioeducativa de A e Z. Porto Alegre: UFRGS, 2014. p. 241-243.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VOLPI, Mário. **O adolescente e o ato infracional**. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2011

---

**Notícias falsas e saúde:  
análise de conteúdo da agência de checagem 'Fato ou Fake' do portal G1**

**Fake news and health:  
content analysis of the 'Fato ou Fake' fact checking agency from portal G1<sup>52</sup>**

Jhonatan Dias GONZAGA<sup>53</sup>  
Adriana Cristina Omena dos SANTOS<sup>54</sup>

## RESUMO

Este trabalho investigou de que modo a agência 'Fato ou *Fake*' do portal G1 utiliza o jornalismo científico e a ciência para desvendar boatos sobre saúde. Trata-se de pesquisa descritiva e documental, por meio da Análise de Conteúdo. Constatou-se pouca frequência do tema saúde na agência de checagem, pois a agência publicou 23 reportagens em 2018 em relação à saúde. Fica evidente que, devido às eleições em 2018, o tema saúde foi pouco abordado.

**PALAVRAS-CHAVE:** *fake news*; *fact checking*; saúde; ciência; jornalismo científico.

## ABSTRACT

The scientific initiation investigated how the 'Fate or Fake' agency from the G1 portal uses scientific journalism and science to check health *fake news*. It is a descriptive and documentary research, through Content Analysis. There was a low frequency of the health issue in the checking agency, since the agency published 23 reports in 2018 about health. It is evident that, due to the elections in 2018, the health issue was little approached.

**KEYWORDS:** Fake News; Fact checking; public health; science; scientific journalism.

## 1. INTRODUÇÃO

A era digital permite que cada usuário da internet crie conteúdos, mas também possibilita a falsificação das informações de modo abrangente. Ferreira (2018) propõe dois

---

<sup>52</sup> Resultados parciais do projeto de Iniciação Científica 'Um estudo sobre a abordagem de temas científicos e de saúde em agências de *fact checking*', desenvolvido na Universidade Federal de Uberlândia (UFU) em 2018.

<sup>53</sup> Estudante do 6º. semestre de Jornalismo pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: [jhondg1@hotmail.com](mailto:jhondg1@hotmail.com)

<sup>54</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: [adriomena@gmail.com](mailto:adriomena@gmail.com)

---

motivos fundamentais para a desinformação na internet: a queda da credibilidade da imprensa tradicional e o surgimento de novas plataformas de produção e distribuição que contribuiram para um maior estado de relativização da verdade (FERREIRA, 2018, p. 02). A hipótese de que as novas mídias contribuem para a desinformação online também é bastante utilizada, visto que elas aparecem como espaços potenciais de democratização da comunicação e diminuição do poder de influência dos meios de massa, mas também “é fato que o ciberespaço não garante a qualidade da informação, bem como não impede a propagação de boatos e mentiras” (MEDEIROS; LÔRDELO, 2012, p. 46). Diante disso, o fenômeno da desinformação na internet desperta interesse acadêmico, com diversos trabalhos, metodologias e referenciais teóricos de diferentes áreas do conhecimento, assim como na Ciência da Comunicação. Além disso, é necessário destacar a diferença entre um boato e uma notícia falsa. Muller e Souza (2018, p. 06) explicam que

[...] *fake news* são tipicamente falsas e, por causa disso podem gerar danos epistemológicos, morais, econômicos, políticos, etc. As consequências de uma decisão baseada em desinformação podem ser desastrosas. [...] Por outro lado, os boatos podem ser tanto verdadeiros quanto falsos. Os boatos mais famosos são os falsos, por causa dos danos que podem causar, mas eles também podem ser verdadeiros e úteis em sociedades onde há repressão, censura e falta de liberdade de expressão. Enquanto boatos podem ser verdadeiros, *fake news* são sempre falsas.

Outra diferença fundamental entre boato e a *fake news* é a intenção discursiva. A notícia falsa é arquitetada para enganar as pessoas, causar estragos, enquanto o boato pode partir da ignorância e desconhecimento de quem compartilha:

Um terceiro aspecto a considerar é se a sua disseminação é planejada ou acidental. As *fake news* são disseminadas como consequência de um ato deliberado. A sua propagação é sempre planejada e visa a alcançar objetivos específicos. Essa característica distingue a notícia falsa, propagada acidentalmente ou defectivamente por uma fonte jornalística confiável, de uma *fake news*. Por outro lado, os boatos podem ou não ser deliberados. Há várias motivações para difundir boatos, tanto verdadeiros quanto falsos (MÜLLER; SOUZA, 2018, p. 07).

---

A forma de disseminação também caracteriza a notícia falsa e o boato. As *fake news* são um fenômeno da internet, mas especificamente das mídias sociais, que têm um modo sistêmico de disseminação, com um poder de alcance muito grande. De outra forma, é típico dos boatos serem transmitidos oralmente (MÜLLER; SOUZA, 2018, p. 07).

A dimensão das notícias falsas e boatos também atinge a esfera da saúde. A realidade brasileira tem diversos episódios que demonstram as consequências da desinformação na saúde. Um dos casos mais emblemáticos envolve a Febre Amarela, pois as informações sobre a doença já foram objeto de manipulação, com consequências desastrosas. A falsa notícia de que havia uma importante epidemia de febre amarela provocou uma corrida em busca da vacina no estado de São Paulo, em 2008, quando em sua capital foi multiplicado por cinco o número de doses aplicadas, em comparação ao ano anterior. Naquele episódio, quatro pessoas morreram por efeitos adversos graves da vacina (HENRIQUES, 2018, p. 11). As mortes de macacos devido aos boatos no WhatsApp também foram marcantes para a discussão:

A associação entre a morte de macacos e a ocorrência da doença tem levado, em muitas ocasiões, à crença de que eles disseminam a febre amarela, resultando inclusive em agressões a esses animais. Assim, é importante lembrar sempre que os macacos não transmitem a doença, mas sim os mosquitos. O lugar dos macacos no ciclo da febre amarela é equivalente ao dos humanos. Mais do que isso, quando os macacos estão presentes a vigilância de doenças e mortes entre eles é um dos mecanismos mais importantes para a detecção precoce da circulação do vírus em uma localidade, permitindo a resposta rápida para evitar casos humanos (HENRIQUES, 2018, p. 11).

Sacramento (2018) também discute outro caso de desinformação sobre saúde que despertou alerta nas instituições. Para o autor

Os boatos fazem parte da história da imunização no Brasil [...] Se fizermos uma rápida digressão, podemos observar em nossa história recente alguns casos: o ‘pânico moral’ em torno da vacinação de meninas entre 11 e 13 anos contra o HPV em 2014 e a rejeição à vacina contra a influenza H1N1 em 2010 (SACRAMENTO, 2018, p. 06).

Ou seja, exemplos dos impactos das *fake news* na vacinação são inúmeros. Pelos motivos supracitados, surge a necessidade de agências de ‘*fact checking*’ a fim de melhorar o



---

debate e a qualidade de informação nas redes. A checagem de informações é a regra mais básica no jornalismo. Entretanto, devido ao volume de notícias falsas, esta atividade tem se especializado e portais destinados apenas para a checagem de informações estão cada vez mais presentes no jornalismo atual. Spinelli e Santos (2018) lançaram um estudo sobre estas agências no Brasil:

A checagem de dados não é novidade no jornalismo. Mas, a partir dos anos 2000, começou a despontar uma checagem após a publicação voltada para as declarações feitas por figuras públicas - o fact-checking. Com o lançamento do site Factcheck.org, nos Estados Unidos, sob o comando de Brooks Jackson, o gênero começou a conquistar reconhecimento e audiência, tendo seu ápice quando o PolitiFact6 levou o prêmio Pulitzer em 2009 (MONNERAT, 2017). [...] Diante da disseminação de notícias falsas e o comportamento do público em relação ao que se produz, a tendência é de que os grandes veículos de comunicação, diante de suas redações cada vez mais enxutas, tenham que usar cada vez mais a mão-de-obra de agências de checagem para auxiliar nesse processo (SPINELLI; SANTOS, 2018, p. 12-13).

Portanto, “o jornalismo profissional deve assumir o papel de guardião da credibilidade das notícias. Na era da pós-verdade, [...], o jornalismo precisa apostar na sua essência o compromisso com a qualidade e apuração dos fatos” (SPINELLI; SANTOS, 2018, p. 14). Há autores que defendem a ideia de que, ao mesmo tempo em que a internet é utilizada para o espalhamento de desinformação, ela também pode ser uma poderosa ferramenta para coibir este acontecimento, visto que “o próprio caráter de pluralidade e colaboração do meio pode atuar na denúncia das informações falsas, controversas e de interesses privados camufladas de interesses privados” (MEDEIROS; LÔRDELO, 2012, p. 46). Entretanto, esta ideia não é compartilhada por todos os pesquisadores no tema, como Sodré e Paiva (2011), que afirma que a checagem não ganha a mesma força do que o boato ou *fake news*, visto que eles predominam pela força do imaginário, são mais “vir ticos” do que a comunica o de fato (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 32).

Dada a importância da atividade de checagem de informa es, a inicia o científica desenvolvida pelo autor une a comunica o em saúde e os processos de *fact checking*. Ou seja, buscou-se pesquisar se as agências de checagem informaram sobre saúde e de que modo

---

este processo foi feito. Os objetivos da iniciação científica foram: verificar de que modo a saúde é representada no processo de checagem de boatos e *fake news*; pesquisar as tendências desta atividade em relação à desinformação científica, e apontar contribuições do exercício do jornalismo científico destas agências na promoção da comunicação em saúde. A proposta se justifica uma vez que falsas notícias envolvendo a saúde são irresponsavelmente difundidas nas redes sociais, e poucas pessoas têm a consciência de verificar as fontes e a confiabilidade. Isso pode ter consequências sérias e danosas para o conhecimento da sociedade acerca da ciência e dos trabalhos desenvolvidos no país. Deste modo, é necessário analisar se agências de checagem dão espaço suficiente para este assunto, e como este processo é feito. O interesse por esta temática surgiu também devido ao baixo número de estudos acadêmicos e sistemáticos sobre as agências. Os estudos encontrados, majoritariamente, analisam os impactos políticos das checagens. Assim, o foco nesta temática é justificável pois as *fake news* envolvendo política possuem volume grande, são muito perceptíveis (tanto pelas agências, quanto pelo público que compartilha as informações). O aspecto científico do *fact checking* é pouco citado nas pesquisas. Por conseguinte, a pesquisa desenvolvida tem a importância de possibilitar uma nova visão das agências de *fact checking* enquanto divulgadoras e promotoras da comunicação em ciências e saúde.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo é resultado de uma pesquisa descritiva, documental e exploratória. A natureza do trabalho é aplicada pois objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos (no caso o problema do modo como a saúde é abordada no *fact checking* da agência). (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 36). A ferramenta metodológica utilizada foi a Análise de Conteúdo. Definida por Bardin (1994, p. 18) como “[...] uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”. Esta ferramenta é bastante utilizada nos estudos de comunicação, sobretudo no jornalismo, e foi escolhida para compor este trabalho tendo em vista sua característica de categorização e quantificação que permite análise qualitativa por meio da inferência, pois, como não havia trabalhos específicos de estudos

sobre a ciência no *fact checking*, a Análise de Conteúdo se tornou necessária para uma primeira etapa exploratória e quantitativa. A pesquisa foi feita pela análise de 4 portais de checagem: ‘Fato ou Fake’<sup>55</sup>, Agência Lupa<sup>56</sup>, UOL Confere<sup>57</sup> Agência Pública<sup>58</sup>. Estas quatro agências foram escolhidas com base na popularidade e também são as únicas agências com conteúdo sobre saúde suficiente para análise na pesquisa preliminar. Para configurar como *fact checking* sobre saúde, foi utilizado o critério da Agência Ibero Americana de Jornalismo científico de caracterização de matérias científicas:

[...] deveria atender, pelo menos, a um dos seguintes requisitos: mencionar cientistas, pesquisadores, professores universitários ou especialistas em geral (desde que apareçam vinculados a uma instituição científica e comentassem temas relacionados com ciência) ou mencionar instituições de pesquisa e universidades; mencionar dados científicos ou resultados de investigações; mencionar política científica; tratar de divulgação científica. (MEDEIROS *et al* 2013, p. 12)

Figura 1: Captura de tela de uma manchete caracterizando um *fact checking* sobre saúde da agência Fato ou fake.

### **É #FAKE que água gelada fecha veias do coração, cria problemas no fígado e causa câncer no estômago**

Texto circula por redes sociais. Conteúdo da mensagem, que fala sobre efeito da temperatura do líquido no corpo humano, é falso.

Por Thaís Lima, G1  
07/06/2018 09:00 - Atualizado há 5 meses



Disponível em <https://glo.bo/2npTTqJ>. Acesso em: 01 de mar. de 2019.

A amostra foi selecionada em todo o ano de 2018, ou seja, todas as matérias que dialogavam de alguma forma com a temática saúde foram analisadas. Este tempo de amostragem foi escolhido por duas razões: como o *fact checking* sobre ciência ainda é raro é

<sup>55</sup> Acesso através do link: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>

<sup>56</sup> Acesso através do link: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>

<sup>57</sup> Acesso através do link: <https://noticias.uol.com.br/confere/>

<sup>58</sup> Acesso através do link: <https://apublica.org/tag/fact-checking/>

preciso de um tempo maior para ter material suficiente, além disso, com a proximidade das eleições os boatos verificados pelas agências são majoritariamente políticos, e a saúde é naturalmente pouco abordada. A coleta de dados se deu de modo manual, em consulta aos 4 sites supracitados, por meio de navegação entre a barra de últimas notícias dos sites, a fim de gerar as tabelas do corpus da pesquisa que serão apresentadas. A partir da coleta, foram feitas as categorizações baseadas em aspectos fundamentais da prática do jornalismo científico: 1) frequência do tema saúde na agência; 2) explicação de conceitos científicos 3) presença de recursos gráficos no texto do *fact checking* 4) presença de hiperlinks ou outros modos de aprofundamento do tema 5) recomendação de comportamento\atitude aos leitores 6) fontes utilizadas no processo de checagem (Cientista\pesquisador; Hospital; Instituição de pesquisa; Dados; documentos; pesquisa científica; 7) não há fontes 8) menção aos riscos do compartilhamento das *fake news* da área da saúde. Neste artigo serão apresentadas apenas a análise da frequência de matérias sobre saúde no portal de *fact checking* G1.

### 3. RESULTADOS E ANÁLISES

O primeiro aspecto a ser considerado na Análise de Conteúdo é a frequência que um determinado tema possui em algum meio jornalístico. Desta forma, no ano de 2018, fica bastante evidente que, de modo geral, as *fake news* envolvendo saúde não foram abordadas com frequência nas agências de checagem. A agência ‘Fato ou fake’ do portal G1 publicou 23 matérias sobre o assunto saúde e pelo total, o site publicou 242 reportagens desmentindo boatos no ano de 2018, segundo o relatório<sup>59</sup>, que também aponta que as 10 matérias mais acessadas no site são sobre o tema políticas e eleições. Ou seja, menos de 10% das reportagens feitas no ano de 2018 pela agência desmentiam boatos sobre saúde, e estas não são as mais acessadas do site. Conclui-se que temas científicos não possuem muita visibilidade nesta agência ou muito interesse por parte dos leitores.

---

<sup>59</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/retrospectiva/2018/noticia/2018/12/22/fato-ou-fake-mais-de-mil-checagens-no-ano.ghtml>.

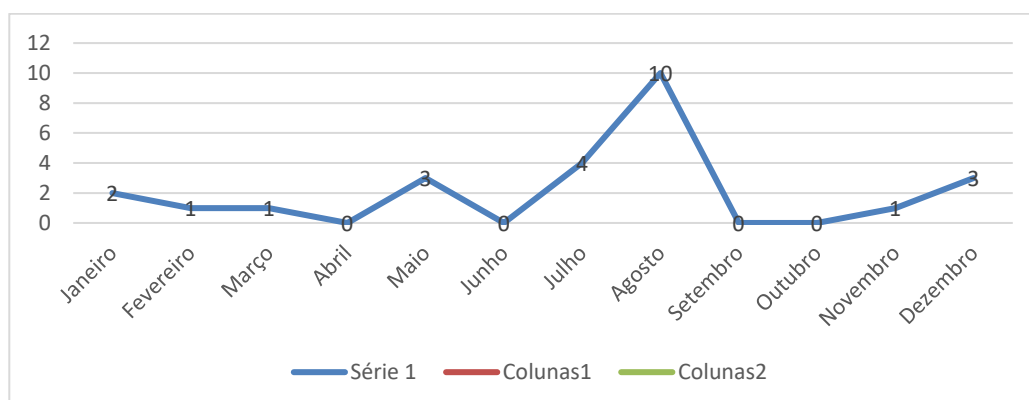
Tabela 1: Corpus de análise de matérias de checagem de informação sobre o tema saúde e ciência na agência Fato ou fake G1

<b>Nº</b>	<b>Título e Subtítulo</b>	<b>Data</b>	<b>Link</b>
01	É #FAKE que imagem com ilusão de ótica é teste para estresse	07/12/2018	<a href="https://glo.bo/2SZZS7W">https://glo.bo/2SZZS7W</a>
02	É #FAKE mensagem que diz que coco quente mata câncer	05/12/2018	<a href="https://glo.bo/2XkFRHX">https://glo.bo/2XkFRHX</a>
03	É #FAKE que PF apreendeu baús de medicamentos da Cruz Vermelha com bilhões de dólares dentro	03/12/2018	<a href="https://glo.bo/2VIIWGX">https://glo.bo/2VIIWGX</a>
04	É #FAKE texto que diz que usar celular no escuro causa câncer no olho	14/11/2018	<a href="https://glo.bo/2FgO2iF">https://glo.bo/2FgO2iF</a>
5	É #FAKE que acordar e se levantar rapidamente à noite pode causar acidente vascular cerebral	12/08/2018	<a href="https://glo.bo/2w69Zdf">https://glo.bo/2w69Zdf</a>
6	É #FAKE mensagem que diz que médicos recomendam beber muita água à noite e urinar de madrugada	11/08/2018	<a href="https://glo.bo/2MquETE">https://glo.bo/2MquETE</a>
7	É #FAKE que máscara de fermento clareia a pele e combate rugas	10/08/2018	<a href="https://glo.bo/2MLuKlr">https://glo.bo/2MLuKlr</a>
8	É #FAKE que aspartame gera falso quadro de esclerose múltipla e faz desenvolver lúpus	09/08/2018	<a href="https://glo.bo/2w6Qnpu">https://glo.bo/2w6Qnpu</a>
9	É #FAKE que água gelada fecha veias do coração, cria problemas no fígado e causa câncer no estômago	07/08/2018	<a href="https://glo.bo/2npTTqJ">https://glo.bo/2npTTqJ</a>
10	É #FAKE texto que diz que nova dipirona importada da Venezuela contém vírus mortal.	06/08/2018	<a href="https://glo.bo/2Mi45Qa">https://glo.bo/2Mi45Qa</a>
11	É #FAKE texto que diz que cédulas de dinheiro carregam bactéria sem cura que 'come' carne humana	05/08/2018	<a href="https://glo.bo/2KEcvfP">https://glo.bo/2KEcvfP</a>
12	É #FAKE mensagem que diz que colocar feijão de molho com vinagre mata bactéria que nem antibióticos estão resolvendo	04/08/2018	<a href="https://glo.bo/2OjXkek">https://glo.bo/2OjXkek</a>
13	É #FATO que vale manter aspirina à mão em caso de infarto	03/08/2018	<a href="https://glo.bo/2n4xrn8">https://glo.bo/2n4xrn8</a>
14	É #FATO que pedir para a pessoa rir e levantar os braços ajuda a identificar AVC	02/08/2018	<a href="https://glo.bo/2MchQ33">https://glo.bo/2MchQ33</a>
15	Veja o que é #FATO e o que é #FAKE sobre imunização	31/07/2018	<a href="https://glo.bo/2nmEpnv">https://glo.bo/2nmEpnv</a>
16	É #FAKE texto que diz que tapioca pode matar	31/07/2018	<a href="https://glo.bo/2OjUwhi">https://glo.bo/2OjUwhi</a>
17	É #FAKE que campanha contra sarampo tem adultos como público-alvo	30/07/2018	<a href="https://glo.bo/2OmHcbH">https://glo.bo/2OmHcbH</a>
18	É #FAKE que novo vírus H2N3 tem provocado mortes no Brasil	30/07/2018	<a href="https://glo.bo/2OV1ryz">https://glo.bo/2OV1ryz</a>

<b>19</b>	Contato com lagarta pode causar hemorragia e até matar? E não há soro contra o veneno? Veja o que é verdade e o que não é	09/03/2018	<a href="https://glo.bo/2Xj5XLg">https://glo.bo/2Xj5XLg</a>
<b>20</b>	Diretor do HC mandou mensagem com dicas para evitar gripe que vai matar muita gente? Tamiflu é feito de erva-doce? Não é verdade!	15/05/2018	<a href="https://glo.bo/2LtGI8o">https://glo.bo/2LtGI8o</a>
<b>21</b>	Tomar própolis repele mosquito da febre amarela? Não é verdade!	22/01/2018	<a href="https://glo.bo/2NXQ5MA">https://glo.bo/2NXQ5MA</a>
<b>22</b>	Receita natural imuniza contra a febre amarela ou cura a doença? Não é verdade!	19/01/2018	<a href="https://glo.bo/2NXQ5MA">https://glo.bo/2NXQ5MA</a>
<b>23</b>	Pirulito com energético está intoxicando crianças? Não é verdade!	27/02/2018	<a href="https://glo.bo/2oFjHzl">https://glo.bo/2oFjHzl</a>

Este resultado não significa que a desinformação sobre saúde é menor do que a sobre política, mas sim que esta agência de checagem não tratou bastante sobre o tema. Este resultado é diretamente influenciado pelo ano em que a pesquisa foi realizada, visto que em época de eleição os esforços dos jornalistas são prioritários para a checagem política, análise de discursos de campanha etc. Dessa forma, temas científicos ficam de lado não por má intenção do site ou desinteresse, pois não é possível cobrir todos os assuntos da mesma forma. Esta constatação é comprovada quando as 23 reportagens sobre saúde são separadas e comparadas pelos meses de ocorrência, que gera o seguinte gráfico:

Gráfico 1: Representação da frequência mensal do tema saúde na agência de *fact checking* ‘fato ou fake’.



Fonte: gráfico feito pelo autor.

Analisando qualitativamente, a maioria das fontes são médicos e pesquisadores, que desmentem as *fake news* por meio de entrevistas, mas também é notável a participação de órgãos e instituições (tal como a Fiocruz, que foi bastante citada para desmentir boatos sobre a febre amarela e também como vítima de desinformações, assim como o Ministério da Saúde e o SUS). Percebe-se, também, que há pouca utilização de recursos gráficos e interativos a fim de ilustrar ou tornar o entendimento dos conceitos científicos mais visíveis.

Portanto, buscou-se no trabalho primeiramente investigar como a saúde é retratada no *fact checking*, e foi constatado que o serviço de checagem do portal analisado presta um serviço de jornalismo científico de qualidade, entretanto, o tema saúde ainda é pouco recorrente. Contudo, o *fact checking* por si só não é capaz de acabar com o fenômeno da desinformação em saúde, visto que é um serviço que se limita ao ambiente virtual, e poucas pessoas têm acesso ao site. Henriques (2018) demonstra uma possibilidade para enfretamento desse fenômeno da modernidade, pois o fortalecimento das instituições de saúde, de ensino e pesquisa, com investimento em suas interfaces de comunicação, pode contribuir para que sejam reconhecidas como fonte de consulta para profissionais e a população (HENRIQUES, 2018, p. 12). Portanto, a sociedade civil e o Estado brasileiro devem estimular Políticas Públicas mais efetivas para a contenção da desinformação em saúde.

## REFERÊNCIAS

- ALZAMORA, Geane Carvalho; BICALHO, Luciana Andrade Gomes. A dinâmica transmídia de fake news: interações sociais em torno da concepção pragmática de verdade. In: XXVII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. 2018, Belo Horizonte. **Anais do XXVII Encontro Anual da Compós**. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2018.
- ARAÚJO, Inesita Soares; CARDOSO, Janine Miranda. **Comunicação e saúde**. Rido de Janeiro. Editora FIOCRUZ, 2007.
- BARDIN, Laurence. **Content analysis**. São Paulo. Livraria Martins Fontes, 1977.
- FERREIRA, Ricardo Ribeiro. Rede de mentiras: a propagação de *fake news* na pré-campanha presidencial brasileira. **Revista Observatório (OBS\*)**, v. 12, n. 5, p. 139-162, 2018.
- HENRIQUES, Cláudio Maierovitch Pessanha et al. A dupla epidemia: febre amarela e desinformação. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 12, n. 1, 2018.

---

Disponível em: <<https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1513>>. Acesso em: 15 jul. 2019.

MEDEIROS, Priscila Muniz; LÔRDELO, Tenafrae Silva. Novas mídias: lugar de opinião? Lugar de informação? **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 9, n. 1, p. 34-48, 2012.

MÜLLER, Felipe Matos; SOUZA, Márcio Vieira. *Fake news*: um problema midiático multifacetado. In: VIII CONGRESSO INTERNACIONAL DE CONHECIMENTO E INOVAÇÃO. 2018, Florianópolis. **Anais do VIII Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), 2018.

RAMALHO, Marina et al. **Ciência em telejornais**: uma proposta de ferramenta para análise de conteúdo de notícias científicas. Monitoramento e capacitação em jornalismo científico: a experiência de uma rede ibero-americana. Rio de Janeiro: Museu da Vida/Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz, 2012.

SACRAMENTO, Igor. A saúde numa sociedade de verdades. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, v. 12, n. 1, 2018. Disponível em: <<https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1514/2201>>. Acesso em: 15 jul. 2019.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÔRDOVA, Fernanda Peixoto. **Unidade 2—a pesquisa científica**. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Informação e boato na rede. In: SILVA, Gislen; KÜNSCH, Dimas A. BERGER, Chirista; ALBUQUERQUE, Afonso. (Org.). **Jornalismo Contemporâneo: figuras, impasses e perspectivas**. 1ª ed. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2011, p. 21-32.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. Jornalismo na Era da Pós-Verdade: fact-checking como ferramenta de combate às *fake news*. **Revista Observatório**, v. 4, n. 3, p. 759-782, 2018.



---

**Democracia racial no cinema brasileiro:  
reflexões sobre ações inclusivas para pessoas negras**

**Racial democracy in Brazilian cinema:  
reflections on inclusive actions for black people**

Evandro da Silva LUNARDO<sup>60</sup>

**RESUMO**

O presente artigo procura promover reflexões sobre a participação e a inclusão de pessoas negras na produção cinematográfica brasileira. É trazida para este campo de análise a influência de fatores diretamente relacionados ao conceito de democracia racial no Brasil, com base em DaMatta (1986), Freyre (2003) e Holanda (1995), que investigaram as relações sociais historicamente marcadas pelo preconceito e pela desigualdade de oportunidades. Através de consultas bibliográficas e exemplos, também são discutidos aspectos das cotas afirmativas nas áreas da Educação e da Cultura. Este trabalho desperta o debate necessário e contínuo sobre a falta de visibilidade da população negra no cinema brasileiro, e amplia olhares para uma legítima democracia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ações afirmativas; Cinema; Cotas; Negros; Preconceito.

**ABSTRACT**

This article seeks to promote reflections on the participation and inclusion of black people in Brazilian cinematographic production. In this field of analysis, the influence of factors directly related to the concept of racial democracy in Brazil, based on DaMatta (1986), Freyre (2003) and the Netherlands (1995), were investigated. These investigated the social relations historically marked by prejudice and inequality of opportunity. Through bibliographic consultations and examples, aspects of affirmative dimensions in the areas of Education and Culture are also discussed. This work awakens the necessary and continuous debate about the lack of visibility of the black population in the Brazilian cinema, and broadens eyes for a legitimate democracy.

**KEYWORDS:** Affirmative actions; Movie theater; Quotas; Blacks; Preconception.

**1. INTRODUÇÃO**

---

<sup>60</sup> Estudante do 6º. período do Curso de Comunicação Social com ênfases em Mídias Sociais e Produção Cultural do Centro Acadêmico do Agreste (CAA) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: [lunasky25@hotmail.com](mailto:lunasky25@hotmail.com)

Permeada por grandes contrastes sociais que atravessam aspectos estruturais e funcionais, a sociedade brasileira elaborou uma manutenção eficaz para as suas relações raciais. Composto a partir de uma marcante herança cultural em que índios, brancos e negros estão definidos em percepções dissemelhantes, o Brasil paira no esteio romantizado da miscigenação que catalisa uma suposta democracia racial. A hierarquização dos sujeitos sociais brasileiros baseada na ancestralidade biológica já foi discutida por Roberto DaMatta no livro *O que faz o brasil, Brasil?* (1986), no qual relaciona o impacto nocivo do refinamento dessa hierarquia ao conceito de superioridade do europeu colonizador no século XVI. Discriminatório, esse pensamento se tornou um elemento incrustado em nosso tecido social. Sobre isso, DaMatta (1986) pondera que

O lato contundente de nossa história é que somos um país feito por portugueses brancos e aristocráticos, uma sociedade hierarquizada e que foi formada dentro de um quadro rígido de valores discriminatórios. Os portugueses já tinham uma legislação discriminatória contra judeus, mouros e negros, muito antes de terem chegado ao Brasil; e quando aqui chegaram apenas ampliaram essas formas de preconceito (DAMATTA, 1986, p. 31).

Dentro dessa conjuntura matricial, o preconceito racial se contextualizou e se proliferou, enquadrando cada cidadão em seu devido lugar de acordo com a sua descendência. Por conseguinte, a nossa mistura de raças instaurou uma hipotética harmonia na paridade étnica e racial, na qual surgem modos sutis e latentes de discriminação. Acerca dessa “democracia”, o autor supracitado embasa que

De fato, é mais fácil dizer que o Brasil foi formado por um triângulo de raças, o que nos conduz ao mito da democracia racial, do que assumir que somos uma sociedade hierarquizada, que opera por meio de gradações e que, por isso mesmo, pode admitir, entre o branco superior e o negro pobre e inferior, uma série de critérios de classificação (DAMATTA, 1986, p. 31-32).

Nos anos 30 do século XX, antes de DaMatta (1986), outro autor que tratou de analisar questões genuinamente brasileiras, dentre as quais estão as referências cruciais acerca

---

das injustiças sociais advindas da discriminação racial, foi Sérgio Buarque de Holanda, na obra *Raízes do Brasil* (1936). Para ele, não havia solidez e autenticidade na ideia de democracia de raças no país, mas sim uma forma de ocultar mazelas oriundas do racismo; muitas vezes através do conceito da cordialidade, que marca um padrão atitudinal do brasileiro para manter convivências amistosas com seus pares e com as mais diversas instituições. Essa cordialidade vai além de um comportamento gentil, ela se caracteriza na própria índole do brasileiro que procura conseguir privilégios, ao mesmo tempo em que busca preservar seus reais sentimentos e opiniões.

Em parte do livro dedicada para expandir suas concepções sobre o tema, o referido autor lança a definição de “homem cordial” para explicar uma astúcia comportamental do povo brasileiro para conviver em sociedade, na qual os indivíduos querem se diferenciar por meio da intimidade e da amizade nas relações hierárquicas, principalmente em vínculos estatais. O homem cordial é regido por uma sociabilidade que particulariza seus interesses, para anular padrões comuns a todos e para obter vantagens proporcionadas pela influência das emoções interpessoais. Essa conduta cordial, que era considerada um fenômeno uníssono no Brasil, revelou-se como um núcleo gerador de hipocrisias e vilezas veladas, a partir do momento em que prejudicou a fluidez de uma ética universal que favorecesse imparcialmente os cidadãos, perante a lei e os direitos de todos (HOLANDA, 1995).

No Brasil do século XXI, cada vez mais somos perpassados por iniciativas públicas ou privadas que visam a uma sociedade mais justa e equilibrada em relação a direitos, oportunidades e identidades. Na esfera da sociedade civil, repara-se a eclosão de movimentos sociais diversos que oportunizam o surgimento de militâncias e, conjuntamente, de vigilâncias que buscam concretizar ideais e objetivos. Nesse contexto, o ativismo contra o preconceito racial e contra qualquer condição segregativa por causa da cor e das diferenças biológicas de cada sujeito social é uma realidade que acolhe posicionamentos progressivamente combativos. Essa pressão ideológica dos cidadãos atinge vários setores da gestão pública e quando não proporciona a criação de políticas coletivas afirmativas, ao menos desperta e dissemina reflexões comuns a todos.

Nesse ambiente de urgentes demandas de condições mais igualitárias, a população negra obtém no viés cultural uma janela para o desenvolvimento profissional e artístico,

---

mediante algumas aberturas que surgem nas instituições e nos equipamentos públicos. Mas essas oportunidades corroboram com uma democracia racial ou ascendem o mito democrático da mestiçagem que reverbera veladamente o arranjo composto pelas três raças?

A democracia racial, definição que tem sua formação ensaística idealizada por Gilberto Freyre na obra *Casa-Grande & Senzala*, de 1933, enaltece a miscigenação no Brasil e repercute a ideia da construção de um povo feliz e mestiço; aspectos que se distinguem do pensamento do contemporâneo Sérgio Buarque de Holanda e, futuramente, de Roberto DaMatta, como vimos acima. O mesmo termo conduz o sentido dessa pesquisa, não por uma abordagem que apenas ressalte a nossa plural identidade racial, mas por um ponto que permita a reflexão sobre os desiguais paradigmas das raças nos meios culturais e comunicacionais, especialmente no cinema. Através de uma revisão de literatura e de dados de pesquisas relevantes sobre a ausência de negras e negros no cinema brasileiro, poderemos aprofundar tais questões.

## **2. AFIRMAÇÃO NEGRA PARA O CINEMA**

Com abrangência nacional, a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (SAV) fomentou, desde 2012, medidas de integração dos profissionais afrodescendentes em funções de maior complexidade na realização de filmes, como nos editais Curta-Afirmativo 2012 e 2014 e no edital Longa BO Afirmativo 2016. Diretores e produtores puderam iniciar e concluir obras cinematográficas com incentivos direcionados a proponentes negros. Valendo-se de tais exemplos significativos para a redução da desigualdade entre as raças no acesso à produção audiovisual do país, o cinema brasileiro avança (mesmo que modestamente) em passos importantes e vislumbra a ampliação de cadeias produtivas menos excludentes.

Dados divulgados no primeiro estudo que apresenta recortes de cor e raça realizado pela Agência Nacional do Cinema (Ancine) - Diversidade de gênero e raça nos lançamentos brasileiros de 2016, apontam que 75,4% dos longas-metragens distribuídos no ano analisado tiveram a direção de homens brancos, ao passo que apenas 2,1% foram dirigidos por homens negros. A situação se mostra mais discrepante para as mulheres. Enquanto 19,7% dos filmes comercializados em 2016 foram dirigidos por mulheres brancas, absolutamente nenhum teve

---

uma mulher negra na direção. Ao todo, foram analisadas 142 obras. Outro aspecto relevante nessa pesquisa observa a composição dos elencos dos filmes. Apenas 13,4% de negros estiveram no corpo cênico de 97 produções de ficção lançadas no ano de 2016. Evidentemente, são números que constata a sub-representação da população negra nas grandes telas, em um país que estatisticamente tem mais de 50% de pardos e pretos (IBGE, 2016).

Numa análise temporal mais ampla, uma pesquisa do Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa (GEMAA), da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), intitulada Perfil do cinema brasileiro 1995-2016, que também estuda expressões de gênero e raça, abrangeu os filmes que tiveram maior público no período apontado e não identificou a participação de ao menos uma mulher negra nas funções de direção e roteirização das produções. Apenas 4% dos elencos principais desses filmes tiveram a presença de mulheres negras.

Em outra exemplificação de fomento à diversidade racial no cinema do Brasil, dessa vez geograficamente mais estrita, porém não menos importante, vemos em Pernambuco o Fundo pernambucano de incentivo à Cultura (Funcultura-PE), que constitui o principal núcleo fomentador e difusor de linguagens artísticas e segmentos culturais nesse Estado. Dentro do Sistema de Incentivo à Cultura de Pernambuco (SIC-PE) e atuando em parceria com a Secretaria de Cultura do Estado e a Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco (Fundarpe), o edital passou a incentivar a participação de negras e negros nos projetos culturais apresentados. O foco dessa inclusão do Funcultura é nas categorias do audiovisual e visa a cobertura de vagas em todas as áreas técnicas e artísticas das produções. Projetos apresentados com esse perfil inclusivo se potencializam em critérios de avaliação e evidenciam uma pluralização satisfatória de oportunidades (FUNCULTURA, 2018).

Em âmbito geral, a democratização racial no meio cinematográfico com a oportuna permeabilidade da força de trabalho implementada com diversidade e igualdade, apresenta-se como mecanismo que contribui para a liquidez de pilares que promovem o racismo, seja ele velado ou não. Contudo, para Araújo (2006, p. 75),

---

A miscigenação continua sendo o pretexto para a recusa enfática do debate e das soluções do problema, portanto como um instrumento de negação da legitimidade das reivindicações políticas e sociais da população afrodescendente por acesso e direitos iguais na mídia, na universidade e no mercado de trabalho.

Na Cultura, além do audiovisual, que envolve o cinema e a televisão, vemos, gradualmente, a adoção de políticas públicas afirmativas em outros setores da economia criativa (Mídias novas e tradicionais, Patrimônio, Artes visuais e performáticas, Design, etc.). Assim, constata-se algo em comum nessas políticas de afirmação: são exceções dentro de regras. As regras, condutoras normativas e padronizadas das dinâmicas sociais na civilização, incorporam certas exceções para atender demandas imediatas. E as nossas regras foram construídas na ilusão de que somos mais brancos do que pretos, perpetuando panoramas pavimentados na hierarquização discriminatória que vem desde os tempos da colonização.

### **3. COTAS NO PAÍS MULATO**

Grande parte da sociedade já avalia duas bases que se mostram essenciais para uma reestruturação baseada no respeito à equidade funcional e humana dentro de uma população miscigenada como a nossa: a Educação e a Cultura. Na Educação, já se consolidaram as cotas raciais (eventualmente ameaçadas pelo conservadorismo radical) para o ingresso de indígenas e negros em instituições federais de ensino, como canais expressivos de inclusão no sistema formal pedagógico. De acordo com o Instituto de Pesquisa Aplicada (IPEA) no que tange o sistema de cotas:

Os argumentos favoráveis concentraram-se na discussão sobre a constitucionalidade das cotas e relevância para o país. A intervenção do Estado foi colocada como fundamental diante dos quadros de desigualdade raciais remanescentes de fenômenos sociais que precisam ser enfrentados; destacando-se que as “ações afirmativas” atuam como alternativa para a busca de igualdade através da promoção de condições equânimes entre brancos e negros. Ressaltou-se também que “seu impacto seria muito mais profundo, permitindo o avanço do pluralismo nas diversas instituições nacionais” (IPEA, 2011, p. 291, *apud* GUARNIERI; MELO-SILVA, 2017, p. 185).

Em um terreno comum às controvérsias, cotas raciais em editais culturais e educacionais provocam discussões incessáveis. Inevitavelmente, caímos nas raízes inerentes às regras mencionadas acima. Ao serem propostas exceções, por meio de iniciativas inclusivas dos cidadãos negros, são ataçadas questões étnico-raciais que compõem a hierarquia e a mistura das raças no Brasil. Essas distinções, enraizadas na nossa cultura, tendem a entranhar meios implícitos ou evidentes para a intolerância racial. Para incluir, a questão da raça prepondera e, por esse sentido, privilegia-se, trazendo à tona uma contraposição acerca do que se combate ideologicamente e, do que foi proposto pela celebrada miscigenação que almeja a eliminação de desigualdades. Nesse contexto, podemos observar que na Educação,

As principais críticas ao sistema de cotas raciais foram: inexistência biológica das raças; caráter ilegítimo das ações de “reparação” aos danos causados pela escravidão em tempo presente; risco de acirrar o racismo no Brasil; possibilidade de manipulação estatística da categoria “parda”; inviabilidade de identificação racial em um país mestiço; a questão da pobreza como determinante da exclusão social (GUARNIERI; MELO-SILVA, 2017, p. 185).

Apesar das críticas, é justo ponderar que há um senso democrático e reparador superior às objeções sobre as políticas de inclusão por meio de cotas, numa malha social contrastada pelos efeitos da escravidão, visto que

[...] se a educação pública tornou-se realidade, a universidade pública brasileira, com seus fundamentos seletivos baseados na competência acumulada por uma história escolar privilegiada e pelo contexto educacional familiar antes de entrar na universidade, beneficiou a própria elite e, portanto, o segmento racial que sempre esteve no poder (ARAÚJO, 2006, p. 75).

É certo que a democracia racial, aqui analisada pela natureza prática e institucionalizada por meio de disposições, regulamentos e comissões, valida a hierarquização quando assume prevalências. Nesse plano, apesar da sensível discussão, não haveria tantos imbróglis se a questão mais problemática e nuclear não fosse o produto da sociedade

---

brasileira gerado por meio das suas construções e percepções interpessoais incrustadas pelo racismo e pelas divisões discriminatórias.

As sequelas dos estereótipos moldaram condutas e opiniões, ao mesmo tempo em que instauraram modelos nas relações interpessoais no Brasil. São parâmetros alicerçados em valores adquiridos e que guiam nossas condutas morais, atitudinais e éticas (ou antiéticas), favorecendo dinâmicas que perpassam nosso cotidiano. A simples presença de estereótipos que autenticam a desigualdade racial, tão difícil de ser combatida, torna favorável a absorção de uma hipocrisia não sentida ou observada.

Esses padrões estão notoriamente no cinema, também. E vão além da ficção. Um coerente exemplo dessa tensão, muitas vezes adormecida, vem da grande tela. O documentário *Preto contra branco* (2004), dirigido por Wagner Morales, discute o preconceito racial no país ao abordar a complexidade que envolve as relações sociais de amigos moradores de dois bairros da cidade de São Paulo que jogam futebol há mais de três décadas. O jogo se baseia na disputa de dois times: brancos e negros. Assim fica estabelecida a partida clássica que reúne jogadores que se autodeclaram brancos ou negros e formam os grupos. O que se vê na narrativa documental é que a democracia racial se revela enfraquecida pelas classificações de cor, mesmo quando assumidamente pairam sem ônus sobre os respectivos sujeitos e mesmo quando a generosa cordialidade supõe o rompimento de cânones condizentes ao preconceito.

Em uma dimensão que não permite conclusões teóricas, cotas e ações afirmativas suscitam debates e reflexões contínuas. No cinema, podemos ao menos constatar que “a proximidade do debate racial na mídia audiovisual com o debate na educação é, portanto, histórica” (ARAÚJO, 2006, p. 75).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com intervenções para a afirmação de pessoas negras no audiovisual, novas perspectivas, ainda que estejam aquém do ideal, podem abrir espaços para mais representatividade e estabilidade das gerações subsequentes. Em entrevista ao jornal digital e independente *Nexo*, em reportagem que destacou a importância do lançamento do longa-



---

metragem *Café com Canela*, o crítico de cinema e professor Juliano Gomes (2018) fez considerações importantes ao afirmar que

Uma característica dos diretores e diretoras negras é ter carreiras muito descontínuas – muito espaçadas, com muita dificuldade de se manter férteis e produtivas, em que as pessoas consigam se manter trabalhando. Há alguns casos, mas a tendência são filmes muito espaçados (LIMA, 2018, meio eletrônico).

O filme *Café com Canela*, de Glenda Nicácio e Ary Rosa, é a primeira produção ficcional brasileira em longa-metragem dirigida por uma mulher negra, desde 1984. Neste ano, Adélia Sampaio se tornou uma referência por ter sido a primeira mulher negra na função de direção de um longa de ficção, pelo filme *Amor Maldito* (LIMA, 2018).

É importante lembrar que este estudo foi iniciado no ano de 2018, no qual observamos a aproximação de uma gestão federal controversa e ameaçadora que viria a coibir financiamentos de produções audiovisuais e/ou a promoção da inclusão de profissionais negros neste setor, por meio de discursos discriminatórios. Consequentemente, em 2019, reparamos a extinção de muitas políticas de incentivo da linguagem cinematográfica e de iniciativas afirmativas, a começar pela menor projeção de uma Secretaria especial de Cultura que cooptou atribuições do extinto Ministério da Cultura. Já em 2018, Gomes destacou que “talvez o ciclo que levou a um filme como ‘*Café com Canela*’ tenha chance de não se repetir”.

Seguimos em caminhos soturnos, nos quais cada vez mais devemos ampliar nossos olhares para uma legítima democracia. Esforços pessoais e coletivos podem e devem erguer mudanças em estruturas desiguais tão evidentes no Brasil. Na ausência ou na participação reduzida e estereotipada, a falta de visibilidade da população negra do cinema continua tão habitual quanto o racismo refinado que se apoia na docilidade da miscigenação reverberada por Freyre (2003). Contudo, nada de fato pode apagar nossas origens africanas.

## **REFERÊNCIAS**

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Diversidade de gênero e raça nos lançamentos brasileiros de 2016**. Brasília, 2018.

---

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **SAV/MinC abre três editais para a realização de filmes de baixo-orçamento.** Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/savminc-abre-tr-s-editais-para-realiza-o-de-filmes-de-baixo-or-amento> Acesso em: 30 ago. 2018.

ARAÚJO, Joel Zito. **A força de um desejo:** a persistência da branquitude como padrão estético audiovisual. Revista USP, n. 69. São Paulo, p.72-79, março/maio 2006.

CANDIDO, Marcia Rangel; MARTINS, Cleissa Regina. **Boletim gemaa.** Rio de Janeiro, n.1, p.1, 2017.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?.** Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1986.

FUNCULTURA. Cultura. PE: O Portal da cultura pernambucana. **11º Edital do Programa de Fomento à Produção Audiovisual de Pernambuco – FUNCULTURA 2017/2018.** Disponível em: <http://www.cultura.pe.gov.br/tipo/funcultura/>. Acesso em: 30 ago. 2018.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande & senzala:** formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 48ª ed. rev. São Paulo: Global, 2003.

GUARNIERI, Fernanda Vieira; MELO-SILVA, Lucy Leal. **Cotas Universitárias no Brasil:** Análise de uma década de produção científica. Psicologia Escolar e Educacional. São Paulo, v. 21, n. 2, p. 183-193, maio/agosto de 2017.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil.** 26ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios:** síntese de indicadores 2015 - PNAD, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE, 2016.

LIMA, Juliana Domingos de. A relevância do filme ‘Café com Canela’, segundo este crítico. **NEXO Jornal,** São Paulo, 25 ago. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/08/25/A-relev%C3%A2ncia-do-filme-%E2%80%98Caf%C3%A9-com-Canela%E2%80%99-segundo-este-cr%C3%ADtico>. Acesso em: 14 set. 2018.

PRETO contra branco. Direção: Wagner Morales. Gênero: Documentário. São Paulo, 2004. 78min.

**Perdidos no Ciberespaço:  
Produção Noticiosa Para Sujeitos Surdos na Era Digital**

**Lost in Cyberspace:  
News Production for Deaf in the Digital Age**

Diogo de Souza MEDEIROS<sup>61</sup>  
Iraci Helena de Oliveira FALAVINA<sup>62</sup>  
Maria José BALDESSAR<sup>63</sup>

**RESUMO**

A produção de material noticioso exclusivo para o ciberespaço e as TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) iniciam um novo paradigma na produção de conteúdo noticioso. Interessa-nos pensar o cruzamento desses processos frente às configurações imagéticas por parte dos sujeitos surdos e refletir se e de que maneira os novos paradigmas da comunicação na era digital interferem no cotidiano e consumo de informação noticiosa por esse público.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; Ciberjornalismo; Surdos; Acessibilidade.

**ABSTRACT**

The production of exclusive news content for cyberspace and ICTs (Information and Communication Technologies) introduce a new paradigm to news content production. We care about the convergence of these processes face to image configurations on the part of the individuals who are deaf and to consider if and in which way the new paradigms of the communication in the digital age interfere in the daily life and consumption of news information by this public.

**KEYWORDS:** Journalism; Cyberjournalism; Deaf people; Accessibility.

**1. INTRODUÇÃO**

---

<sup>61</sup> Estudante do 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santana Catarina (UFSC); Bolsista CAPES/PIBIC; e-mail: [diogome\\_deiros@hotmail.com](mailto:diogome_deiros@hotmail.com)

<sup>62</sup> Estudante do 3º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santana Catarina (UFSC); Bolsista CAPES/PIBIC; e-mail: [iracifalavina2@gmail.com](mailto:iracifalavina2@gmail.com)

<sup>63</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo e dos programas de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento e Estudos da Tradução da Universidade Federal de Santana Catarina (UFSC); e-mail: [mbaldessar@gmail.com](mailto:mbaldessar@gmail.com)

No final da década de 1990 tem início uma mudança nos processos comunicacionais a partir da introdução de novas tecnologias e da popularização de ferramentas digitais, inaugurando um novo paradigma na produção e disseminação de informação. Chang (2014, p.196) sugere que a comunicação seja o principal obstáculo entre as pessoas surdas/com dificuldade auditiva perante a comunidade ouvinte e que “as novas tecnologias midiáticas devem trazer novas oportunidades para preencher o espaço comunicativo entre os dois grupos”<sup>64</sup>. Interessa-nos pensar no cruzamento desses processos frente às configurações imagéticas por parte dos sujeitos surdos e refletir se e de que maneira os novos paradigmas da comunicação na era digital interferem no cotidiano e consumo de informação noticiosa por esse público. A internet tem sido considerada como espaço dotado de recursos visuais que facilitam a inserção de pessoas surdas, co-responsável pela elevação dos seus níveis de letramento, ampliando as possibilidades de comunicação, uma ferramenta, portanto, dotada de um potencial facilitador, oferecendo um suporte de reapropriação comunicativa dos sujeitos surdos como tomadores de suas decisões que elevam sua autonomia na medida em que se reduz o número de mediadores. Pelas palavras deles “a internet, para os surdos, iguala todas as pessoas: pobres, ricos, surdos, ouvintes, brasileiros ou estrangeiros. (BASSO, 2003; ROSA & CRUZ, 2001, p. 43).

As questões de interesse neste estudo são: a) em que plataforma, quais produtos e com que frequência as pessoas surdas têm acesso à informação noticiosa? b) como a mudança no paradigma de produção e dispersão de notícias altera as relações do público surdo perante a informação de massa?

## **2. MODELOS COMUNICATIVOS**

Antes de elaborar um produto, no caso desta pesquisa, midiático, deve-se reconhecer e entender o público-alvo, a fim de adaptar os métodos de alcance e atender suas demandas. A definição de Chia-Ming Chang divide-se em três grupos baseados na capacidade de compreender informações através do processo discursivo da fala: a) surdez: indivíduos que

---

<sup>64</sup> Tradução nossa.

---

não obtêm informação linguística útil provenientes de discursos orais; b) dificuldade auditiva: informação limitada proveniente do discurso oral e c) ouvinte: comuniquem-se pelo do discurso oral.

Para Siqueira e Silva (2013), é possível categorizar três macroformatos de comunicação historicamente construído entre os grupos ouvintes e surdos no país: oralismo, língua portuguesa e linguagem de sinais. Esses, ramificam-se em especificidades. Nos interessa analisá-las para compreender quais preceitos são usados nos veículos de comunicação.

1) Oralismo: método alemão, foi a primeira tentativa de educação para os surdos protagonizada por ouvintes que consiste no ‘desenvolvimento das habilidades de observação, concentração e imitação por parte da criança surda, utilizando recursos visuais, táteis, auditivos e cinéticos (DÓRIA, 1986, p. 13). Em 1880, no Segundo Congresso de Educação para Surdos, conhecido como Congresso de Milão, decidiu-se que o oralismo era mais apropriado e foi retirado as línguas gestuais das escolas de surdos. Ramifica-se do formato oralismo a comunicação realizada pela leitura labial.

2) Bilinguismo: consideramos a língua portuguesa para os sujeitos surdos como vinculada ao projeto do bilinguismo. Este, percebe a linguagem de sinais como língua materna dos indivíduos surdos<sup>65</sup>, L1, e a língua portuguesa como desejável aquisição linguística como segunda língua, L2, para que possam, entre outras razões, socializarem-se e orientarem-se na epistemologia ouvinte. No que tange aos direitos da pessoa surda, o projeto do bilinguismo é notavelmente um avanço epistêmico porque realoca o paradigma da surdez: de deficiência a direito, transfere das instituições médicas e da perspectiva que tenta reproduzir a audição e a cultura ouvinte para a antropologia e direito de não ser (completamente) inserido na lógica ouvinte. Ramificam-se da língua portuguesa, para nossa análise, o *closed caption* e textos escritos, independente da plataforma utilizada. Não se pode ignorar o fato de que o projeto do bilinguismo alcança uma parcela muito pequena dos

---

<sup>65</sup> Usamos o conceito de língua materna com base no vocabulário de teóricos e teóricas defensores do projeto de bilinguismo. Não ignoramos, contudo, a pluralidade e heterogeneidade de desejos da comunidade surda, a história e particularidades sociais de sujeitos surdos oralizados, bilíngues e que não se comunicam através da Linguagem de Sinais.

sujeitos surdos: em 2013, apenas 2% da população surda no Brasil estava matriculada em ensino público, privado ou específico, e mesmo os indivíduos que chegam ao sistema de ensino, enfrentam falhas e lenta implementação do bilinguismo (BASSO, 2003, p. 125; COSTA et al., 2018).

3) Língua de sinais: o primeiro registo que se tem da língua de sinais data de 1714, a MVSL (Martha's Vineyard Sign Language), comunidade de residentes surdos que comunicavam-se pela linguagem visuoespacial criada por Martha Vineyard<sup>66</sup>. Os primeiros estudos sobre a língua de sinais advêm de Charles Michel de L'Épée (1712-1789), que procurou compreender e instruir surdos em sua casa em Paris, combinando língua de sinais e gramática francesa sinalizada. Em 1790 foi fundada a Língua Francesa de Sinais (LSF). Em 15 de abril de 1814, Thomas Hopkins Gallaudet, fundou, junto com o professor surdo Laurent Clerc, a primeira escola permanente para surdos nos Estados Unidos, combinou LSF e MVSL, criando a Língua de Sinais Americana (ASL). Em 26 de setembro de 1857 foi fundada a primeira escola para surdos no Rio de Janeiro, o 'Imperial Instituto dos Surdos-Mudos', atual INES (Instituto Nacional de Educação de Surdos), escola na qual, a partir da mistura da LSF, surgiu a Língua Brasileira de Sinais (Libras), instituída como segunda língua oficial do Brasil em 2002 a partir da Lei Federal nº 10.436, cujo texto trata do reconhecimento de uma forma de comunicação natural aos surdos e da sua inserção na sociedade ouvinte (STROBEL, 2009).

A partir dos macroformatos listados acima, definimos como sugestão de uma tabela que possibilite análises dos métodos sob os quais os sujeitos surdos se informam em produções noticiosas. Ela é resultado de uma avaliação dos artefatos culturais da comunidade surda, evidenciados por pesquisadores dos Estudos Surdos como Strobel (2009) e Skliar (1998) para, a partir da análise cultural interpretarmos a recepção dos produtos jornalísticos por sujeitos surdos a partir dos métodos de produção. Não cabe, portanto, uma leitura totalizante dos métodos, visto que estão em constante mudança em razão de novas tecnologias de comunicação e inovação.

Quadro 1: Análise Dos Modelos de Comunicação

<sup>66</sup> Disponível em: <https://projects.iq.harvard.edu/asl/deaf-history-timeline>. Acesso em: 24 fev. 2019

<b>Modelo de Comunicação</b>	<b>Éthos</b>	<b>Instituições de poder</b>	<b>Métodos de leitura comunicacional</b>	<b>Métodos de produção comunicacional</b>
Oralismo	Cultura ouvinte > cultura surda	Instituições médicas, surdez como patologia medida em decibéis	Leitura labial	Gráfico
Bilinguismo	Tentativa equivalência entre as manifestações culturais	Instituições educacionais, tentativa de inserção do sujeito surdo na lógica ouvinte com respeito ao seu lócus cultural, valorização da audição.	Jornais impressos, blogs, <i>closed caption</i> .	Gráfico e/ou Visual
Línguas de Sinais	Cultura surda > Cultura ouvinte	Instituições culturais, antropológicas e surdas (artefatos culturais surdos), valorização da surdez.	Janela de Libras	Visual

Fonte: Elaborada pelos autores.

Costa et al (2018, sem paginação) indicam pensarmos os sujeitos surdos como cidadãos inseridos na sociedade dotados uma língua diferente com as mesmas capacidades que um sujeito ouvinte:

Devemos pensar a educação de surdos como um todo, observando as políticas educacionais, as metodologias adotadas de ensino, e acima de tudo, entender o surdo não como a pessoa que apresenta a perda auditiva, mas sim um cidadão que se apresenta em sociedade com uma língua diferente mas que apresenta as mesmas capacidades e possibilidades que as demais pessoas do país.

É possível observar, portanto, que sujeitos surdos podem se informar a partir de *closed captions* e textos de natureza gráfica, mas é necessário ter em mente que esta, linguagem gráfica, é eminentemente oralista e advém da política ouvintista, isto é, “um conjunto de representações dos ouvintes, a partir do qual o surdo está obrigado a olhar-se e narrar-se como se fosse ouvinte” (SKLIAR, 1998, p. 15). É recomendável que seja produzido conteúdo com janela de Libras, L1, concomitantemente ao uso de legendas descritivas para que o público-

---

alvo tenha autonomia de escolher qual artefato comunicacional melhor se adapta às suas necessidades.

### 3. TICs E SURDEZ

Em breve histórico brasileiro de produtos noticiosos que possuam surdos como público-alvo, Rosa e Cruz (2001) citam outubro de 1994, a exibição do programa *Vejo Vozes* na TV Educativa, usando a Língua de Sinais Brasileira; a inauguração da Central de Atendimento ao Surdo na TELERJ através do Telefone Surdo (TS)<sup>67</sup> em 1998, e a disponibilização do serviço *Closed Caption* nos programas Fantástico, Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal da Globo e programa do JÔ, a partir dos anos 2000, estimulados por um conjunto de leis. A lei Federal nº 10.098/2000<sup>68</sup> estabelece normativas de acessibilidade e determina que “qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que dificulte ou impossibilite a expressão ou o recebimento de mensagens e de informações por intermédio de sistemas de comunicação e de tecnologia da informação” seja superado através da promoção da acessibilidade, cabendo aos meios de comunicação a adaptação do seu conteúdo. A janela de intérprete de Libras, no entanto, é uma ferramenta que necessita de grande investimento financeiro e

Difícilmente é encontrada na televisão, tendo maior aparecimento em propagandas de utilidade pública e eleitorais [...] As emissoras não demonstram tanto interesse em implantar a janela de libras por conta dos custos que estão relacionados com a produção, estética, limitação técnica, entre outros (LIMA *et al*, 2017, p. 08).

A fim de cumprir-se a lei e oferecer à população surda um produto mais voltado às suas características, foram desenvolvidas as normativas de acessibilidade. A Associação Brasileira de Normas Técnicas publicou, em 31 de outubro de 2005 a NBR 15.290, cujo texto se volta à acessibilidade na televisão, esquecido e lembrado em produções inconstantes e que

---

<sup>67</sup> Telefone para Surdos é o equipamento que permite uma comunicação de texto entre sujeitos surdos sem a necessidade da mediação de um sujeito ouvinte.

<sup>68</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/LEIS/L10098.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/LEIS/L10098.htm). Acesso em: 24 fev. 2019.



conflitam e entre si. O World Wide Web Consortium lançou em 11 de dezembro de 2008 a versão 2.0 de seu conjunto de regulamentações para internet acessível, as Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web (Web Content Accessibility Guidelines, ou apenas WCAG), que é utilizado até hoje em todo o mundo como modelo de referência. Um ponto comum entre essas duas regulamentações são a seção 1.4 das WCAG 2.0 e a 7.1.4 da NBR 15.290, os quais estabelecem que deve haver um contraste entre o fundo, a cor da pele e da roupa do intérprete, e a atenção deve ser focada para os sinais.

Entretanto, mesmo com tais matrizes de referência, encontramos produtos que divergem entre si, e portanto, comprometem a entrega de um resultado midiático coerente ao público-alvo. Das produções analisadas, encontramos diversos cases que confirmam a descontinuidade de notícias para o público surdo, em projetos de experimentação. Três mantêm periodicidade diária e produção contínua há pelo menos um ano: Sign1News<sup>69</sup>, The Daily Moth<sup>70</sup> e Deaf Newspaper<sup>71</sup>. O canal de notícias Sign1News, vinculado à CNN, apresenta um produto jornalístico em que o apresentador interpreta notícias em língua de sinais sob fundo azul desfocado, porém contendo silhuetas de cores diferentes. O canal The Daily Moth utiliza o fundo escuro e liso, em maior conformidade às diretrizes internacionais ao propósito de produzir notícias para pessoas surdas. O Deaf Newspaper, por sua vez, utiliza fundo com imagens coloridas que se esmaece na maioria das vezes quando o apresentador aparece. O fundo esmaecido cria pontos visuais de contraste, em desacordo às diretrizes. Três produções com um objetivo comum, encontradas no mesmo ciberespaço, porém distintas em sua realização e que confirmam a diversidade metodológicas. Mas sobrevivem. Fato, por si só, capaz de fazê-los se destacarem no ciberespaço.

#### **4. UMA QUESTÃO DA DIFERENÇA**

---

<sup>69</sup> Disponível em: <<https://sign1news.com/>>. Acesso em: 23 fev. 2019.

<sup>70</sup> Disponível em: <<https://www.dailymoth.com/>>. Acesso em: 23 fev. 2019.

<sup>71</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/deafnewspaper/featured>>. Acesso em: 25 fev. 2019.

---

As questões confluem para uma problemática da diferença. Não há tolerância desprovida de reconhecimento. Para uma incorporação das culturas não hegemônicas, de acordo com o referencial teórico dos estudos subalternos (queer, pós-coloniais), se faz necessário transformar a cultura que exerce o poder hegemônico, nesta análise, das relações de poder e tensionamentos entre cultura ouvinte e cultura surda. Miskolci (2012, p. 52) define a teoria da diferença como uma

crítica do multiculturalismo e da retórica da diversidade, afirmando a necessidade de ir além da tolerância e da inclusão mudando a cultura como um todo por meio da incorporação da diferença, do reconhecimento do Outro como parte de todos nós.

Conforme explicitamos, as produções noticiosas destinam-se majoritariamente ao público ouvinte. A parcela não ouvinte têm a sua disposição um produto escasso, disperso e desprovido de métodos universais de produção: as janelas de libras são encontrada em tamanhos diferentes e localização na tela distintas, o fundo é produzido ora em fundo sólido em cores geralmente branca, azul, preta e amarela, ora colorido, nítido ou desfocado com a técnica *chroma key*. Da mesma forma, observa-se que as legendas podem ou não aparecer, serem legendas em português ou legendas descritivas, podem ser fechadas (em que o usuário escolhe se a mesma irá aparecer) ou fixa, produzidas por profissionais, amadores ou programas computacionais. Portanto, a produção não possui metodologia linear universal.

Na contemporaneidade, as Leis de acessibilidade da informação se transformam em normativas inconstantes. O número reduzido de normativas conclusivas sobre como produzir imagem à esse segmento da população contrasta-se à existência de muitas normatizações, como as WCAG, o Guia Orientador para Acessibilidade de Produções Audiovisuais, que produzem em um apagamento das produções que incluam pessoas não ouvintes nas metodologias de produção, uma confusão por parte de quem, dispersamente, se lembre da existência desse público. Razões técnicas justificando a inconstância, mas também uma questão de diferenças, porque se reproduz uma lógica ouvintista e em consequência, produz-se jornalismo para sujeitos ouvintes, desenvolve-se o produto para sujeitos não-ouvintes sem a mesma tenacidade. Constatação que revela traços sobre como a questão da diferença é

---

percebida na cultura ouvinte e, portanto, uma questão de diferença, alteridade e poder. Para quem deseja-se produzir jornalismo e que espaço haverá para público não-ouvinte? Que tratamento será dispendido à essas produções que carregam sobre si intenções de inclusão e diversidade e com que frequência? Que espaço os sujeitos surdos ocupam em nossa sociedade ouvintista? Os entregamo a diferença e à lembrança dispersa ‘bem intencionada’ que possui origens históricas bem definidas.

Ao longo da História, a visão sobre o povo surdo reuniu uma consistência: a discriminação. Tem-se registro de alguns poucos contextos não opressores quanto a essa condição. Na divisão da Idade Antiga, Aristóteles classificava a audição como a maior contribuinte para o conhecimento e a razão, portanto, os surdos seriam desprovidos dessa qualidade (STROBEL, 2009). A Idade Moderna envolveu o médico suíço Johann Conrad Amman, que em 1692 publicou o método pedagógico “Surdus Loquens”, “Fala de Surdos”, no qual ensinava a leitura labial e a reprodução dos sons da fala por seus alunos não ouvintes. Na França, por volta de 1741, Jacob Rodrigues Pereire trabalhou a oralização com sua irmã e seus alunos surdos, recebendo elogios da Academia Francesa de Ciências, devido a acreditarem que a leitura labial seria de grande utilidade àquela população. A Lei do Direito Canônico proibia que surdos se tornassem padres. Apenas em 1951, o brasileiro Vicente de Paulo Penido Burnier, se tornou o primeiro padre surdo da América Latina e o segundo do mundo, sucedendo um sacerdote espanhol e após fazer seu pedido de ordenação ao papa Pio XII (STROBEL, 2009; SILVA, 2012). Fatos históricos que observam a tentativa de encaixar o surdo nos modos ouvintes de viver, e não o contrário. A História está permeada de “lapidações” e esforços que buscam tratar a surdez como um defeito, e não como uma identidade.

A verdadeira inclusão, que respeite aspectos culturais, é primordial para a produção de conteúdos noticiosos para a população surda e se faz necessário uma transformação na cultura hegemônica ouvinte, abrir fissuras, repensar o espaço noticioso destinado ao público surdo.

Percebemos, portanto, a necessidade da elaboração e implementação de um manual de referência universal para a produção de conteúdos educacionais multimídia acessíveis para pessoas surdas baseados na linguagem jornalística e em políticas que respeitem os artefatos culturais dos sujeitos surdos.

---

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Sarah. **A Educação Geográfica de Estudantes Surdos em Uma Escola Polo de Florianópolis**. UFSC, Florianópolis, 2013.

BASSO, Idalvina Maria de Souza. **Mídia e educação de surdos: transformações reais ou uma nova utopia?** Ponto de Vista, Florianópolis, n; 05, p. 113-128, 2003.

BRASIL, ABNT. **Norma Brasileira nº 15.290, de 2005**. Rio de Janeiro, RJ, Disponível em:<<https://bit.ly/2BOWO2J>>. Acesso em: 24 fev. 2019.

BRASIL, ABNT. **Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002**. Brasília, Disponível em: <<https://bit.ly/2t40zyt>>. Acesso em: 03 nov. 2018.

COSTA, Walber Chistiano Lima; MENEZES, Gabrielle Janaina Barros; BARROSO, Rennan Alberto dos Santos. Bilinguismo: o que dizem alguns professores de surdos? **Revista GPES - Estudos Surdos**, Marabá, v. 1, n. 1, 2018.

CHANG, Chia-Ming. **New Media, New Technologies and New Communication Opportunities for Deaf/Hard of Hearing People**. International Conference on Communication, Media, Technology and Design, 24-26 April 2014, Istanbul - Turkey.

DORIA, Ana Rímoli de Faria. **Manual de Educação da Criança surda**, Rio de Janeiro, 1951.

LIMA, Bruna de Almeida et al. **Análise do Surdo Diante a Comunicação Televisiva: Recorte Para o Closed Caption e Janela de Libras**. Fortaleza, CE. 2017.

MISKOLCI, Richard. **Teoria Queer: um aprendizado pelas diferenças**. Belo Horizonte: Autêntica Editora/UFOP, 2012.

ROSA, Andréa da Silva; CRUZ, Cristiano Cordeiro. Internet: fator de inclusão da pessoa surda. **Revista Online da Biblioteca Joel Martins**. Campinas, v2, n3, p. 38-54, jun. 2001.

SILVA, César Augusto de Assis. Igreja Católica e surdez: território, associação e representação política. **Religião e sociedade**, vol.32, n.1, pp. 13-38, 2012.

SIQUEIRA, Ana Clara Baptistella; SILVA, Clarissa de Paula. Dar voz a quem não é ouvido: barreiras enfrentadas pelo surdo no acesso à informação televisiva. *In: IX CICLO DE DEBATES SOBRE JORNALISMO DA UNIBRASIL*, 2013, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Faculdades Integradas do Brasil, 2013.

SKLIAR, Carlos. **A surdez: um olhar sobre as diferenças**. Porto Alegre: Mediação, 1998.

STROBEL, Karin. **História da Educação de Surdos**. 2009. 49 f. Curso de Letras - Libras, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

W3C-WCAG 2.0. **Web Content Accessibility Guidelines WCAG 2.0**. Disponível em: <<http://www.w3.org/TR/WCAG20/>>. Acesso em: 02 nov. 2018.

---

**Pequenos Empreendedores em Pedro II - Pi:  
E-Commerce e Taxa de Engajamento Através da Rede Social Instagram**

**Small Entrepreneurs in Pedro II - Pi:  
E-Commerce and Engagement Rate Through the Social Network Instagram**

Ariel Carvalho Lopes Sousa<sup>72</sup>  
Cláudio de Andrade Rodrigues<sup>73</sup>  
Carmosa Isabel dos Santos Rodrigues<sup>74</sup>  
Tamires Pereira Matias<sup>75</sup>  
Bartos Batista Bernardes<sup>76</sup>

**RESUMO**

O presente estudo se desenvolveu no pequeno município de Pedro II, Estado do Piauí, tendo como objeto de estudo os empreendedores que utilizam o Instagram como uma ferramenta de vendas e de viabilização de seus negócios. A seguinte questão deu o norte da pesquisa: Qual a importância do e-commerce através do Instagram, para a atividade empreendedora em uma cidade de pequeno porte? O método utilizado foi a netnografia, apoiada pela análise de conteúdo, com a observação do perfil dos negócios e aplicação de questionários online junto a 15 empreendedores que atuam no Instagram. Como resultado percebeu-se que o *benchmarking* é a principal estratégia utilizada pelos empreendedores do Instagram. O enorme alcance das mídias sociais somado aos baixos custos, e a praticidade que se tem para expor os produtos e acompanhar o engajamento dos seguidores, faz com que o Instagram desempenhe um papel bastante significativo em um município de pequeno porte, estimulando a atividade empreendedora e o surgimento de novos negócios.

**PALAVRAS-CHAVE:** Instagram; Marketing Digital; E-commerce.

**ABSTRACT**

---

<sup>72</sup> Estudante do 5º. módulo do Curso Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), e-mail: [arielcarvalhor@gmail.com](mailto:arielcarvalhor@gmail.com)

<sup>73</sup> Estudante do 5º. módulo do Curso Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), e-mail: [kadulrcc@gmail.com](mailto:kadulrcc@gmail.com)

<sup>74</sup> Estudante do 5º. módulo do Curso Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), e-mail: [carmosaisabelp2@gmail.com](mailto:carmosaisabelp2@gmail.com)

<sup>75</sup> Estudante do 5º. módulo do Curso Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), e-mail: [thamiresmathias@hotmail.com](mailto:thamiresmathias@hotmail.com)

<sup>76</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI), e-mail: [bartos.bernardes@ifpi.edu.br](mailto:bartos.bernardes@ifpi.edu.br)

---

The present study was developed in the small municipality of Pedro II, in the state of Piauí, with the objective of studying the entrepreneurs who use Instagram as a tool for sales and business viability. The following question gave the north of the research: How important is e-commerce through Instagram, for entrepreneurial activity in a small city? The method used was netnography, supported by content analysis, with the observation of the business profile and the application of online questionnaires to 15 entrepreneurs working on Instagram. As a result it was realized that benchmarking is the main strategy used by Instagram entrepreneurs. The enormous reach of social media, together with the low costs, and the practicality to expose the products and follow the engagement of the followers, makes Instagram play a very significant role in a small municipality, stimulating the entrepreneurial activity and the emergence of new business.

**KEYWORDS:** Instagram; Digital marketing; E-commerce.

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho foi desenvolvido no município de Pedro-II, uma cidade de pequeno porte do interior do Piauí, que conta com 38.704 habitantes (IBGE, 2018), onde o Município conta com grandes potencialidades turísticas, ecológicas, artesanais e também empreendedoras. Milanez e Puppim (2009) destacam que Pedro II possui uma natural vocação para o turismo, devido à sua altitude e clima ameno, possuindo alguns atrativos naturais, como o Morro do Gritador e a Cachoeira do Salto Liso.

Quanto à atividade empreendedora do Município, ela é percebida desde os tempos mais antigos. Conforme Macêdo (2017, p.16), em Pedro II “até os anos 50 as relações comerciais concentravam-se em torno de um mercado público, com o comércio chamado de quitandas e garapeiras, no centro da cidade”. Chamada de Tamboril, havia nesse mercado uma árvore central que servia de ponto de encontro com as pessoas. (MACÊDO, 2017).

Segundo dados do Empresômetro<sup>77</sup>, do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação, no primeiro semestre de 2019, há um total de 1.727 empresas registradas em Pedro II. Desse modo, percebe-se que há um grande número de empresários em suas lojas físicas, que é de suma importância para a Cidade. “O comércio ainda é um importante instrumento urbanístico pelo seu contributo para a paisagem Urbana” (SALGUEIRO 1996, p.32). Todavia, a tecnologia veio para concorrer com essas vendas tradicionais e trazer ao

---

<sup>77</sup> Disponível em: <https://www.empresometro.com.br/Home/Estatisticas>. Acesso em: 08 jun. 2019.

---

cliente conforto, informação, bem-estar e rapidez. Com o advento da internet, as vendas passaram a ser feitas à distância e online, passando a ser uma aliada não apenas dos consumidores, mas também uma grande oportunidade para empreendedores.

O e-commerce tem ganhado notoriedade também através do Instagram. Conforme Nakamura (2001, p. 31) “Comércio eletrônico é toda atividade de compra e venda realizada com o auxílio de recursos eletrônicos”. Hoje, percebe-se um grande aumento do Instagram como propulsor de vendas, pois há grandes possibilidades através dessa ferramenta, desde o conhecimento de novos clientes às constantes interações com eles. Além do mais, há uma facilidade por conta da possibilidade de exposição de fotografias e vídeos dos produtos ou serviços ofertados. Todas essas informações são acompanhadas por meio do número de seguidores e de suas curtidas e comentários.

Através da taxa de engajamento é possível conhecer a interação dos seguidores com a página do Instagram, mensurando se a página é visitada pelos seguidores frequentemente em um determinado período.

O presente estudo foi norteado pela seguinte questão central: Qual a importância do e-commerce através do Instagram, para a atividade empreendedora em uma cidade de Pedro II-PI? O método utilizado foi o netnográfico em uma abordagem qualitativa, utilizando-se da análise de conteúdo coletado através das entrevistas, para uma melhor compreensão dos resultados. O termo netnografia foi cunhado por Kozinets que assim o apresenta “é pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online”. (KOZINETS, 2014, p. 61).

A análise de conteúdo, por sua vez, constitui uma metodologia de pesquisa utilizada para descrição e interpretação de conteúdo. Severino (2007) explica que a análise de conteúdo é uma metodologia de tratamento e análise de informações, sob a forma de discursos pronunciados em diferentes linguagens: orais, escritas, imagens, gestos, sendo um conjunto de técnicas de análise das comunicações, compreendendo o seu sentido manifesto ou oculto.

A metodologia deste trabalho se deu em duas etapas: 1ª Etapa – Entrevista com alguns empreendedores de e-commerce, que utilizam o Instagram em Pedro II, com aplicação da análise de conteúdo; 2ª Etapa – Análise dos perfis dos e-commerces através do Instagram em Pedro II e cálculo da taxa de engajamento do empreendimento que tiver maior participação dos seus seguidores na rede social do Instagram. Nesta etapa utilizou-se da netnografia.

---

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Instagram

O Instagram foi criado nos Estados Unidos, sendo uma ferramenta utilizada inicialmente por perfis pessoais e também empresariais, para divulgarem imagens e vídeos. Segundo Bergström e Backman (2013), o Instagram é uma mídia social que oportuniza aos seus usuários compartilhar suas vidas através da publicação tanto de imagens como de vídeos. Criado por estudantes de Ciências da computação da Universidade de Stanford (situada no Estado da Califórnia, nos Estados Unidos), o Instagram teve um projeto inicial chamado de Burbn, um aplicativo para check-in com Geolocalização, chat e compartilhamento de fotos. (VILICIC, 2015). Em outubro de 2010, decidiram lançar um aplicativo simplificado e melhorado já chamado de Instagram, que em 2012 já era possível curtir e comentar, e hoje abriga stories, com imagens disponíveis por até 24h nos perfis (GIANTOMASO, 2018).

Algumas mudanças prometem dinamizar o e-commerce através do Instagram. Segundo Lavado (2019), em reportagem do site G1, dentre as novidades apresentadas no encontro anual do Facebook com desenvolvedores, brevemente o Instagram exibirá a função compras, permitindo que estas sejam feitas sem sair do app, sendo expandida para influenciadores digitais, além dos varejistas.

Conforme Aragão *et al* (2015), o Instagram permite que sejam criadas identidades pessoais ou organizacionais, sendo possível a inserção de uma imagem que represente o perfil, bem como outras informações de contato. Isso permite que pessoas de todo o mundo, por mais distantes que estejam umas das outras consigam trocar, anunciar, vender suas marcas, seu perfil, com isso divulgando seu trabalho e elevando suas vendas.

Nos últimos anos esse aplicativo vem sendo utilizado pelos empreendedores como uma ferramenta de e-commerce e uma estratégia de *marketing* por possuir dados importantíssimos como demanda do público alvo, procura, inovação e pela facilidade de comunicação. Piza comenta que: “Estamos em uma época cuja informação é a moeda de troca mais valiosa. E a tecnologia desempenha papel fundamental para que a informação se transmita e se recrie” (PIZA, 2012, p. 22).



## 2.2 Marketing Digital

O *marketing* digital é teoria fundamental neste momento de inclusão da sociedade na qual emergem empresas que possuem todo o seu plano de negócios baseado apenas em projetos online. Para Adolpho (2011), o *marketing* digital consiste em utilizar os recursos digitais possibilitados pela internet como instrumentos para atingir os objetivos, tendo como ação inicial pesquisar e conhecer bem o público foco de comunicação para a sua marca.

A facilidade de acesso à internet, inclusive nas cidades de pequeno porte, vem modificando a cada dia o comportamento do consumidor, que agora pode realizar inúmeras compras, além de agendar e receber serviços, exclusivamente por meio eletrônico. Para Marteleto (2001, p.72), as redes sociais simbolizam “um conjunto de participantes autônomos, unificando ideias e recursos em torno dos valores e interesses compartilhados”.

Segundo Kotler e Armstrong (2007), o *marketing* online é uma forma de *marketing* direto que tem crescido rapidamente e tende a se tornar um modelo de negócios bem-sucedido para algumas empresas, sendo uma potente ferramenta para construir relacionamento com os clientes. Esse caso é bastante perceptível nos perfis empresariais de Pedro II, como o exemplo dado na seção onde conta a taxa de engajamento, neste artigo. Corrêa (2009), esclarece que o ambiente online tem foco no processo comunicacional em redes, construindo o relacionamento da organização com seus públicos, propondo uma equalização entre emissores e receptores.

## 2.3 Redes Sociais

De acordo com Albertin (2000), a definição de comércio eletrônico engloba todos os processos que envolvem a parte financeira, *marketing*, geração de informações dentro ambiente online, em que não se restringe apenas a compras e vendas de produtos e serviços na rede. Gordon e Gordon (2013, p. 30) definem o e-commerce como o “intercâmbio ou a compra e venda de produtos e serviços por meios eletrônicos”.

Percebe-se que os usuários das redes sociais estão investindo no Instagram, já que essa plataforma possibilita um maior alcance de público, dentre outras vantagens. Segundo Katai (2017), embora o Facebook tenha mais usuários ativos, o Instagram que é o rei das mídias

---

sociais com uma taxa de engajamento de 4,21%, um número enorme, considerando que o Facebook e o Twitter combinados mal atingem uma taxa de engajamento de 0,10.

## 2.4 Taxa de Engajamento

Segundo Ishida a taxa de engajamento corresponde a uma das métricas consideradas como padrão dentro da análise em mídias sociais. A Taxa de Engajamento (TE) nos posts de Facebook. Ela é a ponderação entre o alcance (ou impressões) e as interações (likes, shares e comentários). (ISHIDA,2015).

Rahman et al. citam Owyang (2010) para esclarecer quais os aspectos relevantes para o cálculo da taxa de engajamento de Li e Owyang, que envolve dados geográficos, demográficos e até psicográficos dos clientes. Eles esclarecem que:

Os profissionais de *marketing* precisam descobrir as seguintes questões: em quais sites meus clientes estão? Quais são os comportamentos sociais dos meus clientes online? Em que informações sociais ou pessoas meus clientes confiam? Qual é a influência social dos meus clientes? As descobertas dessas perguntas poderiam identificar os clientes em camadas de engajamento: desde a curadoria, produção, comentários, compartilhamento e observação. (RAHMAN et al., 2017, p. 108).

Através da taxa de engajamento é possível conhecer a interação dos seguidores com a página do Instagram, mensurando se a página é visitada pelos seguidores frequentemente em um determinado período. Essa taxa é calculada através de uma fórmula adaptada de Li e Owyang. Os resultados desse cálculo auxiliam na tomada de decisão através de informações importantes como por exemplo: qual é a melhor forma de postagem; se seu empreendimento está sendo bem visualizado, se suas estratégias de *marketing* estão funcionando. Essas informações contribuem para avaliar a visibilidade que sua empresa possui no mercado.

Figura 1: Cálculo da taxa de engajamento.

$$\text{Taxa de Engajamento} = \frac{\text{Curtidas} + \text{Comentários} + \text{Compartilhamentos} \times 100}{\text{Total de fãs da página}}$$

Fonte: Adaptação de Li e Owyang (2010).

## 2.5 Empreendedorismo Virtual

O empreendedorismo virtual é um segmento de mercado que possibilita diversas vantagens como por exemplo entrar no mercado em etapas, sem precisar logo de início, apresentar uma estrutura para atender os seus clientes. Isso permite testar a aceitabilidade do seu negócio e do produto antes de entrar de fato no mercado. Outra vantagem que ele traz é na questão dos poucos recursos financeiros que envolvem nesse novo tipo de empreendimento, o que acaba estimulando o surgimento de novos negócios. Concordando com Felipini (2012), o “fato é que o empreendedorismo na Internet é mais vantajoso nos quesitos investimento e custo operacional, um aspecto extremamente importantíssimo para um empreendedor que, normalmente, dispõe de poucos recursos” (FELIPINI, 2012, p.8).

Importante esclarecer que esses poucos recursos não se limitam apenas à questão financeira, mas também estrutural, ao dispensar a locação de um espaço físico; e também no que se refere aos recursos humanos, devido a sua operacionalização virtual facilitar o atendimento independentemente dos locais e horários onde estiverem os compradores e vendedores.

## 3. ANÁLISE DE DADOS

No decorrer deste estudo foram catalogados cerca de 20 empreendimentos no Instagram na cidade de Pedro II. Destes, foram analisados os perfis de 15, como também entrevistados os seus administradores e administradoras, quais sejam: Mel modas, Sereias Biquínis, Arte do Castro, Ak photography, Loja donnalù, Love lolyta, Bela tropicana, Pedro ii notícias, Vanessa modas, Mayk soelma, Fashion up moda, Studio JG, JW variedade, Espaço de menina e Garota arraso.

A maioria dos empreendedores de Pedro II que utilizam o Instagram como uma ferramenta de *marketing*, são do sexo feminino e atuam no setor de vestuário e moda. Todos os entrevistados afirmaram possuir algum conhecimento de *marketing* bem como aplicá-lo em seus negócios. A principal estratégia utilizada pelos empreendedores do Instagram em Pedro

---

II é a técnica do *bechmarking*<sup>78</sup>, onde o empreendedor se espelha em práticas eficientes de sua concorrência, para agir em seus negócios. Desse modo, os empreendedores vão se inspirando em cases de sucesso em outros perfis empresariais da plataforma do Instagram, adaptando-os, inovando-os, e assim promovendo os seus negócios na cidade de Pedro II.

O perfil dos empreendedores do município de Pedro II é representado em 80% por pessoas do sexo feminino. Os resultados demonstraram que a maioria dos perfis são de empreendimentos que vendem produtos em detrimento aos serviços, o que denota que os serviços ainda têm bastante espaço para crescer nessa ferramenta na cidade de Pedro II.

Constatou-se também que os usuários que olham o Instagram costumam acessá-lo várias vezes ao dia, fazendo publicações. Através dessas ações, os internautas acabam demonstrando seus gostos e preferências, o que possibilita ações estratégicas também no sentido das empresas virtuais optarem por buscar seguidores que se alinhem com suas propostas comerciais, formando uma base de possíveis consumidores.

Esse monitoramento é possibilitado pela própria ferramenta do Instagram, para quem possui um perfil comercial na plataforma. Além do número de curtidas e comentários registrados relacionados a cada postagem, o Instagram ainda disponibiliza outros benefícios. O perfil comercial traz uma aba chamada Interações, justamente para atender ao objetivo do monitoramento. Informações como as principais localizações dos seus seguidores, faixas etárias, gêneros e até o tempo médio que seus seguidores ficam no Instagram são informações disponibilizadas, como pode-se observar na Figura 02.

### 3.1 Produtos

Dos respondentes, 73% focam suas vendas em produtos, sendo 60% em vestuário e 13% com produtos diversos. As lojas voltadas para a venda de produtos não são tão diversificadas, pois os empreendimentos que tiveram maior destaque, com 60%, foi o ramo da moda. De acordo com o questionário, todas as lojas voltadas para este setor são ocupadas por mulheres jovens com idade entre 19 a 36 anos. Nestas lojas, as opções são fragmentadas, ou seja, as mulheres optam por focar em apenas um segmento de vestuário, como por exemplo:

---

<sup>78</sup> Wick e Leon ressaltam que “o benchmarking é uma ferramenta usada para ajudar o executivo a escolher e atingir metas de aprendizado” (WICK, LEON, 1996).

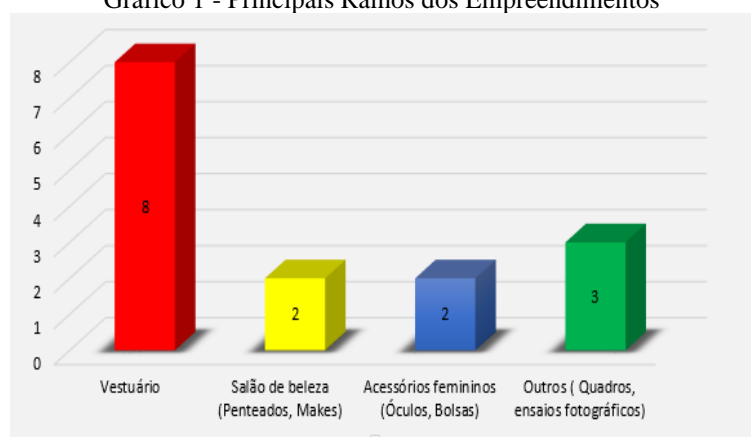
apenas blusas femininas; ou apenas moda praia; ou somente roupas para adolescentes. Os outros 13% atuam em ramos diversificados como venda de acessórios diversos a exemplo de bolsas, óculos e materiais para decoração.

### 3.2 Serviços

A área de serviços envolve 27% da atuação dos respondentes. Sendo que destes, 13% foca na área da estética e os 14% restantes divididos entre jornalismo e fotografia. No ramo da estética e beleza, as empreendedoras postam fotos ou vídeos rápidos de mulheres produzidas com maquiagens, penteados, unhas alongadas, corpos bronzeados e depilados. Muitas delas mostram o processo de como trabalham, formas de pagamentos e precificação. Pelo que se observa são empreendedoras estratégicas, que sempre estão interagindo com as clientes. Isso certamente só beneficia os negócios, pois as que ainda não frequentam, percebem a aceitação do público alvo através de curtidas e comentários.

Já os 14% estão divididos em serviços entre jornalismo e fotografias. O primeiro disponibiliza suas reportagens e divulgações no Instagram de forma comum, enquanto os de fotografias, utiliza fotos dos clientes para servir de estímulo à atração de novos consumidores.

Gráfico 1 - Principais Ramos dos Empreendimentos



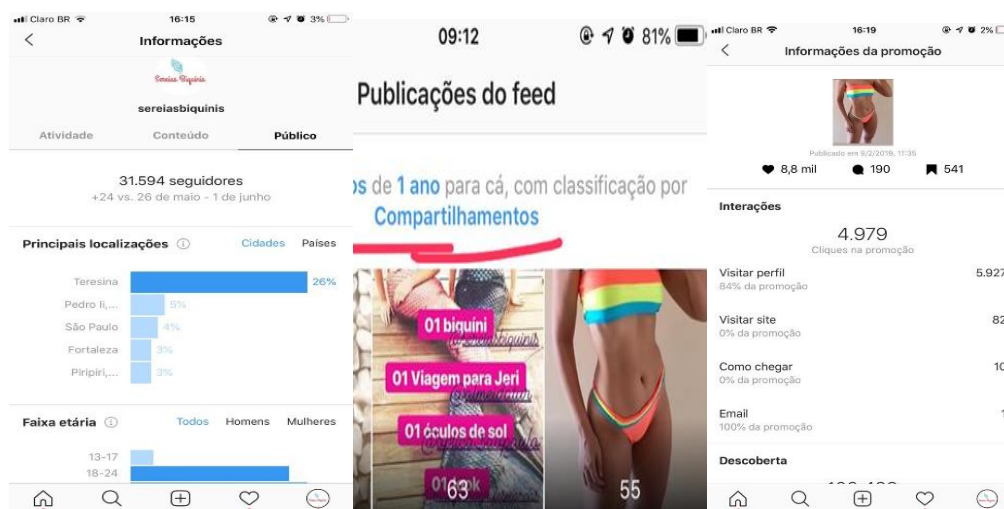
Fonte: Elaboração própria.

Conforme demonstrado no Gráfico 1, O ramo do vestuário apresenta 53,4% do mercado virtual que utiliza o Instagram em Pedro II como uma ferramenta de venda, tendo o gênero feminino como público alvo. Já os setores de beleza e acessórios apresentam um

empate, onde cada um possui 13,3% do mercado. Os demais, 20% representa o mercado de serviços como por exemplo: fotográficos, jornalismo dentre outros.

Para o cálculo da taxa de engajamento, foi eleito o empreendimento do Instagram de Pedro II que possui mais seguidores, conforme a Figura 2:

Figura 2: Perfil do Instagram da loja Sereia Biquínis, de Pedro II – PI



Fonte: Recortes de Telas do Perfil do Instagram @Sereiasbiquinis. Acesso em: 09 jun. 2019.

Com isso, para calcular a taxa de engajamento deste empreendimento, foi escolhida uma postagem de grande sucesso, que no dia 09 de junho de 2019 apresentava 4.979 curtidas, 190 comentários e 55 compartilhamentos. O resultado da taxa de engajamento dos clientes para essa postagem em específico foi de 28,62% no que atine à interação entre eles e a imagem publicada, sendo esta a de maior sucesso deste perfil até esta data. O cálculo está demonstrado na Figura 3.

Figura 3 – Cálculo da Taxa de Engajamento

$$\text{Taxa de Engajamento} = \frac{8.800 + 190 + 55 \times 100}{31.594} = 28,62$$

Fonte: Elaboração própria.

---

O perfil da Sereia Biquínis foi escolhido por possuir um número grande de seguidores, quase o mesmo número de habitantes da cidade de Pedro II. No entanto, a maior parte dos seguidores são do gênero feminino e residentes nas cidades de Teresina, seguidos de Pedro II, São Paulo, Fortaleza e Piriipiri.

Para a gestora desse perfil, Priscila Feitosa, a grande vantagem das vendas através do Instagram está no fato de não haver limites geográficos. Em relação Pedro II, ela diz que há uma “facilidade de gerar credibilidade para a empresa virtual, e propagar o negócio mais rapidamente através do boca-a-boca, visto que a maioria da população se conhece”. Como dificuldade principal ela menciona as altas taxas cobrada pelos Correios para postagem das mercadorias.

Os resultados demonstraram que o que mais influenciou os empreendedores a utilizarem o Instagram foram as características que permeiam as redes sociais, como a grande procura ou influência por parte dos clientes, além de observarem o que os seus concorrentes diretos ou indiretos utilizam para dar visibilidade ou otimizar as vendas. Outro tipo de influência detectada foi a motivação própria para empreender, sendo estimulados pelos seguintes aspectos: Praticidade, facilidade de visualização e de interação, e sobretudo pelos baixos custos envolvidos na realização das atividades do Instagram.

Conforme explica Vieira (2018), o Instagram é uma das redes sociais com a maior taxa de engajamento, logo se o empreendimento apresentar uma porcentagem maior que 6%, será considerada boa, porém, se apresentar taxa menor que 3%, não é considerada taxa positiva.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Considera-se, pelo que foi abordado neste estudo, que o avanço da internet e as redes sociais dela originadas possibilitaram novos formatos de interação entre as pessoas, com destaque para a troca de mensagens, fotografias e vídeos, inclusive em tempo real. Essas configurações acabaram possibilitando o surgimento do e-commerce, o comércio eletrônico em ferramentas como o Facebook e o Instagram.

Este estudo mostrou que o Instagram desempenha um papel bastante significativo em Pedro II, sendo ainda incipiente e com grandes chances de crescer sobremaneira nos próximos anos, com a inserção de novos negócios no mercado virtual. Mesmo sendo uma cidade pequena do interior do Piauí, foram identificados mais de 20 comércios que atuam ativamente utilizando-se do Instagram para viabilizar seus negócios.

Ao entrar em contato com seus gestores, identificou-se que o Instagram representa uma excelente oportunidade de negócios e de geração de renda, seja por seu enorme alcance, seja pelo baixo custo operacional. A praticidade que essa plataforma permite em expor os produtos e acompanhar o engajamento dos seguidores, faz com que haja um feedback praticamente instantâneo, ajudando na tomada de ações estratégicas. A taxa de engajamento dos seguidores dos perfis comerciais comprova a eficiência de sua proposta comercial.

Diante do exposto, percebe que o Instagram é uma importante ferramenta para implantação de uma empresa virtual. Como sugestão para pesquisas futuras, indica-se realizar um estudo com foco nos clientes que adquirem produtos e serviços através do Instagram na cidade de Pedro II, para entender seus olhares, anseios e principais dificuldades.

## REFERÊNCIAS

ADOLPHO, C. **Os 8 Ps do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec, 2011.

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico: Modelos, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ARAGÃO, Fernanda Bôto Paz; et al. Curtiu, Comentou, Comprou: A Mídia Social Digital Instagram e o Consumo”. **XVIII SEMEAD**. Seminários em Administração/ nov.2015.

BERGSTRÖM, Thamwika; BÄCKMAN, Lisa. Marketing and PR in Social Media: how the utilization of Instagram builds and maintains customer relationships, 2013. Disponível em: <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A625012&dswid=3327>. Acesso em 05 fev. 2019.

DELANANA, Jéssica. **Perfil comercial Instagram: Entenda por que e como aderir agora. Automação de Vendas**. 2018. Disponível em: <http://automacaodevendas.com/perfil-comercial-Instagram/>. Acesso em: 08 jun. 2019.

FELIPINI, Daiton. **Empreendedorismo na Internet**. LeBooks. 2012.



---

GIANTOMASO, Isabela. Instagram: lembre as maiores mudanças da rede social de foto. **Techtudo**, 2018). Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/04/instagram-relembre-as-maiores-mudancas-da-rede-social-de-foto.ghtml>. Acesso em: 11 jun. 2019.

GORDON, Steven R.; GORDON, Judith R. **Sistemas de informação: uma abordagem gerencial**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Resultado do Censo 2018**. Disponível: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/pedro-ii/panorama>. acesso em: 13 dez.2018.

ISHIDA, Gabriel. Como calcular taxa de engajamento em diversas redes. 9 de nov. 2015. Disponível em: <http://querosersocialmedia.com.br/blog/social-analytics/como-calculer-taxa-de-engajamento-em-diversas-redes/>. Acesso em 04 fev. 2019.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOZINETS, Robert V. **Nentografia: Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LAVADO, Thiago. Facebook muda de cara, e Messenger vai se integrar a Instagram e Whatsapp, com versão para desktop. **G1 São Paulo**. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/04/30/futuro-e-privado-diz-zuckerberg-em-encontro-anual-do-facebook-messenger-tera-versao-desktop.ghtml>. Acesso em 12 jun. 2019.

MACEDO, André de Oliveira. **A Relação Entre o Uso e a Ocupação do Centro Comercial da Cidade de Pedro II / Piauí e os Impactos aos Recursos Naturais**. Revista Geografia, Ensino & Pesquisa, Vol. 21, n.2, p. 08-21, 2017.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ci. Inf., Brasília**, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

MILANEZ, Bruno; PUPPIM, José Antônio. Ambiente, pessoas e labor: APLs além do desenvolvimento econômico na mineração de opalas em Pedro II, no Piauí. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 7, nº 4, artigo 1, Rio de Janeiro, Dez. 2009.

NAKAMURA, Rodolfo Reijiro. **E-Commerce na Internet: Fácil de Entender**. São Paulo: Érica, 2001.

OWYANG, J. **"Socialgraphics Help You To Understand Your Customers: Slides and Webinar Recording**. 2010.

PIZA, Mariana Vassalo. **O fenômeno Instagram: considerações sobre a nova perspectiva tecnológica**. Brasília: Universidade de Brasília, 2012.

RAHMAN, Zoha et al. Social Media Metrics Analytics: Study on B2C Fan pages In: **International Conference on Humanities, Social Sciences and Education (HSSE'17)** London (UK) March 20-21, 2017.

---

CORRÊA, E. S. A comunicação digital nas organizações: tendências e transformações. **Organicom** (USP), v. 6, p. 161-167, 2009.

SALGUEIRO, T. B. **Do comércio a distribuição** – Roteiro de uma mudança. Oeiras, Celta Editora. 1996, P.32. Acesso em: 13 dez. 2018.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Evelyn Freitas Paz; KNOLL, Graziela Frainer. O uso do Facebook nas estratégias na ambiência digital de uma empresa produtora de eventos. **Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, jan./mar. 2017.

VIEIRA, Sara. Como calcular a taxa de interação (ou engajamento) no Instagram. Disponível em: <https://postandpin.com/como-calculer-engajamento-Instagram/>. Acesso em 06 fev. 2019.

VILICIK, Felipe. Conheça a história do brasileiro que criou o Instagram. **Revista Exame**, 2015. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/conheca-a-historia-do-brasileiro-que-criou-o-instagram/>. Acesso em: 05 fev. 2019.

WICK, Leon. **O desafio do aprendizado**. Nobel, 1982.

---

**Heróis concebidos: Uma análise de conteúdo midiático diante da espetacularização do punitivismo como ferramenta de concepção do indivíduo político**

**Conceived heroes: An analysis of media content on the spectacularization of punitivism as a tool for the political individual's conception**

Gabriel CUNHA<sup>79</sup>

**RESUMO**

A construção do indivíduo político que recria a sua imagem nas mídias sociais sob um discurso punitivista e espetacular encontrou nas eleições de 2018 grande respaldo popular e aceitação substancial de um coeficiente eleitoral. Neste artigo, busca-se por meio da análise de conteúdo do Instagram do então Deputado Federal Sargento Fahur, compreender as centralidades do discurso de suas postagens e respectivas recorrências de interação entre o conteúdo e seus seguidores. Assim, por meio da segmentação e construção das principais associações narrativas buscou-se compreender as estruturas do discurso e sua legitimidade na construção desse animal político midiático diante de um Estado Democrático.

**PALAVRAS-CHAVE:** Espetáculo; Punitivismo; Política; Mídias Sociais; Análise de Conteúdo.

**ABSTRACT**

Politicians who recreates its image on social media under a punitive and spectacula discourse found in the 2018 brazilian elections great popular support and substantial acceptance of it electoral coeficient. In this article, it is sought, through the content analyses of the Federal Deputy Sargento Fahur's Instagram, understant the centralities of his discourse between his posts and respective recurrence of interaction with his followers. Thus, through segmentation and construction of a main narrative associant, it aims to understand the sctructure of discourse and its legitimacy in the conception of this mediatic animal above a Democratic State.

**KEYWORDS:** Spetacle; Punitivism; Politics; Social Media; Content Analysis.

**1. INTRODUÇÃO**

---

<sup>79</sup> Estudante do 5º. semestre do curso de Comunicação Organizacional pela Universidade de Brasília (UnB), e-mail: [gcunhamaia@gmail.com](mailto:gcunhamaia@gmail.com)

---

O número recorde de políticos eleitos com semelhante performance e discurso ideológico nas mídias sociais marcou as eleições de 2018. Tratam-se de políticos que firmam seu apoio popular sob a premissa de defesa do cidadão de bem, incidência de penas mais duras para criminosos e insatisfação de uma estrutura responsável por dismantelar o combate ao crime. A enorme espetacularização desses políticos, pelo imperativo e apresentação de imagens explícitas e quase encenadas, surge como instrumento de apresentação das suas ideias, gerando enorme apoio e compartilhamento do seu conteúdo à medida que lhe são atribuídos a figura de defensores e heróis de uma ordem decadente.

As redes sociais, contudo, invocaram a nova morfologia social que concebe nossa sociedade ao difundir suas lógicas e modificar o funcionamento e resultados dos processos produtivos e de experiência, cultura e poder (CASTELLS, 1999, p. 497). Igualmente, o contexto político não se distanciaria das possibilidades conferidas pelas novas redes.

O animal político aristotélico, por sua vez, subordinado à ideia de um “animal dotado de logos” e concebido por natureza (*physei*) e não por acaso (*tychei*) (CAMPILLO, 2013, p.173-174) se adaptou à realidade do seu meio. Esse novo animal político, agora midiaticizado e “oriundo dos veículos de comunicação para a política” (AUGUSTO, 2012, p.10), encontrou nas mídias sociais espaço para apresentar seu produto e promover a sua recirculação (DALMONTE, 2015, p. 100).

A expressiva e dinâmica atuação das mídias concebeu maior volatilidade, difusão de pautas, desagregação de grupos e pluralismos como novas formas de sociabilidade e organização coletiva, incentivando uma nova cidadania mais crítica, informada e que se desconecta cognitivamente e afetivamente do partido político como estrutura intermediadora (SOLANO, 2018, p.6). A apresentação da persona trouxe e delimitou o apoio à imagética que traz o indivíduo político e, se abstendo do valor de experiência política do mesmo, potencializou a emissão de suas postagens nos veículos de massa à nível assíncrono, com a possibilidade de reinserção de ideias com margem temporal flexível.

Pelas redes sociais, tais heróis concebidos nascem, crescem e se desenvolvem em um *locus* privilegiado; um emaranhado social autopoiético (LUZHMANN, 2005, p. 11) que constantemente se reinventa de modo orgânico. A veracidade, intensidade e pessoalidade do espetáculo político midiaticizado incentivam a adesão e compartilhamento de conteúdo com

---

---

expressiva velocidade. Tais mensagens, colhem os frutos de uma indústria do entretenimento que vislumbra, em específicos casos penais, espetáculos rentáveis que possuem como estrelato principal o fascínio pelo crime, reafirmado na denúncia, repulsa e identificação pela mídia (CASARA, 2018, p.159).

Assim, é apresentada uma análise do Instagram do então Deputado Federal pelo Paraná Sargento Fahur, um usuário assíduo da rede e que estabelece contato diário com seus seguidores de modo pessoal e espetacular, com objetivos específicos de: a) mapear, catalogar e analisar os conteúdos postados pelo Deputado; b) relacionar, estruturar e examinar, de acordo com a segmentação de conteúdo postado, as interações de cada tipo de postagem pelos comentários e curtidas; c) compreender a espetacularização do punitivismo como ferramenta de criação do animal político midiaticado.

Em um contexto mais amplo, esse artigo possui o objetivo geral de contribuir para a compreensão dos fluxos comunicacionais da era digital e seu impacto na política e manutenção da democracia. Tal como entender as estruturas de formação do Estado brasileiro que corroboraram e corroboram para a concepção do punitivismo como fator uno para a solução da criminalidade e a invocação de eleitos para erradicar tal situação.

## **2. A ESPETACULARIZAÇÃO E POPULARIZAÇÃO POLÍTICA NAS MÍDIAS SOCIAIS**

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. (DEBORD, 2003, p.15)

Rubim (2004, p. 6) apresenta as transformações e mutações sociais como não condizentes à dimensão estética ou espetacular da política, mas à intensidade e a modalidade de seu acionamento a ponto de constituir uma nova formação social.

O bombardeamento de telejornais que incentivam e influenciam a comoção, o sensacionalismo e a ideia de uma sociedade que isenta seus criminosos é possivelmente um fator para uma população que se comove com a situação de sua realidade e constrói possíveis inimigos responsáveis pelo crescimento constante da criminalidade. A priori, Debord (2003, p. 33) já observa que o espetáculo em si é a expressão e distanciamento do homem e o homem, grau supremo numa expansão que se coloca contra a vida e apresenta o dinheiro como única necessidade produzida pela economia política, exigindo a essência de qualquer sistema ideológico pelo empobrecimento, submissão e negação da vida real.

Um caso pertinente para ser posto como exemplo foi o da Policial Kátia Sastre que no dia 12 de maio de 2018 matou Eliveton Neves Moreira de 21 anos que, armado de um calibre 38, anunciou assalto na frente do colégio Ferreira Master, em São Paulo. A gravação do instante exato da incidência foi publicada nos mais diversos meios de comunicação, angariando um público fervoroso que passou a exalta-la por sua atitude, categorizando-a como A Mãe-PM. O vídeo serviu como propaganda política nas eleições de 2018 na qual foi eleita como a 15ª Deputada Federal mais votada. Segundo Regiane, mãe de Eliveton, a cena do seu filho sendo morto a perseguia durante o período eleitoral<sup>80</sup>.

A estetização do herói popular concebido pelo espetáculo se posta diante da experiência autêntica que estimula a percepção do político a partir de da aura de uma figura mítica (KANG, 2012, p.67), um ser bom dentro de uma ideia maniqueísta que separa os que são bons daqueles que são maus, os detentores de moral e os imorais.

### **3. UM ESTADO PUNITIVISTA**

O Brasil atualmente possui a terceira posição mundial no ranking do encarceramento em massa, atrás somente de China e Estados Unidos<sup>81</sup>. Segundo dados do Infopen<sup>82</sup> (2017), mais de 90% destas pessoas encarceradas são homens, 64% é negra e 55% são jovens. Em

---

<sup>80</sup> Disponível em: <<https://epoca.globo.com/a-cena-me-perseguiu-diz-mae-deassaltante-morto-pela-pm-katia-sastre-diante-de-escola-23181181>>.

<sup>81</sup> Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/575856paradigma-do-punitivismo-coloca-o-brasil-em-terceiro-lugar-no-ranking-mundial-doencarceramento-entrevista-especial-com-juliana-borges>.

<sup>82</sup> Disponível em: [http://depen.gov.br/DEPEN/noticias-1/noticias/infopenlevantamento-nacional-de-informacoes-penitenciarias-2016/relatorio\\_2016\\_22111.pdf](http://depen.gov.br/DEPEN/noticias-1/noticias/infopenlevantamento-nacional-de-informacoes-penitenciarias-2016/relatorio_2016_22111.pdf).

pesquisa do Instituto de Segurança Pública (2014) foi levantado que a maioria das apreensões no Estado do Rio de Janeiro se trata de pequenas quantidades de drogas e em 50% das ocorrências, o volume máximo de maconha encontrada foi de 6 gramas<sup>83</sup>. A Lei 11.343, ou Lei das Drogas, de 2006 foi uma das grandes responsáveis pelo aumento de presidiários no país – desde sua aplicação, o número de pessoas presas por tráfico de drogas cresceu 508% em 12 anos no estado de São Paulo, segundo o Ministério da Justiça (MJ) e Secretária da Administração Penitenciária<sup>84</sup>. Ainda de acordo com o MJ, 64% das mulheres e 25% dos homens presos no Brasil respondem a crimes relacionados às drogas.

Ora, se após a constatação dos dados apresentados como se dá a reprodução constante de um discurso que expõe o Brasil como um Estado que “passa a mão em cabeça de bandido”? Acerca desse paradoxo, Vera Batista (2001, p.4) destaca que as campanhas maciças de pânico social veiculadas na imprensa permitiram um avanço sem precedentes na internalização do autoritarismo (2001 *apud* VASCONCELOS; FRANÇA, 2015, p. 436).

Programas de endereçamento de telejornalismo policial e líderes de audiência como Cidade Alerta<sup>85</sup>, Brasil Urgente<sup>86</sup> e Balanço Geral<sup>87</sup> buscam denunciar a alta criminalidade na qual o “cidadão de bem” está sujeito e são exemplos pertinentes acerca. Com performances quase cênicas, os espetáculos dos apresentadores desses programas se apoiam na exaltação da voz, apelo emocional, uso de gírias e falas provocativas para se aproximarem do seu público.

Além, o pensamento higienista que ganhou força no século XIX teve enorme impacto devido as teorias da criminologia positivista, estudo etiológico que define criminosos de acordo com seu espaço geográfico, cultural e étnico. Esse valor, entretanto, se mostrou extremamente racista e classista ao catalogar indivíduos como potenciais criminosos e legitimar a atuação da polícia a partir da cor da pele ou moradia dos indivíduos (PIMENTA, 2016, p. 31).

---

<sup>83</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/estudo-revela-que-metade-dos-presos-com-maconha-no-rio-sao- apenas-usuarios-20932947>.

<sup>84</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/numero-de-presos-portrafico-de-drogas-cresce-508-em-12-anos-no-estado-de-sp.ghtml>.

<sup>85</sup> Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/cidade-alerta-bate-recorde-deaudiencia-e-share-no-ano-e-consolida-segundo-lugar/>.

<sup>86</sup> Disponível em: <https://rd1.com.br/chuvas-em-sp-turbinam-audiencia-do-brasilurgente-na-band/>.

<sup>87</sup> Disponível em: <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/audiencia-datv/2019/01/balanco-geral-sp- encerra-2018-com-recorde-historico-de-audiencia>.

Nesse contexto dominado pela cultura do medo (PASTANA, 2003), a postura do indivíduo que, ocasionalmente, é oprimido por uma situação de dominação é a de se conformar com o ato autoritário associado a segurança pública, não porque existem outros que o oprimem, mas porque vive em um ambiente perigoso e desordenado, em que o preço da segurança é o autoritarismo (2003 *apud* PASTANA, 2007 p. 30).

Com o avanço da tecnologia da informação e o surgimento de novas multimídias, os espetáculos passaram a determinar de maneira decisiva o perfil e a trajetória das sociedades e culturas contemporâneas (PATIAS, 2005, p.66). O fato de políticos conhecidos pelas suas propostas punitivistas como Eduardo Bolsonaro, Celso Russomano, Pastor Sargento Isidório, Sargento Fahur, Capitão Wagner e Kátia Sastre estarem entre os 15 deputados mais votados<sup>88</sup> e uma bancada militar que saltou de 10 para 22<sup>89</sup> escancara essa busca incessante por maiores punições e inflexibilidade das atividades penais.

Análogo, a inflação do sentimento de unicidade coletiva se manifesta na assimilação ao representante moral. O populismo, como um estilo de governo e política de massas (WEFFORT *apud* CAPELATO, 2013, p. 60), é classificado aqui como uma prática impulsionada pela midiaticização dos discursos políticos. A vasta gama de apoiadores desses animais políticos midiaticizados (AUGUSTO, 2012) se transforma em um apanhado de seguidores e eleitores engajados que encontram nas redes sociais iniciativas “manobradas pelo líder populista, carismático e dotado de capacidade de mobilização das massas” (CAPELATO, 2013, p. 60).

O crescente entusiasmo das massas sob a prática de adesão de apoiadores pela política do medo e da construção do falso-vilão, além de propostas simplistas e medidas austeras, como o encarceramento em massa e armamento da população, corrobora para a ideia de relações combativas e fortalece a ideia de que existem dois lados polares que estão, naturalmente, em constante tensão e conflito.

#### **4. METODOLOGIA**

---

<sup>88</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/veja-quem-sao-os-15-deputados-federais-mais-votados-no-pais.shtml>.

<sup>89</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/bancada-militar-nacamara-salta-de-10-para-22.shtml>.



Com o objetivo de compreender materialmente o que vem sendo discutido durante a progressão dessa pesquisa, fez-se uma análise do conteúdo postado – cerca de 524 postagens – no Instagram do Deputado Federal Sargento Fahur entre 12 de Setembro de 2015, data da primeira postagem, e 24 de Fevereiro de 2019, data da última postagem analisada e último dia da classificação do material científico. Sob a metodologia de Laurence Bardin (1977, p. 52), em que procura seguir uma ordem organizativa em que “as diferentes fases da análise de conteúdo, tal como inquérito sociológico ou a experimentação, organizem-se em torno de três polos cronológicos: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação” (BARDIN, 1977, p. 95).

Portanto, construiu-se uma análise quantitativa que buscou:

I. Segmentar as postagens do deputado de acordo com a frequência das propostas de conteúdo a fim de compreender temáticas centrais em seu discurso:

II. Segmentar a quantidade de curtidas e comentários em cada postagem à fim de levantar a interação dos seguidores de acordo com cada segmentação de postagem. Para condensação dos números registrados fez-se uma média aritmética de todos os comentários e curtidas.

A. DESMORALIZAÇÃO DE PARTIDOS, POLÍTICO OU PROPOSTAS DE BLOCOS OPOSITORES: 26 postagens; 32875 curtidas; 895 comentários

B. VÍDEOS EM QUE O PRÓPRIO DEPUTADO EXPÕE SUAS OPINIÕES: 36 postagens; 32697 curtidas; 1635 comentários

C. POSTAGENS DE APOIO AO ENTÃO PRESIDENTE JAIR BOLSONARO: 24 postagens; 32416 curtidas; 563 comentários

D. QUOTES DO TWITTER COM IDEIAS SINTETIZADAS: 45 postagens; 30862 curtidas; 707 comentários

E. EXALTAÇÃO E APRESENTAÇÃO EXPLÍCITA DAS ARMAS: 23 postagens; 23837 curtidas; 962 comentários

F. CONTEÚDO COM TEOR PUNITIVISTA: 134 postagens; 21753 curtidas; 539 comentários

G. EXERCÍCIO DA SUA FUNÇÃO COMO DEPUTADO: 17 postagens; 20251 curtidas; 263 comentários

H. POSTAGENS INTERATIVAS: 42 postagens; 19427 curtidas; 412 comentários.

I. HOMENAGENS E EXALTAÇÃO DA SUA IMAGEM: 80 postagens; 16775 curtidas; 266 comentários

J. FOTOS CONVENCIONAIS E PESSOAIS: 93 postagens; 15219 curtidas; 189 comentários

K. VÍDEOS OU FOTOS APRESENTANDO HUMILHAÇÕES EXPLÍCITAS À SUPOSTOS CRIMINOSOS: 39 postagens; 11401 curtidas; 389 comentários

L. DENÚNCIAS OU INDIGNAÇÕES: 19 postagens; 712 curtidas; 332 comentários

M. POSTAGENS DE OUTROS CONTEÚDOS: 15 postagens; 925 curtidas, 232 comentários

Abaixo, a intercessão de conteúdo postado pelo Sargento tem como objetivo exprimir as relações narrativas de cada conteúdo. Em cinza, apresentam-se a recorrência de tais conteúdos nas postagens do deputado e em laranja as intercessões das semânticas mais encontradas.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A	26	3	3	1	0	6	2	2	0	0	1	2
B	3	36	3	0	0	26	4	3	0	0	2	3
C	1	3	24	3	4	3	2	1	2	0	0	0
D	3	0	3	54	1	43	0	8	2	0	0	0
E	0	0	4	1	23	9	3	2	11	0	1	0
F	6	26	3	43	9	143	9	7	6	2	39	3
G	2	4	2	0	3	9	17	2	1	0	0	0
H	2	3	1	8	2	7	2	42	2	7	4	4
I	0	0	2	2	11	6	1	2	80	3	0	0
J	0	0	0	0	0	2	0	7	3	93	0	0
K	1	2	0	0	1	39	0	4	0	0	39	3
L	2	3	0	0	0	3	0	4	0	0	3	19

Tabela 1

III. Segmentar a quantidade de curtidas e comentários em cada postagem à fim de levantar a interação dos seguidores de acordo com cada segmentação de postagem. Para condensação dos números registrados fez-se uma média aritmética de todos os comentários e curtidas.

Gráfico 1

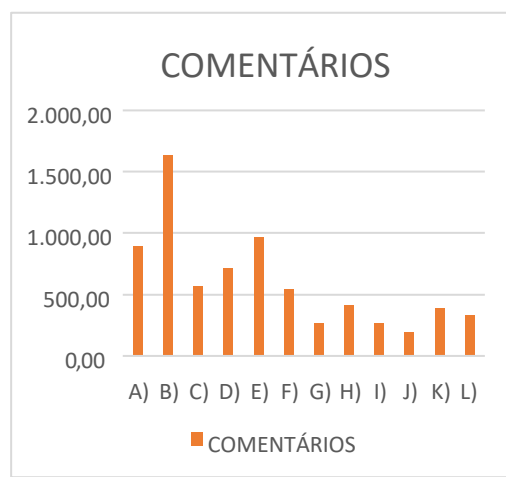
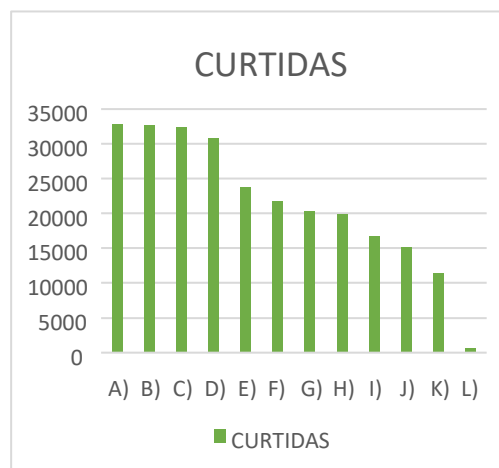


Gráfico 2



## 5. ANÁLISE

Gilson Cardoso Fahur, mais conhecido como Sargento Fahur, é um policial militar reformado e político brasileiro filiado ao Partido Social Democrático. Foi ex-integrante da Rotam (Rondas Ostensivas Tático Metropolitanas) na cidade de Maringá e ficou conhecido pelo sucesso nas operações que liderou e pela sua postura linha dura como policial.

Sua primeira tentativa para o cargo de deputado foi em 2014 aonde obteve 50.608 votos e, mesmo embora não eleito, tornou-se primeiro suplente em sua coligação. No ano seguinte, em maio de 2015, o programa Pânico na Band apresentou o Sargento Fahur como um personagem cômico que passou a aparecer no programa em 2017. Nas eleições de 2018, o Sargento Fahur foi eleito, com 314.936 votos válidos, o Deputado Federal mais votado do Paraná. Fahur possuía, até 24 de fevereiro de 2019, 525 postagens e 995 mil seguidores em sua conta do Instagram e mantém contato ávido com seu público.

A média de postagens mais curtidas e com expressivo engajamento e interação do público foram aqueles que apresentavam desmoralização de partidos, políticos ou blocos opositores (A) e/ou opositoristas, nas quais, o deputado as expõe como fruto indissociável de um comunismo que cresceu durante o período em que o Partido dos Trabalhadores esteve no poder.

O inimigo se torna à retórica que justifica todas as violências à uma democracia mínima (SOLANO, 2008, p.6), afetada pela ignorância e confusão, pautadas na postura da sociedade na qual transforma figuras normativas em inimigos potenciais (CASARA, 2018, p.88) e condensa projetos de políticas públicas em suporte à “vagabundos”.

Figura 1: postagem no dia 25 de janeiro de 2019.



Fonte: produzida pelo autor, print do Instagram do deputado Sargento Fahur, 24 de fevereiro de 2019.

Constantemente o deputado compartilha *quotes* do seu twitter com ideias sintetizadas (D) em sua conta no Instagram, apresentando opiniões superficiais acerca de um assunto em voga. Em sua maioria – relação de 43 de 54 postagens – os conteúdos dessas publicações apresentaram teor punitivista (F) e – relação de 8 de 54 postagens – convidam os usuários a comentar e compartilhar suas perspectivas acerca (H).

Figura 2: postagem do dia 27 de outubro de 2018



Fonte: produzida pelo autor, print do Instagram do deputado Sargento Fahur, 24 de fevereiro de 2019.

O discurso do medo, essencial para aprofundar o imaginário social o abismo que separa “nós” do “deles”, é propagado para legitimar repressões e violências. Tudo, até mesmo o assassinato de um suspeito, se tornaria necessário para a proteção das vítimas (nós) contra os delinquentes (eles) (PIMENTA, 2016, p. 47). As sociedades periféricas, ainda sob teorias positivistas e deterministas, transformam-se em sociedades de inimizade (SOLANO, 2008, p.6).

Figura 3: postagem do dia 22 de maio de 2017



Fonte: produzida pelo autor, print do Instagram do deputado Sargento Fahur, 24 de fevereiro de 2019.

Vídeos ou fotos apresentando humilhações explícitas à supostos criminosos (K) exploram um prazer deturpado de justiça por parte do público para degradação do indivíduo criminoso expresso em grande parte dos 39 comentários com essa narrativa. A heteronomia, não por órgãos legais e sim do cidadão comum, de uma ética moralista reforçada pela mídia apresenta um estado hedonista (SODRÉ et al, 2008, p. 30) que estimula prazeres diante da desmoralização e sofrimento do indivíduo ainda não criminalizado. Na postagem acima, que

traz um jovem morto acompanhado da legenda “foi para o barro”, comentários comemorando o seu fim são encontrados, em sua maioria, explicitando um público com sentimento de impunidade e que encontra no extermínio de criminosos a solução para a criminalidade.

Revoltante, visto da perspectiva do povo, onde ele revela a tirania, o excesso, a sede de vingança e o “cruel prazer de punir”. Vergonhoso, considerado da perspectiva da vítima, reduzida ao desespero e da qual ainda se espera que bendiga “o céu e os juizes por quem parece abandonada”. Acostumado a “ver correr sangue”, o povo aprende rápido que “só pode se vingar com sangue” (FOUCAULT, 2013, p. 55).

O discurso punitivista de Fatur, impossível de ser desassociado da sua imagem, é fator primordial para seu sucesso eleitoral, o qual, sem eufemismos ou prudências, continua sendo emitido dentro das postagens que retratam seu cotidiano na câmara dos deputados – relação de 9 postagens com teor punitivista (E) para 17 em exercício da sua função como deputado (G).

Figura 4: postagem do dia 28 de Janeiro de 2018



Fonte: produzida pelo autor, print do Instagram do deputado Sargento Fatur, 24 de fevereiro de 2019.

A corrida à audiência dos meios de comunicação de massa passa a ser, cada vez mais visível, uma lógica do governo (DEBRAY, 1993, p. 138) em que “o mundo da política foi buscar no mundo do teatro a prática do *star system*” (SCHWARTZENBERG, 1995, p. 15).

“O apelo à intimidade, à personalidade, à vida pessoal se posta como alicerce para uma possível ordem pública, abolindo-se a distinção entre o espaço público e privado” (CHAUÍ, 2006, p. 09), fortificando, ao espetacularizar o exercício da sua função como deputado (G), a ideia de entretenimento político para o seu público midiático.

A estratégia que rompe com o limiar entre vida pública e privada apresentada nas postagens interativas (H) e nas fotos convencionais e pessoais (j) do deputado oferece maior interatividade entre suas propostas e seu eleitorado, trazendo maior intimidade para adesão de suas propostas ao estabelecer laços quase pessoais a ponto de legitimar uma e qualquer informação expressada (CHAUÍ, 2006, p.09). Transparência, carisma e ordem pública são valores encontrados que se fundem à ideia de representação popular. Encontrada inclusive nas frequentes homenagens e exaltações da sua imagem (I).

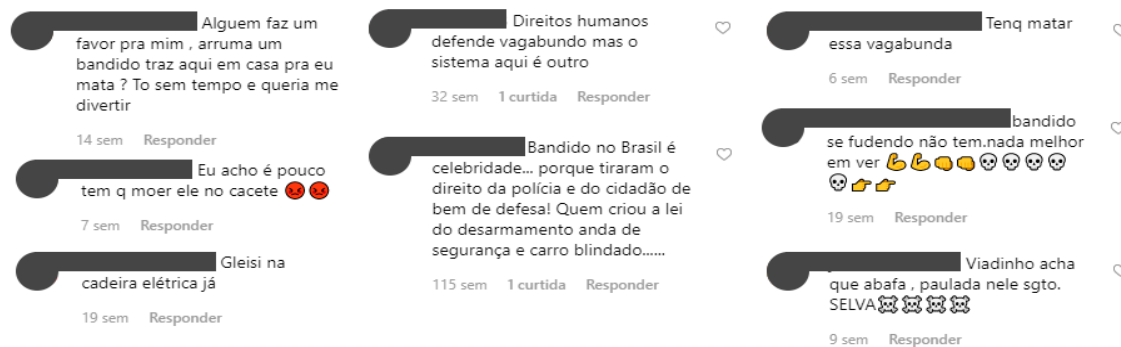
Figura 5: postagem do dia 20 de fevereiro de 2019



Fonte: produzida pelo autor, print do Instagram do deputado Sargento Fahur, 24 de fevereiro de 2019.

A interação imagética como apresentada acima cria a possibilidade de construção do arquétipo do herói. O poder, assim, se realiza pela transposição, pela produção de imagens e manipulação de símbolos em um quadro cerimonial (BALANDIER, 1982, p .7). As médias mais recorrentes de intercessão mostram a associação dos símbolos presentes na percepção do *pathos* que carrega o sargento – 11 postagens em relação à exaltação e apresentação explícita de armas (E) e 6 com conteúdo punitivista para 80 que recorrem à homenagens e exaltação da sua imagem.

Figura 6: amostragem aleatória dos comentários.



Fonte: produzida pelo autor, amostragem aleatória dos comentários no Instagram do Deputado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A possibilidade das mídias sociais em eleger indivíduos políticos se associa à qualificação de uma realidade que autoproduz a imagem e destaca os enquadramentos necessários para a associação entre emissor e receptor. A utilização de símbolos espetaculares apresentados como infotainment pelo deputado Sargento Fatur em seu Instagram inclui a personalização da notícia por meio de uma figura política específica, de modo a criar identificação com as emoções e interesses do receptor, o que torna sua figura mais fácil de ser processada e armazenada na memória do seu público (CASTELLS, 2017, p. 259).

Entretanto, a problemática se dá ao observarmos uma imprensa mercantil que, com objetivos políticos manipulam uma comoção popular quanto à insegurança, medo e sentimento de impunidade (CASARA, 2018, p.158), atribuições específicas dos tribunais (Rodriguez, 2000) e julgamentos televisados que, numa lógica de Big Brother, passam a conferir o controle de justiça por estímulo a uma sociedade que assiste à teatralização da justiça (2000 apud SOLANO, 2018, p. 5) e reproduz uma opinião que passa a regular o desenvolvimento do caso penal espetacularizado (CASARA, 2018, p.165).

O populismo do judiciário e o populismo militarista produz heróis mercantilizados (CASARA, 2018) e se coloca como um período de fachada, em que a espetacularização e a imagem são mais importantes do que a veracidade e legitimidade de um fato. A cortina do espetáculo esconde uma ordem esvaziada de conteúdo outrora capturada pela lógica



---

capitalista e mercantil (CROUCH 2004) e escancara possíveis sinais de uma corporocracia (2004 apud SOLANO, 2018, p.6) que busca a todo preço defender seu *status quo*.

## REFERENCIAL

AUGUSTO, Gabriel Leão. **O Animal Político Midiático: Imagens e Representações na Política Contemporânea**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2012. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/02/04-O-animal-pol%C3%ADtico-midi%C3%A1tico.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2019.

BALANDIER, Georges. **O poder em cena**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1982.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 70. ed. Portugal: Edições 70, 1997. Tradução de: Luís Antero Reta e Augusto Pinheiro.

CAMPILLO, Antonio. Animal político. Aristóteles, Arendt y nosotros. **Revista De Filosofía (Madrid)**, 39(2), 2014, p. 169-188.

CAPELATO, Maria Helena, Mídia e Populismo/ Populismo e Mídia. In: **Revista Contracampo**, v.28, n.3, ed. dez-mar, ano 2013. Niterói: Contracampo, 2013, p. 52-72.

CASARA, Rubeens R R. **Estado Pós-Democrático: Neo-obscurantismo e gestão dos indesejáveis**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel et al. **Mobile Communication and Society: A Global Perspective**. Cambridge, Massachusetts: The Mit Press, 2007.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

DALMONTE, Edson Fernando. Novos cenários comunicacionais no contexto das mídias interativas: o espalhamento midiático. XXIII Encontro Anual da Compós. Universidade Federal do Pará, 2014. **Anais [...]**. Belém: Universidade Federal do Pará, 2014.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Coletivo Periferia, 2003.

DEBRAY, Régis. **O Estado sedutor**. Petrópolis: Vozes, 1994.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: história da violência nas prisões**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

KANG, Joeho. **A Mídia e a Crise da Democracia**. São Paulo: Novos Estudos Cebrap, 2012.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2005.

---

PASTANA, Debora Regina. **Os contornos do estado punitivo no Brasil**. São Paulo: Perspectivas, 2007.

PATIAS, Jaime Carlos. **O espetáculo da violência no telejornal sensacionalista: Uma análise do “Brasil Urgente”**. 2005. 228 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Comunicação e Mercado, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2005.

PIMENTA, Victor Martins. **Por trás das grades: o encarceramento brasileiro em uma abordagem criminológico-crítica**. 2016. 173 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pósgraduação em Direitos Humanos e Cidadania, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Espectáculo, Política e Mídia**. Salvador: Edufba, 2004.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado Espetáculo**. São Paulo, Círculo do Livro, 1977.

SODRÉ, Muniz et al. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

SOLANO, Esther. **Crise da Democracia e extremismos de direita**. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert, 2018.

VASCONCELOS, Rafaelle Braga; FRANÇA, Marlene Helena de Oliveira. Punitivismo e alternativas penais: o sistema penal brasileiro vai de encontro ao processo de redemocratização? **Periódico do Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Gênero e Direito Centro de Ciências Jurídicas** - Universidade Federal da Paraíba, n. 01, 2015.

## **Sem Final Feliz: Sexualidades Desviantes e os Vilões da Disney**

### **No Happy Ending: Deviants Sexualities and The Disney Villans**

Jaques Lucas de Lemos CAVALCANTI<sup>90</sup>  
Denilson Lopes SILVA<sup>91</sup>

#### **RESUMO**

Este trabalho investigou a representação queer nos filmes *O Rei Leão*, *Aladdin* e *A Pequena Sereia*. Utilizou-se como metodologia o estudo de caso, com revisão bibliográfica, e um exame qualitativo apoiado em uma análise fílmica de conteúdo. Concluiu-se que o comportamento e as características empregadas para os personagens que assumem os papéis de vilões fogem aos modelos tradicionais de masculino e feminino, sugerindo uma reflexão sobre sexualidade e papéis de gênero na sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cinema; Disney; Vilões; Queer; Sexualidade.

#### **ABSTRACT**

This work investigated *queer* representation in the films *The Lion King*, *Aladdin* and *The Little Mermaid*. A case study was used as methodology, with a bibliographical review and a qualitative examination supported by a video content analysis. It was concluded that the behavior and characteristics used for the villains differ from the traditional masculine and feminine models, suggesting a reflection of sexuality and gender roles in a society.

**KEYWORDS:** Cinema; Disney; Villans; Queer; Sexuality.

## **1. INTRODUÇÃO**

A palavra “monstro” vem do latim *monstrum* e significa mostrar, exhibir, marcar como visível, um aviso dos deuses. A figura/imagem/corpo/narrativa monstruosa geralmente se desenvolve como uma espécie de perturbação à ordem natural das coisas. Essa ameaça

---

<sup>1</sup> Estudante do 4º. semestre do curso de Rádio e Tv da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), e-mail [jaqueslucas19@hotmail.com](mailto:jaqueslucas19@hotmail.com)

<sup>91</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Rádio e Tv da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), e-mail: [noslined@bighost.com.br](mailto:noslined@bighost.com.br)

---

simbólica iminente ocasiona consequências devastadoras e muitas vezes irreversíveis ao regime de poder vigente. No caso deste trabalho, a heterossexualidade compulsória seria “ameaçada” pela produção de formas de ser não condizentes com seu processo de normatização regulamentadora. A expressão “heterossexualidade compulsória” foi criada pela estadunidense Adrienne Rich e compreende a heterossexualidade como uma instituição política de controle dos corpos e suas subjetividades por meio da legislação, das imagens midiáticas e por esforços de censura. Esses outros corpos políticos se configurariam em uma permanente ameaça à ordem familiar, a religião e ao Estado.

A domesticação e estetização dos corpos são premissas fundamentais da experiência ocidental ao final do século XX. O tornar oculto, afastando da visibilidade tudo o que não se enquadra dentro da “normalidade”, foi intensificado “quando os avanços consideráveis no campo biomédico e a emergência da televisão produziram uma espécie de ‘lugar-comum’ do possível, ou seja: a pedagogia do existir é intensificada, e normas e formatações do *self* adquirem novos *status*” (PALEOLOGO, 2013, p. 05).

Em sua obra *Os Anormais*, Michel Foucault (2001) caracteriza a monstruosidade como estando fundamentalmente enraizada numa noção jurídica. O monstro é concebido como uma forma de transgressão de determinadas leis naturais, uma violação extrema da norma da natureza. A questão então tangencia o domínio jurídico-biológico. Tanto as leis quanto os mecanismos de gerenciamento do corpo na sociedade fazem com que apareçam discursos sobre a transgressão de tais leis e das próprias anormalidades corporais. A ideia de monstro e de monstruosidade está intimamente ligada a toda e qualquer concepção de transgressão.

Só há monstruosidade onde a desordem da lei natural vem tocar, abalar, inquietar o direito, seja o direito civil, o direito canônico ou o direito religioso. É no ponto de encontro, no ponto de atrito entre a infração da lei-quadro, natural, e a infração a essa lei superior instituída por Deus ou pelas sociedades (...) (FOUCAULT, 2001, p. 78-79).

Ao traçar um panorama da anomalia e como a mesma se configurou no século XIX, Foucault (2001) mostra que o indivíduo a ser corrigido, ou seja, o anormal e o desviante

---

sexual, traz inscrito em seu corpo a memória dos monstros, como espécies de expressões banalizadas desses seres no domínio das práticas jurídicas e de controle da subjetividade.

Para Foucault (2001), o monstro humano, primeiro de um conjunto de três figuras (o monstro humano, o indivíduo a ser corrigido e a criança masturbadora), que constituiriam historicamente o domínio da anomalia, é a forma mais extrema de oposição à norma. O filósofo compreende que essa figura serviria como o princípio de inteligibilidade pelo qual seria possível identificar o que há de monstruoso nas pequenas anomalias e nos desvios de conduta. “Assim como o discurso médico se apropria da morte para falar da vida, o discurso jurídico se apropria do monstro para falar da lei” (MILANEZ; PRATES, 2013).

Foucault (2001) relata que, com o decorrer do tempo, o monstro passa para o domínio da moral. Essa figura transpõe o domínio jurídico-biológico, enquanto transgressão da natureza, para um domínio jurídico-político, como desvio de conduta. Essa extensão entre corpo e comportamento se desenvolve a partir de práticas discursivas. Sendo o monstro uma construção cultural, as representações em torno de suas características perpassam muitas vezes por procedimentos de propagação de estereótipos associados à sua identidade.

A indústria cinematográfica herda diretamente essas “figuras anormais”. Ao transplantar tais formas cristalizadas de representação da monstrosidade, o cinema acabou por reafirmar certos padrões de comportamento ao alcançar um número cada vez maior de espectadores, contribuindo, assim, para a formação do imaginário social moderno.

Desta forma, o objetivo deste trabalho é de analisar como os filmes animados abordam o tema da orientação sexual não mono-heterossexual e da identidade de gênero, a fim de identificar a maneira como as narrativas das animações da Disney naturalizam comportamentos que fortalecem a lógica da heterossexualidade e estigmatizam outros modos de construção subjetiva. Quanto aos objetivos específicos, buscou-se compreender as escolhas de *storytelling* que foram utilizadas e analisar a construção das figuras dos vilões quando em comparação aos protagonistas das histórias.

## **2. ACORDOS METODOLÓGICOS**

---

Para desenvolver a estrutura de análise dos três objetos do presente trabalho, o pesquisador se utilizou do método de investigação qualitativo a fim de atingir objetivos específicos. O instrumento de pesquisa utilizado foi o bibliográfico, no qual foi possível o contato com teorias que permitissem maior embasamento a respeito da questão *queer* e seus respectivos desdobramentos dentro do campo de estudos do audiovisual. A partir de uma abordagem exploratória, a pesquisa tentou conectar as ideias de autores e autoras como Michael Foucault (2001), Judith Butler (2003), Paul Preciado (2014, 2015), Edgar Morin (2011) e Kathryn Woodward (2012) ao universo dos filmes de animação da Disney para compreender a forma como essas produções influenciam no processo de construção da subjetividade do público infantil. Através da observação das falas, vestimentas e comportamentos dos personagens, foi permitido traçar um viés interpretativo do subtexto presente nos filmes examinados.

### **3. A DISNEY E O FINAL FELIZ**

Nas animações voltadas para o público infanto-juvenil dos estúdios Disney, a premissa “viveram felizes para sempre” está sempre associada à união heterossexual, atuante como um padrão a ser seguido. A frase emblemática do final dos filmes, contos literários e desenhos animados opera quase que de forma inquestionável na construção de um “fim” continuamente marcado pela promessa de felicidade e satisfação pessoal.

O antropólogo e sociólogo francês Morin (2011) conceitua em seu livro *Cultura de Massas no Século XX* o final feliz como “a felicidade dos heróis simpáticos, adquirida de modo quase providencial, depois das provas que, normalmente, deveriam conduzir a um fracasso ou a uma saída trágica” (MORIN, 2011, p. 84).

Morin (2011) analisa os finais felizes como a utópica ideia de felicidade plena no mundo ocidental. As cenas de *happy end* são sempre recheadas de amor romântico e muitas vezes de beijos apaixonados, mesmo que os personagens nunca tenham se falado ou pouco se conheçam. Essa estrutura narrativa está diretamente associada aos ideais de romance, casamento e heteropatriarcado.

---

De acordo com Woodward (2012), partindo-se do pressuposto de que a sexualidade não é um fator que se mantém inalterado durante toda a vida e que, muito menos, é dada no momento em que nascemos, podemos afirmar que existe uma série de imagens e artefatos culturais com os quais acabamos entrando em contato e que, assim, não apenas moldam a forma como devemos buscar o prazer, mas também nossos demais valores, desejos e preconceitos.

Nos artefatos infantis, por exemplo, os personagens com sexualidades dissidentes são em sua maioria personificados/representados como vilões que, diferentemente do casal heterossexual de heróis, não desfrutam de uma união romântica e do final feliz. A expressão “dissidência sexual” foi cunhada pela antropóloga estadunidense Gayle Rubin em 1984 em seu artigo seminal “*Thinking Sex*”. Rubin “afirma que há uma hierarquia das sexualidades e expressões de gêneros que regula as relações humanas e organiza todo um sistema de privilégios e de desigualdades a partir de uma pirâmide erótica na sociedade” (SILVA, 2014, p. 02). Quanto mais próximo ao topo da pirâmide o indivíduo se encontra, maior é o seu nível de privilégios sociais, econômicos e materiais. Ao passo em que o sujeito que se encontra abaixo dessa estrutura, conseqüentemente sofrerá maior discriminação.

Desde a segunda metade do século XX, o campo de investigação dos estudos da Cultura Visual tem dado ênfase à interpretação das imagens produzidas pela mídia e às construções identitárias demarcadas pela mesma. As imagens atuam como táticas de poder, operando na luta para a legitimação de determinados valores e comportamentos. No caso da Disney, um discurso visual que se prestaria à manutenção da heteronormatividade, ou seja, a imposição de um modelo de comportamento que marginaliza orientações sexuais diferentes da heterossexual.

Morin (2011) explica que o exagero nas características das personagens se repete em diversas produções da cultura de massas e cinematográficas. Essas narrativas tendem ao maniqueísmo e valorizam a ideia de bem e mal de forma bastante distante e polarizada. A fim de acentuar os traços simpáticos dos heróis, de forma a aumentar a participação efetiva do espectador na história, necessariamente cria-se um sentimento de repulsa pelas figuras vilanescas.

---

As histórias das Princesas da Disney, em sua maioria, projetam o final feliz e o desaparecimento do sofrimento como uma condição exclusivamente heterossexual. Através de um processo de pedagogização midiática, esses artefatos culturais propagam valores e oferecem modelos a meninos e meninas de como devem se comportar, com quem se relacionar, quais lugares frequentar, o que devem usar e, o mais importante, quem ou o que devem evitar.

É significativa a contribuição dos filmes da Disney como reafirmação para as crianças, praticamente desde o seu nascimento, de que a heterossexualidade é o modelo natural de relacionamento, uma vez que esse padrão se repete de maneira incontestável em praticamente todas as histórias criadas pela empresa até então. Os personagens que desempenham os papéis de heróis e heroínas são insistentemente associados à heterossexualidade, ao passo que os vilões e vilãs, representados de maneira caricaturada e exagerada, aos indivíduos de sexualidades dissidentes.

Contudo, é importante destacar que algumas produções da Disney, sobretudo as mais recentes, já trazem outras discussões sobre papéis de gênero e representações diversas nas figuras de suas heroínas como Mulan (1998), Merida (Valente - 2012) e Elsa (*Frozen* - 2013) e como consequência, nas figuras de seus respectivos antagonistas.

#### **4. O VILÃO *QUEER***

O fenômeno conhecido como *Sissy Villain* (MARTINEZ, 2015), algo como o “vilão bicha”, está diretamente relacionado ao estigma cultural contra a feminilidade e seus traços ao ser reproduzido por corpos associados ao masculino, seja a partir de maneirismos afetados, impecável senso de moda, vozes delicadas, etc. O uso desses marcadores verbais e visuais, por meio do uso da linguagem corporal, vestimenta e outros aspectos associados de maneira estereotipada à orientação sexual, acaba por criar uma conotação *queer* nesses personagens sem, no entanto, precisar apontá-la explicitamente.

O subtexto *queer* funciona como uma maneira de equacionar a relação de sexualidade desviante com violência. Esse “corpo estranho” se torna o referencial de vilania no qual características positivas como honestidade e bondade não se enquadram. Seja pela natureza



---

mais feminina de Scar (*O Rei Leão*, 1994) ou a afetação de Úrsula (*A Pequena Sereia*, 1989), as crianças acabam associando os traços da estética *queer* com o próprio conceito de vilania/maldade. Ao se abster de identificar personagens *queer* em seu cânone clássico de produção, a Disney parece enviar uma mensagem de que gays/lésbicas/travestis não são para os olhos do público, afinal, os personagens (vilões) que apresentam os traços abertamente associados a esses sujeitos são desprezados por essas mesmas características.

Em um mundo dominado cada vez mais pela emergência e fixação de novas tecnologias, no qual as crianças estão em contato com diversos conteúdos midiáticos a um clique de distância, torna-se essencial uma análise sobre os tipos de imagens que estão sendo disseminados em meio ao público infantil. Mesmo sendo uma grande organização que inclusive se considera *gay-friendly*, a Disney também pode causar sérios malefícios a uma parcela do seu público, principalmente as crianças *queer*, que procuram desesperadamente identificarem-se positivamente nas animações e só encontram como referência a figura do vilão.

Preciado (2015) argumenta que a criança *queer*, na maioria das vezes, não é protegida da mesma forma pelos “defensores” da infância e da família, que trabalham com a figura política de uma criança predefinida: supostamente heterossexual e com o gênero normatizado. Uma infância que visa “protegê-la” de seu comportamento desviante a partir de ferramentas de terror e opressão. “Aproveita-se do fato de que é impossível para uma criança rebelar-se politicamente contra o discurso dos adultos: ela é sempre um corpo a quem não se reconhece o direito de governar” (PRECIADO, 2015).

O conceito de performatividade de gênero, da teórica estadunidense Judith Butler (2003), se encaixa perfeitamente nesse processo de reapropriação das práticas linguístico-discursivas estabelecidas culturalmente. Segundo Butler (2003), não há uma forma autêntica de performance masculina ou feminina. Tornamo-nos mais familiarizados com certos padrões de encenação de gênero mediante as constantes repetições que nos são apresentadas.

Em sua obra *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*, Butler (2003) concebe o conceito de gênero como um instrumento expresso culturalmente e que inscreve o sexo e as diferenças sexuais fora do campo social. O papel do gênero seria produzir uma falsa noção de estabilidade, assegurada pelo binarismo sexual do pensamento ocidental:

---

macho x fêmea, pênis x vagina, masculino x feminino. Para a filósofa, o gênero é um ato intencional, um gesto performativo que produz significados (PISCITELLI, 2002). A manutenção desse sistema de controle gênero-sexual se daria pela repetição de atos, gestos e signos com o intuito de reforçar uma construção fixa de corpos masculinos e femininos.

É partindo da linha de análise da teoria *queer* de Butler (2003) que Preciado (2014) desenvolveu o seu *Manifesto Contrassexual*. A vertente de pensamento da contrassexualidade compreende o sexo e a sexualidade como partes indissociáveis de um conjunto complexo de tecnologias sociopolíticas de dominação dos corpos. Essa dominação se pauta em um modelo heterossocial que restringe a identidade do sujeito ao seu órgão reprodutor. Porém essa distribuição assimétrica de poder entre os gêneros (masculino/feminino) muitas vezes não coincide com os afetos e sensações predeterminados, gerando, assim, reações anatômicas desviantes, ou seja, os corpos *queer*.

O sistema sexo/gênero é uma forma de linguagem e produção de sentido. O corpo seria um texto socialmente construído no qual certos códigos seriam escritos e naturalizados, ao passo que outros seriam eliminados ou riscados. A heterossexualidade está longe de ser uma produção espontânea. Sua estrutura se mantém a partir da repetição constante de códigos socialmente aceitos como naturais sobre o que se entende do que vem a ser o comportamento masculino e feminino. A contrassexualidade surge então como possibilidade de desvio em relação a esse sistema de controle das subjetividades.

## **5. PERFORMANCES DESVIANTES E DISRUPTIVAS**

### **5.1 Jafar**

O vilão do filme *Aladdin* (1992), com seu corpo esguio e sobrancelhas arqueadas, diferencia-se explicitamente da representação dos demais personagens masculinos. A indumentária de Jafar, composta por roupas longas, parecidas com vestidos femininos, contrasta claramente com a vestimenta mais simples e indubitavelmente masculina do herói Aladdin. Além disso, o vilão é o único personagem masculino da animação que não usa calças, uma das peças de roupa mais tradicionalmente relacionadas à masculinidade.

Jafar também é o único personagem, além de Jasmine, a utilizar maquiagem. Seus olhos são bem delineados por um lápis preto e as pálpebras são coloridas. Ao se apropriar de símbolos tradicionalmente associados ao feminino (maquiagem), Jafar transita entre os gêneros e reforça sua posição enquanto corpo estranho dentro da narrativa fílmica.

A gargalhada aguda e afetada do antagonista do herói também pode ser interpretada como um traço marcadamente *queer* e transgressor. Aladdin, em momento algum da história, gargalha de maneira histérica, pelo contrário, seu comportamento contido se esboça no máximo com a manifestação de um sorriso.

Na batalha final entre Aladdin e Jafar, o vilão se transforma em uma serpente gigante. Nesse momento, para acompanhar a modificação física do personagem, sua voz se torna mais fina e sibilante. Como uma serpente, o tratamento ao gênero de Jafar é trocado por Aladdin: “Está com medo de me enfrentar pessoalmente, sua cobra covarde?” Como resposta, o vilão assume sua nova identidade feminina. “Sou uma cobra, não sou? Então talvez queira ver a serpente que eu posso ser”.

A transformação de Jafar em uma serpente também representa a total degeneração do personagem e a perda de sua humanidade, corrompida pela sede de poder. Não mais visto como um ser humano, Jafar apresenta uma fisionomia monstruosa, o que estimula (ou justifica) que Aladdin lhe cause ferimentos com golpes de sua espada.

Para Aladdin, casar-se com Jasmine torna-se o elemento-chave no seu arco de desenvolvimento de personagem. Todas as motivações do herói têm como objetivo ganhar o amor da princesa, inclusive quando ele pede ao gênio da lâmpada que o transforme em um príncipe. Enquanto isso, Jafar vê a princesa muito mais como uma forma de ascender ao poder do que como objeto de desejo sexual, parecendo mais motivado a estabelecer uma relação heterossexual com Jasmine em resposta à sua obsessão por poder do que por atração pela princesa.

## 5.2 Scar

O vilão Scar, do filme *o Rei Leão* (1994), também possui uma identidade de gênero complexa e transgressora. O padrão de movimentação de Scar é muito mais suave do que o de

---

outros personagens masculinos apresentados na animação, aproximando-se das personagens femininas de Nala e Sarabi.

Além disso, as partes do corpo mais expressivas do personagem são suas patas. Ele apresenta “mãos” moles, gesticulando sem firmeza nos pulsos, em oposição aos gestos firmes do protagonista Simba. Scar também é o único personagem da animação a apresentar as garras sempre à mostra, o que pode estar relacionado ao fato de que sua figura representa uma constante ameaça à ordem monárquica. Outro símbolo indubitavelmente ligado ao feminino são as unhas compridas, as quais Scar faz sempre questão de mostrar ao gesticular.

É interessante destacar os espaços ocupados pelo personagem ao longo da narrativa. Scar sempre é visto nas sombras das cavernas, ao nível inferior da “Pedra do Rei”, associando-se dessa forma ao universo *underground* (subterrâneo). A cultura *underground* é assim conhecida por fugir aos padrões “normais” e conhecidos pela sociedade. Este ambiente cultural é diferenciado justamente por ser composto por indivíduos socialmente marginalizados.

O herói Mufasa representa o gênero de maneira socialmente concebida como ideal. Além de suas características físicas se conformarem inequivocamente à categoria masculina, suas ações (agressividade, proatividade, liderança, etc.) retratam formas de ser tradicionalmente atribuídas ao indivíduo desse gênero. Simba (filho de Mufasa), por sua vez, embora na primeira metade do filme ainda não tenha todas essas características bem desenvolvidas, tenta seguir ao máximo o modelo de comportamento do pai, arriscando a própria vida a fim de demonstrar sua bravura (outro traço considerado tipicamente masculino) ao explorar o cemitério de elefantes.

O número musical do vilão também merece destaque quanto à questão da performance *queer*. Enquanto revela seu plano de assassinar Simba e Mufasa para assumir o trono, Scar convence as hienas de que terão uma vida muito melhor caso estejam ao seu lado. O vilão, com seus gestos expansivos e atitude marcadamente irônica, torna-se a figura mais imponente em meio aos marginalizados (hienas).

Quando comparado às outras duas figuras marcadamente masculinas da animação (Mufasa e Simba), Scar assume uma posição secundária. Entretanto, quando posto em comparação às hienas, animais tão marginalizados quanto ele, a postura disruptiva de Scar é

---

vista de forma positiva. Sua liderança em momento algum é posta em dúvida por aqueles que seguem suas ordens.

Diferente de Mufasa, que assume sua posição de poder pela linhagem real e a reafirma através da força física, Scar se torna o representante das hienas por sua capacidade de convencimento. A inteligência do vilão é o seu mais importante atributo e as hienas reconhecem em sua figura a possibilidade de transformação do sistema de poder (masculino e heterossexual) vigente.

O vilão, entre todos os outros antagonistas dos filmes da Disney, é o único que mata outro personagem, no caso, seu irmão Mufasa. Podemos interpretar de certa forma que o tamanho de sua maldade é proporcional ao seu nível de transgressão.

### 5.3 Úrsula

Por fim, analisamos a personagem Úrsula, do filme *A Pequena Sereia* (1989). Enquanto a protagonista Ariel funciona como o típico modelo de feminilidade, apesar de desobedecer às ordens do pai e da paixão que sente pelo mundo dos humanos, ela não altera de forma significativa seu papel social enquanto mulher. A personagem transgressora das normas de gênero é a antagonista da animação, a bruxa do mar. Longe do padrão hegemônico de beleza feminina representado por Ariel, a sereia adolescente de gestos contidos, corpo magro e branco, Úrsula é uma mulher de meia-idade gorda, roxa e corpulenta.

Além dos tentáculos, a mandíbula quadrada, o nariz fino e pontiagudo, os cabelos curtos e a voz grave demarcam a personagem masculinamente, em contraposição à presença na sua caracterização de acessórios femininos (brinco e colar), unhas longas, batom, cílios compridos e pálpebras pintadas (característica essa compartilhada pelos três personagens analisados) que marcam dramaticamente sua construção desviante.

Na cena em que somos apresentados à bruxa do mar, ela observa Ariel através de sua bola de cristal. Úrsula debocha do atraso da sereia para o recital de seu pai, o Rei Tritão, lembrando-se da época em que morava no palácio. Nesse momento, a vilã come um camarão ainda vivo, que tenta desesperadamente lutar por sua sobrevivência. Em nenhum outro momento do filme vemos outros personagens, como Ariel e o Rei Tritão, se alimentando de animais marinhos. Sebastião (caranguejo) e Linguado (peixe), por exemplo, são respeitados e

---

tratados como iguais por todas as sereias e tritões. O fato de Úrsula se alimentar desses animais antropomorfizados, que expressam emoções e falam, só reforça ainda mais sua figura vilanesca e cruel. Percebe-se que a bruxa não se compadece perante o sofrimento alheio e efetivamente representa uma ameaça ao povo de Atlântida.

Ao explicar a Ariel o motivo de tantos seres do mar virem procurá-la, Úrsula exemplifica uma situação, retirando de seu caldeirão as figuras de um tritão magricela e uma sereia rechonchuda. Os dois personagens, insatisfeitos com suas respectivas aparências, transformam-se em corpos magros e esbeltos, alcançando assim a felicidade. Novamente há o reforço de um padrão de beleza e comportamento a ser seguidos. É interessante notar que a própria bruxa do mar não se encaixa em nenhum dos atributos físicos dominantes, inclusive, sendo a única personagem que não possui um rabo de peixe no fundo do mar. Roxa, obesa e metade polvo, Úrsula é o conjunto de todas as características que são repudiadas por essa sociedade aquática.

Inspirada na icônica *drag queen* dos anos 80 Divine, musa de John Waters, a personagem desenvolve uma performance *drag* através do humor, exagero e ironia, tornando claro seu caráter performático, que não se limita às categorias binárias masculino/feminino. A antagonista utiliza todos os seus esforços para convencer Ariel a assinar o contrato que lhe dará pernas humanas em troca de sua voz.

Como a antagonista da pequena sereia, Úrsula intervém na relação de Ariel com o Príncipe Eric ao se disfarçar de humana para seduzi-lo. A transformação da bruxa do mar em uma mulher branca e magra, muito semelhante a Ariel, reforça mais uma vez um modelo de corpo a ser cultuado como belo e desejável. Não mais destoando da dita “normalidade”, Úrsula assume uma aparência considerada socialmente como feminina para poder se casar com Eric.

Como o maior obstáculo para a consumação do “felizes para sempre” da heroína Ariel, a bruxa do mar precisa ser eliminada da história. No clímax do filme, Eric consegue matar Úrsula ao perfurar seu abdômen com um arco lascado de um navio. O reinado de terror da bruxa chega finalmente ao fim. A morte de Úrsula pode ser interpretada como uma

---

metáfora sobre o castigo que aguarda aqueles que não se adaptam ao modelo heteronormativo<sup>92</sup> e de feminilidade padrão.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Poderíamos entender a postura dos estúdios Disney como bastante progressista ao apresentar personagens que ultrapassam as barreiras de gênero. Apresentando múltiplas identidades, as animações possibilitariam às crianças se familiarizarem com formas de identificação para além da heteronormativa. Contudo, não é essa a realidade que se estabelece. Ao relacionar qualidades desviantes exclusivamente com os vilões, a Disney reforça a normatização de certos tipos de comportamento, estigmatizando os que fogem à regra e também produzindo comportamentos misóginos.

Os vilões representariam concepções subjetivas que deveriam ser evitadas ou rejeitadas pelo público. Por apresentarem uma estética e personalidade que desafiam o regime de poder heterocentrado, esses personagens estariam fundamentalmente condenados a sofrerem as devidas punições por seus atos transgressores.

Nas narrativas apresentadas, os vilões sofrem severos castigos por conta de suas formas de ser reprováveis. A função ideológica do vilão é justamente reforçar o que é a norma, ao insistir na ideia de que existem determinadas práticas não condizentes com uma suposta normalidade comportamental.

A partir do momento em que a empresa cria somente personagens malvados como transgressores, ou seja, cujas performances não estão de acordo com as normas sociais, produz uma percepção de que essas formas de ser e agir estão indissociavelmente ligadas a características como crueldade, ganância, egoísmo, etc.

Portanto, mesmo que as crianças queiram acreditar na possibilidade de outras alternativas, os filmes da Disney acabam por estabelecer que as realidades representadas oferecem sempre as melhores opções, o que acaba confirmando o modelo heteronormativo.

A mensagem passada para o público infantil é a de que, ao adotarem o padrão de

---

<sup>92</sup> Termo usado para marginalizar orientações sexuais que se diferem da heterossexual, reafirmando o relacionamento entre pessoas de sexos opostos como uma prática natural ou correta.

comportamento heteroafetivo dos heróis, serão recompensados, apesar dos obstáculos, com a promessa de felicidade eterna. Diferente dos protagonistas das histórias, os vilões transpõem os papéis sociais de gênero e brincam com as fronteiras entre masculino e feminino. Seu nível de castigo é condizente com seu nível de transgressão que, na maioria das vezes, exceto em raras exceções, é a sua morte por ameaçar a “ordem natural” do mundo fantástico.

## REFERÊNCIAS

ALADIN. Direção de Ron Clements e John Musker. Estados Unidos: Walt Disney Feature Animation, 1992. VHS (130 min)

A Pequena Sereia. Direção de John Musker e Howard Ashman. Estados Unidos: Walt Disney Feature Animation, 1989. VHS (129 min)

BALISCEI, João; CALSA, Geiva; STEIN, Vinícius. “(In)felizes para sempre”? Imagens da Disney e a manutenção da heteronormatividade, **Bagoas - Estudos gays: gêneros e sexualidades**, v. 10, n. 14, p. 163-180, 2016.

BURIGO, Joanna. **Judith Butler: Corpo, política e linguagem**. <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/judith-butler-corpo-politica-e-linguagem>. Acesso em: 19 nov. 2017.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

FOUCAULT, Michel. **Os anormais**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

GRIFFIN, Sean. **Tinker Bells and Evil Queens: The Walt Disney Company from the inside out**. New York: New York University Press, 2000.

MARTINEZ, Ren. **Fabulously Fiendish: Disney Villains and Queer-Coding**. Disponível em: <http://www.marginsmagazine.com/2015/12/18/fabulously-fiendish-disney-villains-and-queer-coding/>. Acesso em: 19 nov. 2017.

MILANEZ, Nilton; PRATES, Ciro. O estereótipo do monstro: uma discussão sobre a monstruosidade e sua representação social. In: X COLÓQUIO NACIONAL E III COLÓQUIO INTERNACIONAL DO MUSEU PEDAGÓGICO, 2013, Vitória da Conquista. **Produção do Conhecimento no limiar do século XXI: tendências e conflitos**. Vitória da Conquista: Museu Pedagógico, 2013.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX - espírito do tempo 1 - neurose**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

O REI Leão. Direção de Don Hahn. Estados Unidos: Walt Disney Feature Animation, 1994. VHS (129 min).



---

PALEOLOGO, Diego. Por um monstro contemporâneo: Monstruosidades em tempos de crises. In: V Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação, 2013, Rio de Janeiro. **Anais do V Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação**. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2013.

PISCITELLI, Adriana. Recriando a (categoria) mulher? In: ALGRANTI, L. (Org.). **A prática feminista e o conceito de gênero**. Textos Didáticos, n. 48. Campinas: IFCH/Unicamp, 2002, p. 7-42.

PRECIADO, Paul Beatriz. O que é a Contrassexualidade? In: PRECIADO, Paul Beatriz. **Manifesto Contrassexual: Práticas subversivas de identidade sexual**. São Paulo: n-1 edições, 2014.

PRECIADO, Paul Beatriz. Quem defende a criança queer? **Revista Geni**, 2015. Disponível em: <http://revistageni.org/10/quem-defende-a-crianca-queer/>. Acesso em: 19 nov. 2017.

RICH, Adrienne. Heterossexualidade compulsória e existência lésbica. **Bagoas – estudos gays: gênero e sexualidades**, v.4, n. 05, 27 nov. 2012.

SANTOS, Caynã. **O Vilão Desviante: Ideologia e Heteronormatividade em Filmes de Animação Longa-Metragem dos Estúdios Disney**, 2015.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In.: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 12º ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012, p. 7-72.

---

**Loucas, histéricas e descontroladas: O imaginário social sobre fãs e a representação midiática de jovens mulheres do fandom do cantor Justin Bieber**

**Crazy, hysterical and uncontrolled: The social imaginary about fans and media representation of Justin Bieber's female fans**

Ayla Pinheiro GOMES<sup>93</sup>

**RESUMO**

Este artigo analisa a representação midiática de fãs do sexo feminino através das fãs do cantor Justin Bieber. A pesquisa se estrutura em dois momentos: uma revisão bibliográfica dos estudos de fãs, junto de publicações de sites que discutem música e cultura pop e, por fim, uma análise de reportagens sobre as fãs do cantor em portais virtuais usando as palavras-chave histéricas, loucas e descontroladas. O estudo busca observar como representações misóginas operam na construção do imaginário social acerca de mulheres que são fãs.

**PALAVRAS-CHAVE:** fãs; mulheres, misoginia; mídia; Justin Bieber.

**ABSTRACT**

This article analyses the media representation of women who are fans through Justin Bieber's fans. The research is structured in two moments: a literature review of studies about fans with texts of websites that discuss music and pop culture, and finally, an analysis of media coverage about the singers' fans in websites using the keywords hysterical, crazy and uncontrolled. This study seeks to observe how misogynistic representations operate in the construction of social imaginary about women who are fans.

**KEYWORDS:** fans; women; misogyny; media; Justin Bieber.

**1. INTRODUÇÃO**

Grupos de fãs têm feito parte do cotidiano de cidades ao redor do mundo desde o início do século XX. Com o avanço da tecnologia e dos meios de comunicação de massa, é possível observar a quantidade de artistas que atraem multidões para suas apresentações, desenvolvem um relacionamento com seu público e se tornam uma espécie de exemplo a ser

---

93 Recém-graduada em Produção Cultural do Instituto de Arte e Comunicação Social (IACS) da Universidade Federal Fluminense (UFF), e-mail: [pinheirogomes.ayla@gmail.com](mailto:pinheirogomes.ayla@gmail.com)

---

seguido por seus fãs. O que de início foi observado como um comportamento desviante, passou a ser compreendido e analisado sob diferentes ângulos a partir das discussões propostas pelos Estudos Culturais. Essa corrente teórica propõe uma abertura na abordagem e nos temas debatidos pelas Ciências Sociais, estudos em teoria literária e comunicação, a fim de abarcar estudos de gênero, sexualidade, raça, feminismo, estudo de minorias étnicas, movimentos transnacionais e estudos de mídia. Por mais que seja interpretado como uma não-disciplina devido à pluralidade de temas discutidos, trouxe grandes contribuições para a formação do pensamento sobre o assunto e para a formação do *fandom studies*.

O estudo de fãs é um campo de pesquisa muito rico e que ainda precisa de análise sob diversos ângulos, visto que a mudança constante nas formas de comunicação também afeta o que é ser fã no sentido de construção dos sujeitos, de prática de sociabilidade. Porque a mídia é local de atuação da cultura machista, sexista e misógina, é que se faz necessário analisar também a perpetuação dessas práticas através de produtos concebidos para jovens mulheres e da forma como é construído o imaginário social sobre jovens mulheres que são fãs.

A partir do interesse pela temática e de inquietações sobre a representação midiática de jovens mulheres, foram realizadas leituras preliminares sobre o tema, cuja impressão é que pouco foi escrito acerca da relação entre misoginia, *fandom* e mídia e, quando isso ocorre, vem principalmente de sites ligados à cultura fã. Dessa forma o presente trabalho busca compreender como a mídia opera no processo de construção do imaginário a respeito de fãs do sexo feminino observando manchetes de reportagens sobre as *Beliebers*, como se denominam as fãs do cantor canadense Justin Bieber.

A pesquisa se estrutura em dois momentos. Primeiro, uma revisão bibliográfica dos estudos de fãs a fim de observar como foi construído o imaginário sobre essas pessoas junto a publicações de sites que discutem música e cultura pop, com a finalidade de observar como as pessoas que têm maior contato com o tema dentro de *fandoms* reportam o assunto. Em seguida, através de uma análise de reportagens sobre fãs do cantor Justin Bieber em portais virtuais a partir do uso das palavras-chave históricas, loucas e descontroladas a fim de observar como escolha de palavras para retratar esse *fandom* composto em sua maioria por mulheres contribui para uma visão misógina de jovens fãs.

---

## 2. O QUE TEM SIDO ESCRITO SOBRE FÃS

Fã é uma palavra usada para definir pessoas que expressam sua admiração por uma personalidade, produtos culturais como filmes, músicas, livros, etc. e dedicam tempo de suas vidas, seja discutindo sobre o assunto ou se engajando de alguma outra forma. A palavra surgiu como uma abreviação da palavra fanático, e implica até certo modo uma interpretação voltada para o exagero ou perda de controle. Já o fã, possui uma conotação mais próxima da expressão de carinho e devoção, no sentido de buscar compreender melhor sobre o objeto ao qual um indivíduo ou grupo se engaja. A figura do fã tem se constituído como uma parte significativa da cultura contemporânea, sobretudo após transformações desde o século XX. Desse modo, o fã se diferencia das demais pessoas pelo nível de afeto, engajamento em comunidades, sejam elas pela internet ou nos chamados “encontros de fã”, hábitos de consumo e comportamento, geralmente compartilhados entre fãs de outros artistas, produtos, entre outros.

Fãs têm sido constante foco de atenção midiática, como é possível observar diante da quantidade de reportagens sobre o tema que vêm sendo realizadas tanto para canais televisivos quanto para o jornalismo online, principalmente quando há eventos de grande aglomeração de pessoas como em filas de shows e eventos literários como a Bienal do Livro. Embora esse destaque contribua para dar visibilidade para artistas e fãs, bem como para agendas culturais de cidades onde esses eventos acontecem, é possível reparar que muitas vezes a representação de jovens mulheres se dá de forma misógina, por vezes desqualificando as relações afetivas entre as fãs e os objetos de culto.

Até meados dos anos 90, a literatura a respeito de fãs os entendia como vítimas do sistema capitalista e da mídia de massa, responsável pelo culto às celebridades (por causa da quantidade de programas e produtos ligados a elas). Ou seja, eram consumidores passivos resultantes do sistema das celebridades. Esse tipo de abordagem construiu uma visão negativa do fenômeno, que muitas vezes o entendia como uma patologia (JENSEN, 1992, p. 10-11).

Em seguida, a pesquisadora distingue os dois tipos de fãs presentes nos textos sobre o assunto até aquela época. O primeiro, o qual apelida de obsessivo solitário é uma pessoa influenciada pela mídia que vive um relacionamento fantasioso com a celebridade, cujo

comportamento é interpretado ameaçador e violento. O segundo, seria o membro frenético ou histérico da plateia, que seria uma adolescente que chora na presença do ídolo ou um fã de esportes que causa tumulto em um jogo de futebol americano. O ponto em comum entre esses indivíduos seria irracionalidade e perda de controle de si por estarem presos a forças externas. Eles estariam atrelados à temida ideia de modernidade (interpretada como uma disfunção social mais ampla) e da alienação midiática, considerados uma ameaça (JENSEN, 1992, p. 11-16). Por fim, Jensen aponta que na literatura presente:

The fan-as-pathology model implies that there is a thin line between ‘normal’ and excessive fandom. This line is crossed if and when the distinctions between reality and fantasy break down. These are the two realms that must remain separated, if the fan is to remain safe and normal<sup>94</sup> (JENSEN, 1992, p. 18).

Inspirado pela Escola de Birmingham, Henry Jenkins buscou “construir uma imagem alternativa das culturas dos fãs, uma que visse os consumidores de mídia como ativos, criticamente engajados e criativos” (JENKINS, 1992, p.1; *apud* OLIVEIRA, 2015, p. 628). Estudos mais recentes se direcionam para um olhar que complexifica a relação entre fãs e ídolos, fãs e mídia, interações entre fãs e não fãs, assim como interações entre fãs de um objeto em comum. Tais estudos observam as relações entre fãs e o mundo no qual estão inseridos, práticas culturais (linguagem compartilhada, criação de produtos como filmes, documentários, cosplays), produção de reflexões em diferentes suportes, assim com outras formas de produzir sentido na contemporaneidade. No entanto, por mais que esses estudos tenham avançado muito na defesa de fãs como indivíduos capazes de pensar criticamente sobre seus gostos e formas de engajamento, existem certos tipos de comportamento que são recriminados, e quando o são, estão diretamente ligados a fãs mulheres.

---

<sup>94</sup> “O modelo de fã como patologia implica que existe uma linha tênue entre o fandom ‘normal’ e o excessivo. Essa linha é cruzada se e quando as distinções entre realidade e fantasia se quebram. Esses são os domínios que devem permanecer separados se o fã deve permanecer seguro e normal”.

---

### **3. BEATLEMANIA E REPRESENTAÇÕES DE MULHERES QUE SÃO FÃS NA MÍDIA**

Em sua pesquisa sobre a *Beatlemania*, Ehrenreich, B et al. (1992, p. 523-524) defendem que o comportamento das adolescentes durante a *Beatlemania* era, na verdade, resultado de sua sexualidade reprimida, visto que meninas deveriam se comportar e reforçar os valores de pureza que eram esperados delas. As pesquisadoras apontam que o comportamento comum quando havia a possibilidade de estar na presença dos ídolos era “to sob uncontrollably while screaming ‘I’m gonna die, I’m gonna die’”<sup>95</sup> (EHRENREICH et al., 1992, p. 525). Essa descrição vai ao encontro do que Joli Jensen relata sobre a representação de mulheres quando em contato com seus ídolos: “If she is female, the image includes sobbing and screaming and fainting, and assumes that an uncontrollable erotic energy is sparked by the chance to see or to touch the male idol”<sup>96</sup> (JENSEN, 1992, p. 15).

As autoras vão além quando observam que esse tipo de atitude faz parte da construção do *fandom* dos Beatles. Os jovens artistas representariam um ideal de garotos pelos quais as adolescentes poderiam ter como objeto sexual ao mesmo tempo em que reconheceriam seus talentos artísticos e manifestariam seus desejos sexuais socialmente reprimidos (EHRENREICH et al., 1992, p. 534). Assim, as atitudes das fãs estariam muito mais próximas de uma resposta para as opressões que as jovens mulheres viviam na época e que perdura até a atualidade do que de fato de uma patologia.

O *fandom* é um território imaginário que abriga indivíduos que apreciam e se engajam em torno daquilo que são fãs. É onde os fãs difundem informações, criam produtos dos mais diversos (*fanfictions*, *fanarts*, filmes, entre outros) e compartilham códigos de comportamento e linguagem uns com os outros. Participar de um *fandom* é uma importante ferramenta de sociabilidade, uma vez que os indivíduos podem se unir através de interesses comuns e construir laços entre si. Portanto, ao se unirem com outras fãs dos Beatles, as jovens poderiam expressar livremente o amor pelo quarteto, compartilhando materiais e informações

---

<sup>95</sup> “chorar incontrolavelmente enquanto gritavam ‘Eu vou morrer, eu vou morrer’”.

<sup>96</sup> “se for mulher, a imagem inclui choro, gritos e desmaios, e presume que uma incontrolável energia sexual é provocada pela possibilidade de ver ou tocar o ídolo masculino”.

---

sobre eles. Além disso, a presença massiva das fãs em apresentações ao vivo, gravações de programas televisivos ou em qualquer outra oportunidade de encontrá-los, geraria entusiasmo no *fandom* não somente pela chance de conseguir algum contato próximo dos Beatles, mas também de encontrar com pessoas que partilham dos mesmos interesses. E é justamente essa empolgação das fãs que geraria as reações emocionais retratadas anteriormente e operariam como parte de uma prática que constitui o *fandom*.

Em uma reportagem para o jornal The Guardian sobre jovens mulheres durante a Beatlemania, Dorian Lynskey aponta que:

Although stereotyped as brainwashed consumers, the fans were far from passive. They loved the music, of course, but they'd heard these songs a thousand times. When they screamed they were also celebrating themselves, their freedom, their youth, their power. Screaming didn't drown out the performance: it was a performance.<sup>97</sup> (LYNSKEY, 2013).

O extrato destacado tem relação com o que Ehrenreich et al. (EHRENREICH, 1992, p. 536) argumentam sobre gritos durante as apresentações ao vivo. Segundo as autoras essa atitude faz parte de uma disputa de poder visto que “the louder you screamed, the less likely anyone would forget the power of the fans”<sup>98</sup> (EHRENREICH, 1992, p. 536). Desse modo, ao gritar mais alto que os aparelhos de som, seriam as fãs quem fariam o “show” no lugar da banda. Nesse sentido, o ato de gritar por cima da música pode ser entendido também como um presente para o ídolo, um ato de entrega para as pessoas que, apenas naquele momento estariam dividindo o mesmo espaço.

#### **4. MULHERES, *BELIEBERS*, HISTERIA E DESCONTROLE**

Justin Bieber é um cantor canadense de música pop que ficou conhecido em 2009 pela música “Baby”. Na época com 15 anos, foi apadrinhado pelo músico Usher e, em pouco

---

<sup>97</sup>“Embora estereotipadas como consumidoras de cérebro lavado, as fãs estavam longe de serem passivas. Adoravam a música, é claro, mas ouviram essas músicas mil vezes. Quando eles gritaram, eles também estavam se comemorando, sua liberdade, sua juventude, seu poder. Gritar não afogou a performance: foi uma performance”.

<sup>98</sup> “quanto mais alto você gritasse, menos provável seria que alguém fosse esquecer o poder das fãs”.

---

tempo, conquistou fãs ao redor do mundo que acompanhavam com dedicação cada passo, entrevista, lançamento de músicas e apresentações ao vivo. Ao mesmo tempo em que Bieber era mais notado, também eram suas fãs – quase sempre referidas apenas no feminino – que chamavam atenção pelo nível de engajamento da chamada “Bieber fever”. A febre Bieber foi comparada à Beatlemania, assim como aconteceu com outros expoentes da música pop (Backstreet Boys, Hanson, Jonas Brothers) por características comuns como a jovialidade dos ídolos, talento e, principalmente, as reações das fãs.

A existência de fãs tão amorosas e engajadas foi enquadrada em estereótipos que cercam fãs da música pop como um todo; o de que as fãs seriam incapazes de pensar criticamente sobre o produto ou comportamento de seus ídolos por estarem interessadas única e exclusivamente pela aparência e atração que sentiriam por eles. Esse enquadramento não somente reforça padrões de comportamento heteronormativos, ignorando a existência de fãs LGBTQ, e a capacidade das fãs de se interessar por um cantor por gostarem do seu trabalho (ROACH, 2017).

No século XIX, a “crença” na histeria feminina fez com que a sociedade ocidental acreditasse que algumas mulheres estivessem doentes e deveriam recorrer a tratamentos para serem curadas. A suposta doença serviu não só para mostrar a falta de conhecimento existente sobre a saúde da mulher, mas também para a associar o gênero feminino à uma doença que só as afetaria. A prática funcionou tão bem que até hoje palavras como histérica, louca e descontrolada são usadas para descrevê-las quando seu comportamento não corresponde às normas comportamentais da sociedade.

Os discursos têm grande poder na produção de sentido. Se apoiam no uso e não uso das palavras, bem como no que fica nas entrelinhas, ou seja, no que é dito, não-dito e no interdiscurso (PECHEUX, 1997 *apud* SILVA, 2008, p. 41). Por esse motivo para a análise das matérias foi considerada apenas a perspectiva do que foi explicitamente dito nas manchetes das matérias coletadas a partir da importância que os discursos proferidos têm para criar representações de mulheres que são fãs, sendo necessário um estudo mais profundo e detalhado sobre o conteúdo dos links no futuro, visando dar conta do não-dito e do interdiscurso. Desse modo, é necessário, em primeiro lugar, observar o significado das palavras usadas para definir as fãs antes de seguir para a análise do material.

---



O significado da palavra histórica está muito atrelado ao conceito da psicanálise, que segundo o Dicionário Aurélio, significa “Fem., sing. de Histérico. 1. Relativo a histeria ou a histerismo. 2. Que ou aquele que padece de histeria. 3. Que ou aquele que revela desequilíbrio, grande perturbação ou excitação incontrolável” (HISTÉRICA, 2018). A palavra louca, significa “Que ou quem perdeu a razão; que ou quem apresenta distúrbios mentais. Que ou quem tem um comportamento absurdo, exagerado, contrário ao bom senso ou ao que é considerado razoável” (LOUCA, 2018). A palavra descontrolada, segundo o mesmo dicionário significa “Descontrolar. 1. Fazer perder o controle; desequilibrar, desgovernar. 2. Perder o controle, desequilibrar-se, desgovernar-se” (DESCONTROLADA, 2018). Além de serem usadas para desqualificar mulheres como um todo, especialmente em ambientes profissionais, quando usadas para descrever fãs, as duas palavras reforçam o estereótipo criado ao longo do século XX, atuando para que ele continue a existir.

Para realizar a análise sobre a representação de mulheres que são fãs, foi utilizada a busca do Google com as palavras-chave: Justin Bieber; fãs; históricas, Justin Bieber; fãs; loucas e Justin Bieber; fãs; descontroladas. A busca foi realizada apenas em português, embora seja de conhecimento que essa caracterização também ocorra em reportagens escritas em outros idiomas, como o inglês. As palavras foram escolhidas a partir de pesquisas preliminares sobre o tema e da leitura de textos sobre o assunto. No total, foram encontradas cinquenta e oito entradas, sendo seis vídeos e cinquenta e duas matérias de portais de notícias. Dos resultados da busca, trinta e três foram considerados para análise – apenas matérias que continham as palavras-chave na manchete.

A palavra histórica teve o maior número de resultados; foram quarenta e uma matérias e cinco vídeos, onde vinte e cinco foram analisados. Foi observado que a palavra foi usada para definir comportamentos de fãs, como gritar na porta de hotéis, correr para encontrar o ídolo e aglomerações de fãs em quaisquer locais onde o cantor estivesse presente. Algumas matérias, inclusive, apontam o uso de “históricas” para definir fãs até mesmo pelo cantor, sobretudo quando aponta os tipos de comportamentos que condena e uma justificativa para cancelar apresentações devido à “fãs históricas”<sup>99</sup>. Desse modo, é possível observar que para

---

<sup>99</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/multimedia/tvfolha/2010/04/726012-show-de-justin-bieber-e-cancelado-apos-histeria-de-fas.shtml>. Acesso em: 13 mar. 2019.

além da caracterização misógina por parte da mídia, essa interpretação das fãs vem também pelo próprio ídolo, que demonstra não compreender comportamentos válidos em determinados espaços, mesmo que em seu próprio show.

Em paralelo a palavra louca teve apenas três resultados; todos eles corroboram com a avaliação negativa de comportamentos das fãs, mas agora de modo mais brando. Um dos resultados é uma matéria realizada em uma fila de show do cantor aqui no Brasil em que a suposta loucura das fãs não é interpretada de forma integralmente negativa – a caracterização como “louca” tem conotação de ser a mais apaixonada, de possuir maior conhecimento sobre ele que as demais. Contudo, não seria necessário fazer essa escolha de palavras, seria suficiente classificar como “qual é a maior fã do cantor Justin Bieber?” ou similares.

Já a palavra descontrolada aparece em seis resultados. Apenas um deles se refere ao comportamento de fãs do cantor, enquanto os outros cinco são sobre comportamentos de Bieber com relação às suas fãs: vezes em que perdeu a paciência e tratou de modo grosseiro fãs e jornalistas. Ao lado da única notícia que falava de comportamento das fãs, o uso da palavra denota a avaliação de atitudes que fogem do esperado por parte das pessoas. Nesse sentido, o uso do descontrole para denominar apenas uma atitude de fã, se comparado com o uso da palavra histérica, aproxima a interpretação das fãs com uma ideia de conformidade com padrões de comportamento que não ocorre quando são representadas como históricas.

YEAH! +POPLINE

## Fãs históricas choram muito em novo comercial do “Comedy Central Roast” com Justin Bieber

Leonardo Torres 11/03/2015

A observação das manchetes demonstra também que as palavras “histérica”, “louca” e “descontrolada” foram usadas em tom pejorativo a fim de desqualificar essas fãs – seu gosto pelo cantor, suas reações emocionais e até mesmo sua faixa etária –, mesmo que as notícias pudessem ter sido escritas de outra maneira, como é possível observar na imagem a seguir.

**Figura 1:** Fãs históricas. Capturas de tela (2019)<sup>100</sup>.

A escolha de palavras também demonstra que definições misóginas da mulher são culturalmente naturalizadas e colaboram para que sejam vistas como “vítimas” de uma patologia, como anteriormente apresentado. Como aponta Thiago Monteiro sobre a caracterização de fãs:

O fato de a representação da turba histérica e incontrolável ser composta, quase que unicamente, por membros do sexo feminino, denuncia a existência de uma mentalidade dualista que associa o sexo masculino à racionalidade e ao controle, e o sexo feminino ao lado emocional e à exacerbação dos sentimentos. A imagem da massa de garotas históricas decorre, entre outros fatores, de um posicionamento crítico em relação aos efeitos desagregadores da modernidade ocidental, entendido no contexto da emergência de uma sociedade de massas nas primeiras décadas do século XX (MONTEIRO, 2005, p. 5).

O pensamento dualista apontado por Monteiro revela a misoginia direcionada ao que é considerado feminino. Para compreender como essas caracterizações operam na prática, é interessante realizar um paralelo entre a forma como são interpretados comportamentos de torcedores de futebol e fãs, sobretudo da música pop.

Quando um homem grita por esportes, ele não é histérico, louco ou descontrolado, está apenas demonstrando seu amor pelo time. Quando um estádio inteiro grita em uma partida de futebol, subentende-se que isso faz parte do cotidiano do torcedor. Quando torcedores, andam pelas ruas das cidades cantando o hino do time de futebol ou gritos de torcida, eles não são uma multidão de homens descontrolados que perderam a noção do que é ou não apropriado. São constantes os relatos de violência e brigas de torcidas de times de futebol no Brasil e no mundo, mas são as fãs quem, segundo o imaginário construído, representam perigo aos artistas.

Quando fãs correm para entrar no local do show, se mobilizam para comprar ingressos, aparecem em grande quantidade em lugares onde seus ídolos estão na tentativa de conseguir algum contato, são elas quem não tem controle sobre si. Ao mesmo tempo,

---

<sup>100</sup> Disponível em: <http://portalpopline.com.br/fas-histicas-choram-muito-em-novo-comercial-do-comedy-central-roast-com-justin-bieber/>. Acesso em: 11 mar. 2019.

celebridades

**Emissora em que Justin Bieber gravava programa é invadida por fãs "histéricas"**

AA + | - Enviar O F5 errou? Recomendar 15 Tweet

07/06/2012 - 18h01  
DE SÃO PAULO

conversar sobre a escalação feita por um treinador é uma prática de sociabilidade tão válida quanto debater a escolha de *single* de uma *boyband*. Ambas denotam a necessidade dos interlocutores de saber a opinião do outro sobre uma paixão em comum. Essas comparações poderiam ser feitas até a exaustão, detalhando as práticas de cada um deles e ainda assim seria possível encontrar formas de exemplificar como a misoginia está ligada tão intimamente com a representação das fãs.

Figura 2: Fãs histéricas. Capturas de tela (2019)<sup>101</sup>.

Um dos fatores que também dialoga com a relação entre a misoginia direcionada às fãs é a questão do gosto e manifestações de gênero. Existe uma tendência histórica de desqualificação do gosto associado ao feminino, que passa por toda a sociedade e permeia discussões sobre cultura. No que diz respeito a valorização de determinados produtos culturais, tudo aquilo associado ao gosto feminino sofre certa desvalorização. Produtos culturais que são muito apreciados por mulheres (em termos de engajamento afetivo, quantidade de fãs, atenção midiática) são interpretados como de menor qualidade, numa busca por associar seu público ao grau de qualidade do produto.

A expressão do gosto em “exagero” associada a falta de controle sobre os sentimentos, que, como anteriormente mencionado, estaria atrelada ao comportamento feminino. A prática se torna ainda mais nociva quando toda essa desqualificação e representação misógina é direcionada a jovens mulheres, público alvo do cantor Justin Bieber, descritas como histéricas, descontroladas e loucas só por demonstrarem gostar de um cantor ou banda. Duas questões estão em jogo no âmbito dessa discussão. A primeira, é a visão de que essas fãs, jovens, não sabem do que estão falando quando se trata de música porque começaram a

<sup>101</sup> Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1101700-emissora-em-que-justin-bieber-gravava-programa-e-invadida-por-fas-histericas.shtml>. Acesso em: 13 mar. 2019.

---

desenvolver seu gosto musical há pouco tempo. Já a segunda, parte do entendimento que a música pop, que tem como público alvo a comunidade jovem, possui menor qualidade e por isso não é aceita como gênero musical sério. Os dois pressupostos estão ligados a um entendimento elitista da música e da produção cultural como um todo, visto que o que é considerado parte da massa, do *mainstream*, automaticamente perde a qualidade para aqueles que apreciam estilos alternativos ou mais consagrados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabendo da importância que as representações operam na vida dos indivíduos, no sentido de moldar a construção de si e as relações humanas, o presente trabalho buscou contribuir para um debate inicial sobre mídia e imaginário sobre fãs.

Na revisão bibliográfica, foi observado que num primeiro momento todos os fãs eram interpretados como pessoas sem pensamento crítico, consumidores passivos dos produtos da cultura de massa. Com o avanço dos estudos culturais, a interpretação acerca do engajamento desse público passou a ser analisada sob outras perspectivas. No entanto, é necessário investigar mais a fundo as formas de engajamento e práticas dos *fandoms*, já que, com as constantes transformações tecnológicas e sociais, a indústria do entretenimento muda e, junto dela, a cultura pop e os *fandoms* também vão se apropriando, transformando e adaptando as mudanças às suas particularidades.

Mesmo antes da *Beatlemania* fãs têm sido representadas como pessoas que perdem o controle de suas emoções e que não são capazes de pensar criticamente a respeito do que gostam. Por um lado, suas atitudes demonstram necessidade de atenção de seus ídolos a um grau que é interpretado como fora da normalidade por aqueles que não compartilham dos códigos, práticas de sociabilidade e modos de demonstração de afeto das fãs. Por outro lado, essa imagem pejorativa é reforçada e recriada a partir da forma como esses grupos de fãs (lê-se, mulheres) ainda são representados pela mídia. Como observado nas manchetes dos portais de notícias, a prática continua fazendo parte das narrativas midiáticas na atualidade.

Em suma, a representação de mulheres que são fãs tem sido reforçada por estereótipos criados a partir de práticas de *fandoms* da música massiva e da misoginia direcionada ao que é

---

considerado feminino. Por mais que esse tipo de comportamento esteja enraizado, é apenas a porta de entrada para o que muitas dessas jovens mulheres irão enfrentar na vida, especialmente se desejarem trabalhar dentro da indústria musical. Concluo esta breve análise reforçando que enquanto as estruturas de poder forem mais fortes que os cidadãos que as formam, não será possível livrar jovens mulheres da misoginia, nem mesmo quando estão apenas compartilhando interesses comuns e socializando.

## REFERÊNCIAS

- BREW, Sam. Why does female-leaning fandom come in for such criticism? **Den of Geek**, 25 set. 2013. Disponível em: <http://www.denofgeek.com/us/movies/female-fandom/197751/why-does-female-leaning-fandom-come-in-for-such-criticism>. Acesso em: 9 mar. 2019.
- DESCONTROLADA. *In*: DICIONÁRIO do Aurélio Online, 2018. Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com/descontrolada>. Acesso em: 10 mar. 2019.
- EHRENREICH, B et al. Beatlemania, A Sexually Defiant Consumer Subculture? *In*: GELDER, Ken; THORNTON, Sarah. **The Subcultures Reader**. Londres e Nova York: Routledge, 1997, p. 523-536.
- EMISSORA em que Justin Bieber gravava programa é invadida por fãs 'histéricas'. **F5**, São Paulo, 7 jun. 2012. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/1101700-emissora-em-que-justin-bieber-gravava-programa-e-invadida-por-fas-histicas.shtml>. Acesso em: 13 mar. 2019.
- Fã descontrolada arranca calças de Justin Bieber em público. **Portal da Holanda**, Manaus, 18 nov. 2016. Disponível em: <https://www.portaldoholanda.com.br/famosos-tv/fa-descontrolada-arranca-calças-de-justin-bieber-em-publico>. Acesso em: 11 mar. 2019.
- FROM Boyband to Beyond: Why Do Conversations About Pop Music Still Bash the Fangirl? **The Mary Issue**, 12 abr. 2017. Disponível em: <https://www.themarysue.com/boyband-to-beyond-pop-music/>. Acesso em: 13 mai. 2019.
- HISTÉRICA. *In*: DICIONÁRIO do Aurélio Online, 2018. Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com/historica>. Acesso em: 10 mar. 2019.
- JENSEN, Joli. Fandom as a Pathology: the consequences of characterization. *In*: LEWIS, Lisa A. **The Adoring Audience: fan culture and popular media**. Londres e Nova York: Routledge, 1992, p. 9-29.
- LOUCA. *In*: DICIONÁRIO do Aurélio Online, 2018. Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com/louca>. Acesso em: 13 mai. 2019.
- LYNSKEY, Dorian. Beatlemania: 'the screamers' and other tales of fandom. **The Guardian**, Reino Unido, 29 set. 2013. Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/2013/sep/29/beatlemania-screamers-fandom-teenagers-hysteria>. Acesso em: 06 mar. 2019.
-

---

MONTEIRO, Tiago José Lemos. Entre a Patologia e a Celebração: a Questão do Fã em uma Perspectiva Histórica. XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Univerisdade Estadual do Rio de Janeiro, 2005.

OLIVEIRA, Camila Fernandes. A cultura de fãs e fandom como perspectiva das práticas participativas de consumo de mídia. In: BULHOES, M.; MORAIS, Osvando J. de. **Ciências da Comunicação: Circularidades Teóricas e Práticas Acadêmicas**. São Paulo: OJM Casa Editoria, 2015, p. 626-651.

SHOW de Justin Bieber é cancelado após histeria de fãs”. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 26 abr. 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/multimedia/tvfolha/2010/04/726012-show-de-justin-bieber-e-cancelado-apos-histeria-de-fas.shtml>. Acesso em: 13 mar. 2019.

SILVA, Obdália Santana de Ferraz. Os ditos e os não-ditos do discurso: movimentos de sentidos por entre os implícitos da linguagem. **Revista entreideias: educação, cultura e sociedade**. Salvador: n°14, p. 39-53, jul./dez., 2008.

TORRES, Leonardo. Fãs histéricas choram muito em novo comercial do “Comedy Central Roast” com Justin Bieber. **Portal Popline**, São Paulo, 11 mar. 2015. Disponível em: <http://portalpopline.com.br/fas-histicas-choram-muito-em-novo-comercial-do-comedy-central-roast-com-justin-bieber/>. Acesso em: 10 mar. 2019.

**Revista Revestrés:  
análise do jornalismo cultural praticado em uma das principais revistas de Teresina<sup>102</sup>**

**Revestrés Magazine:  
analysis of the cultural journalism practiced in one of the main magazines of Teresina**

Ananda Carine da Silva SOARES<sup>103</sup>

Fátima Thaís Pereira da SILVA<sup>104</sup>

Kamilo Carvalho de ALMEIDA<sup>105</sup>

Juliana Fernandes TEIXEIRA<sup>106</sup>

## RESUMO

A revista *Revestrés* é uma das principais revistas que circulam em Teresina. Lançada em 2011, ela aborda temas de cunho cultural incluindo artes visuais, culinária, música, cinema e literatura. Por meio da metodologia da Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2011), o objetivo deste artigo é analisar as seções “Entrevista”, “Homenageado da Edição”, “RevesTipos” e “RevesGastronomia” publicadas nas 30<sup>o</sup>, 31<sup>o</sup> e 32<sup>o</sup> edições da revista. Analisa-se também as principais características dessa mídia impressa, seu processo de produção, seu foco, a cultura, com a sua importância para o Jornalismo Cultural e como ele é praticado pela revista, e apresenta-se as particularidades da revista *Revestrés* tendo como referencial Dourado (2013), Piza (2003), Faro (2010) e Metcalf (2015). Além disso, são apresentadas as características da Teoria da Representação Social e como a *Revestrés* atua dando representatividade para aspectos da cultura local segundo Moscovici (1978). Considera-se que a revista *Revestrés* contribui para a manutenção do Jornalismo Cultural em Teresina. Para isso, é notório que ela dá destaque não só para pessoas e locais de Teresina e do Piauí, mas também de outros estados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo cultural; Jornalismo de revista; Representação social.

---

102 Trabalho apresentado GT 24 – Produção do conhecimento científico no campo das representações sociais da XVI Semana Científica do Centro Universitário Santo Agostinho – SEC 2018, evento realizado em Teresina, de 29 de setembro a 5 de outubro de 2018.

<sup>103</sup> Estudante do 5<sup>o</sup>. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI), e-mail: [anandacarines@gmail.com](mailto:anandacarines@gmail.com)

<sup>104</sup> Estudante do 5<sup>o</sup>. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI), e-mail: [thaais131@hotmail.com](mailto:thaais131@hotmail.com)

<sup>105</sup> Estudante do 5<sup>o</sup>. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI), e-mail: [kamilocarvalho@hotmail.com](mailto:kamilocarvalho@hotmail.com)

<sup>106</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI), e-mail: [teixeira.juliana.rj@gmail.com](mailto:teixeira.juliana.rj@gmail.com)



---

## ABSTRACT

Revestrés Magazine is one of the main magazines that circulate in Teresina. Launched in 2011, it addresses themes about culture including visual arts, culinary, music, cinema and literature. Through the methodology of the Content Analysis, proposed by Laurence Bardin (2011), the purpose of this article is analyze the Interview, Honored of the Edition, RevesTypes and RevesGastronomy sections published on the 30th, 31st and 32nd editions of the magazine. It is also analyzed the main characteristics of this printed media, its production process, its focus, the culture, with its importance to the Cultural Journalism and how it is practiced by the magazine, and it is also presented the particularities of the Revestrés Magazine having as reference Dourado (2013), Piza (2003), Faro (2010) and Metcalf (2015). In addition, it is presented the characteristics of the Social Representation Theory and how Revestrés acts giving representativeness to aspects of the local culture according to Moscovici (1978). It is considered that Revestrés Magazine contributes to the maintenance of the Cultural Journalism in Teresina. For this, it is notorious that the magazine emphasises not only people and places from Teresina and Piauí, but also from other states.

**KEYWORDS:** Cultural journalism; Magazine journalism; Social representation.

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil, a produção de revistas começou a se tornar realidade no século 19 e, após o surgimento da primeira república, ocorreu a diversificação na produção de impressos no país. O momento conhecido como *Belle Époque* foi um fator que impulsionou a renovação desse segmento resultando em um período marcado pelo surgimento de novas tecnologias, como o telefone e o cinema, e pelas inúmeras transformações culturais. Com isso, surgem várias revistas como a *Kosmos* (1904), *Careta* (1908), *Fon-Fon* (1907) e *O Malho* (1902) impulsionadas por essas mudanças (ELEUTÉRIO, 2011).

Desde o período de seu surgimento, as revistas têm passado por transformações, mas muitas características têm sido mantidas. Entre as principais, está a função de entreter, informar e abordar conteúdos de forma aprofundada. Essa abordagem é feita por meio da análise de um acontecimento e pela procura da melhor forma de passá-lo ao público leitor podendo ser entrevista, reportagem, opinião e outras maneiras (DOURADO, 2013, p. 40).

Além disso, nessa prática do jornalismo, há também a elaboração da pauta, apuração de dados e entrevistas com as fontes. Nesse processo, é atribuído ao que seria colocado na revista os chamados valores-notícias que, de acordo com Wolf (1995), são componentes de

---

noticiabilidade que definem quais fatos serão destacados pelo veículo. “São critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção; isto é; não são presentes apenas na seleção das notícias, participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente (WOLF, 1995, p. 173).

Seguindo essa lógica, tudo que é produzido pela revista é pensado dentro de um universo mercadológico que visa atender as exigências do público leitor. De acordo com Breed (1993), conforme citado por Bernardes (2004), nessa produção participam os executivos, donos ou editores da revista, os repórteres, redatores, fotógrafos e diagramadores. Há também a gráfica que é responsável pela impressão do material.

Nesse contexto, o presente artigo apresenta uma análise do conteúdo publicado nas seções “Entrevista”, “Homenageado da Edição”, “RevesTipos” e “RevesGastronomia” da revista *Revestrés*. Essa revista é fruto da parceria de André Gonçalves e Wellington Soares e, desde 2011, ajuda a construir o cenário cultural dando destaque não só para pessoas e locais de Teresina e do Piauí, como também para personagens e lugares de outros estados do Brasil.

Além de falar sobre a revista *Revestrés*, são apontadas as características do Jornalismo Cultural de acordo com Piza (2003). Ao apontar como se pratica essa vertente do jornalismo, são dadas também as características do seu foco, a cultura, com a contribuição de Metcalf (2015). Também são destacadas as particularidades da revista em destaque, como o que é abordado nela e seu quadro de funcionários, usando como referencial seu próprio conteúdo.

Além disso, mostra-se como esse meio impresso atua criando, reproduzindo e mediando Representações Sociais e são dadas as características desse fenômeno segundo Moscovici (1978). Por fim, é feita a análise das seções “Entrevista”, “Homenageado da Edição”, “RevesTipos” e “RevesGastronomia” das edições 30, 31 e 32 da revista. Essa análise seguiu o processo de categorização, proposto por Bardin (2011), e resultou nas seguintes categorias: destaque para Teresina ou para o Piauí e destaque para pessoas de outros estados.

## **2. JORNALISMO CULTURAL**

Partindo da polissemia do termo cultura, observa-se a infinidade e complexidade de sentidos dentro de um recorte específico e suas formas de obtenção, tanto na infância quanto

---

---

ao longo da vida. “Em termos gerais, podemos definir cultura como todas as coisas que são plantadas em uma criança pelos mais velhos e companheiros à medida que ela vai crescendo – tudo, desde maneiras à mesa até religião” (METCALF, 2015, p. 02). Dessa maneira, a cultura comporta-se de forma singular de acordo com as vivências e experiências adquiridas ao longo da vida, o que a torna um fator importante na preservação da memória histórica.

Assim, é possível que por meio dela se possa compreender as estruturas acerca do indivíduo e a pluralidade humana, aspectos importantes dentro das relações interpessoais (METCALF, 2015). Ao passo em que essa percepção se faz presente, velhos estigmas são rompidos. Nesse contexto, de acordo com Piza (2003), podemos levar à tona a problematização do conceito de cultura como algo que se refere ao grande conhecimento acumulado sobre questões relacionadas à arte ou à academia, por exemplo.

Dentro desse aspecto, o jornalismo e suas vertentes firmam o compromisso de um olhar com maior aprofundamento no que diz respeito à cultura, pois esta deve ser vista como instrumento de observação com criticidade sob fatores de socialização aos quais, em grande parte, se relaciona. Assim afirma Piza (2003) ao estabelecer um conceito para jornalismo cultural: “A imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza, por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe” (PIZA, 2003, p. 45).

Para Faro (2010), essa forma de prática jornalística pode ser considerada “como um gênero marcado por uma forte presença autoral, opinativa e analítica que extrapola a mera cobertura noticiosa, identificando-se com movimentos estético-conceituais e ideológicos que se situam fora do campo das atividades da imprensa” (FARO, 2010, p. 149 – 150). Com isso, o autor enxerga o jornalismo cultural como um espaço usado para a produção intelectual.

A partir disso, o jornalismo cultural, designado como uma das vertentes da área do jornalismo, constitui-se com cunho tecnicamente impessoal envolvendo críticas acerca das produções culturais advindas de uma sociedade. Dentre essas produções culturais, destacam-se temas que abordam arte: cinema, teatro, literatura, música, entre outras. Segundo Piza (2003), isso é facilmente reconhecido no formato impresso: “Cada publicação da imprensa tem um público-alvo e deve se concentrar em falar com ele, sem abrir mão de tentar contribuir com sua formação, com a melhora de seu repertório” (PIZA, 2003, p. 47).

---

### 3. REVISTA *REVESTRÉS*

A partir iniciativa de André Gonçalves e Wellington Soares, já em contato com outros projetos voltados para a literatura, nasceu a idealização de um periódico cujo objetivo principal era tratar de cultura e produções locais. A *Revestrés*, com seu nome derivado de uma típica expressão, propõe carregar consigo o propósito de abordar arte, literatura e cultura. Segundo André Gonçalves, seu nome já denota que: “*Revestrés*, em bom piauiês, tem como alguns de seus significados: ao contrário, de modo diferente, de outro jeito, de um jeito estranho” (GONÇALVES, 2012).

Com a primeira edição lançada em fevereiro de 2011, a teresinense revista *Revestrés* proporciona discussões sobre temas culturais de forma rica e diferenciada. Destaca-se também o conteúdo com a colaboração de personagens teresinenses e outras grandes figuras nacionais. Além disso, a revista utiliza recursos para se aproximar de seu público como as redes sociais e o seu site [www.revistarevestres.com.br](http://www.revistarevestres.com.br) que é usado para disponibilizar todo o conteúdo que é encontrado na revista impressa.

Esse periódico funciona como um meio de representatividade cultural se aproximando do público com o protagonismo de trabalhos artísticos locais. Nessa divulgação, a revista mostra aquilo que acontece dentro das artes na capital do Piauí se diferenciando dos veículos cujo comprometimento é apenas com o factual. Por fim, nota-se que ela dá espaço para a abertura dos discursos dos grupos oprimidos ou subjugados, servindo como mais uma forma de representação (KELLNER, 2001), e também leva ao público o que ele conhece mantendo esse contato por intermédio de um olhar mais observador.

O expediente da revista divide-se entre diretores responsáveis: André Gonçalves e Wellington Soares; conselho editorial: André Gonçalves, Wellington Soares, Samária Andrade e Luana Sena; administrativo: Adriano Leite; repórteres Luana Sena, Nayara Felizardo e Victória Holanda; fotógrafos: Mauricio Pokemon e André Gonçalves; projeto gráfico/ diagramação: Alcides Júnior e impressão: Halley SA Gráfica e Editora. Há também os colaboradores que mudam em cada edição.

---

#### **4. REPRESENTAÇÃO SOCIAL**

Trata-se de uma teoria que emergiu dos estudos de Moscovici (1978). Segundo o teórico, as representações sociais resultam do processo de construção da realidade que será comum a um conjunto social. Além disso, essas representações surgem em um pequeno grupo que torna determinadas práticas e pensamentos comuns a conjuntos mais amplos. “Em poucas palavras, a representação social é uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos” (MOSCOVICI, 1978, p. 26-27).

Nesse sentido, a mídia atua como um dos principais meios para mediar e propagar as representações sociais no mundo (MORENO, 2003, p. 18). Como exemplo, pode-se citar a revista *Revestrés* que desempenha essa função devido ao seu conteúdo marcado por acontecimentos, pessoas, fatos e costumes majoritariamente locais, mas também de outras regiões do país, que ganham notoriedade com as publicações da revista.

#### **5. METODOLOGIA**

Neste trabalho, são analisadas as edições 30, 31 e 32 da revista *Revestrés*. A análise das seções foi feita seguindo o processo de categorização que é proposto por Bardin (2011). Essa metodologia consiste em uma “operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos (BARDIN, 2011, p. 147).

A autora também destaca que “classificar elementos em categorias impõe a investigação do que cada um deles tem em comum com os outros. O que vai permitir o seu agrupamento é a parte comum existente entre eles” (BARDIN, 2011, p. 148). Esse foi nosso esforço na análise das seções: “Entrevista”, “Homenageado da Edição”, “RevesTipos” e “RevesGastronomia”. Essa escolha foi feita levando em consideração a contribuição dessas seções para o reconhecimento das figuras, locais e nacionais, que são destacadas nas edições escolhidas.

---

A primeira seção analisada é a “Entrevista”. Essa é uma das mais importantes, uma vez que ocupa as primeiras páginas da revista. Nas entrevistas apresentadas, participam cerca de quatro jornalistas. Entre eles, estão os colaboradores da revista e uma pessoa convidada. Além disso, as entrevistas são feitas no formato *Ping Pong* que é marcado por perguntas abertas para o entrevistado. Esse formato apresenta ao leitor uma narrativa mais elaborada e também permite que o entrevistado tenha mais liberdade para dar a sua opinião sobre os assuntos abordados.

A segunda seção escolhida é a que apresenta o “Homenageado da Edição”. Nela, o conteúdo voltado ao homenageado ocupa de três a quatro páginas e são dadas informações em uma pequena biografia da pessoa, dando detalhes sobre a sua vida, suas principais conquistas, além de muitas fotos. É dado um destaque para essa parte da revista porque o artista homenageado dá nome à edição que está sendo lançada. Sendo assim, as edições 30, 31 e 32 da revista são chamadas “Rubens Lima”, “Ramsés Ramos” e “Sulica”, respectivamente.

A terceira seção destacada é chamada “RevesTipo”. Trata-se de uma importante parte da revista, pois é notório que há sempre a intenção de mostrar personagens que ajudam a construir o cotidiano de Teresina. Nela, a revista fala sobre a personalidade destacada focando em detalhes como a história de vida e a carreira profissional da pessoa escolhida. Além disso, o ambiente de trabalho dos entrevistados sempre é citado. As fotos marcam presença novamente. Ao longo das 30°, 31° e 32° edições da revista, essa seção foi escrita por Nayara Felizardo e Luana Sena.

Por fim, a quarta e última seção analisada é a “RevesGastronomia”. Nela, a gastronomia teresinense é posta em destaque porque são apresentados os pratos e lanches mais comuns que são consumidos pela população. De modo representativo, a cultura é presente sendo relacionada com a culinária que, em grande parte, representa o que foi garantindo espaço em meio aos mais populares sabores teresinenses e que são conhecidos, ou não, por grande parte da cidade. Ressalta-se, novamente, a presença de muitas fotos na seção. Além disso, nela é explorado umas das principais características da revista: o texto com marcas do jornalismo literário.

A partir da busca pela categorização prevista pela metodologia da análise de conteúdo, foi possível notar que nas seções “Entrevista”, “Homenageado da Edição”, “RevesTipos” e

---

---

“RevesGastronomia” os elementos que aparecem com maior frequência ao longo das edições 30, 31 e 32 da revista são: destaque para Teresina ou para o Piauí e destaque para pessoas de outros estados.

### **5.1 Destaque para Teresina ou para o Piauí**

Na edição nº 30 de abril/maio de 2017, o músico teresinense Rubens Lima é homenageado e um breve histórico da sua trajetória musical é exposto por meio de texto e imagem. Na seção “Revestipos”, com o texto escrito por Nayara Felizardo, tornou-se possível conhecer a história de Antônio Farias. Ainda nessa edição, na seção “RevesGastronomia”, é dado destaque para um restaurante vegetariano de Teresina. Por meio do texto de Victória Holanda, torna-se possível entender e saber as impressões do local.

Na edição nº 31 de junho/julho de 2017, a “Entrevista” foi feita por André Golçalves, Samária Andrade, Wellington Soares e Graça Vilhena. Ao ler a entrevista, é notório que a revista foca em uma temática regional, pois o entrevistado é Nelson Nery Costa, presidente da Academia Piauiense de Letras (APL). Por meio desse diálogo, o leitor é apresentado às informações sobre o entrevistado, a situação da APL, qualidade do que é escrito no Piauí, qualidade das bibliotecas da capital, produção científica do estado, o que leva os escritores a entrar na APL e a renovação que a instituição está sofrendo.

O homenageado dessa edição é Ramsés Ramos, poeta que nasceu em uma família de músicos e artistas de Teresina em 1962 e morreu aos 36 anos. Na seção “Revestipos”, a matéria intitulada “Deusdeth, o Garrincha do Piauí”, escrita por Nayara Felizardo, traz informações sobre o ex-jogador e cronista do jornal *O Dia*<sup>107</sup>, Deusdeth Nunes. Já na seção “RevesGastronomia”, por meio do texto “Domingo é dia de frango assado!”, Aldenora Cavalcante comenta sobre um dos mais movimentados restaurantes da Zona Leste de Teresina que comercializa frango assado.

Por fim, na edição nº 32 de agosto/setembro de 2017, na seção “RevesTipos”, Luana Sena comenta sobre o bar de Zé de Melo que fica no cruzamento da Rua das Rosas com a Avenida Dom Severino, em Teresina. Além disso, na seção “RevesGastronomia”, a revista

---

<sup>107</sup> Periódico que circula em Teresina – PI e pertence ao *Sistema O Dia de Comunicação*.

---

fala sobre a pastelaria Kina Kana. Na matéria, Nayara Felizardo informa a localização de uma das pastelarias mais tradicionais de Teresina, fornece informações sobre seu consumo, contratação de funcionários e considera o lanche da pastelaria como um dos preferidos da população teresinense.

## **5.2 Destaque para pessoas de outros estados**

Na edição n° 30 de abril/maio de 2017, a professora e doutora em Comunicação Social pela USP, Rosane Borges, é entrevistada pela equipe da revista. A entrevista é marcada pela discussão sobre temas como feminismo, racismo, representatividade na mídia, no ensino e sobre o cenário político e seus representantes.

Na edição n° 32 de agosto/setembro de 2017, a entrevista teve a participação de André Gonçalves, Maurício Pokemon, Samária Andrade, Jasmine Malta, Welington Soares, Fabíola de Azevedo Lemos e Victória Holanda. O entrevistado é Marcelo Rubens Paiva, paulista que estava em Teresina para participar do Salão do Livro do Piauí (SALIPI). A entrevista ocorreu em um restaurante da cidade e nela Marcelo conta um pouco da sua história, fatalidades de sua vida e sobre seu livro autobiográfico vencedor do Prêmio Jabuti de 93.

Como homenagem, a edição n° 32 apresenta, com fotos ocupando páginas inteiras e um pequeno texto, Luiza Vitória Figueiredo da Silva. Essa maranhense sempre esteve ligada à arte e à cultura e trabalhava na Fundação Cultural do Piauí. Com contribuições em vários eventos culturais, ela é considerada como parte da memória cultural de Teresina. A seção é intitulada “Sulica, uma guerreira da cultura de Teresina”.

Após a análise e descrição do conteúdo, verifica-se que a revista dá visibilidade para a cultura local abrangendo temas que se encontram no cotidiano piauiense. Por meio da retratação do ambiente em que vive, o leitor é cativado e convidado a conhecer a forma que a revista mantém um vínculo com o regionalismo. Sendo assim, a representação social entra em cena quando a revista busca aproximar o público do que é caracterizado como algo local.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**



A revista *Revestrés* desempenha um grande papel de difusão cultural não apenas no Piauí, mas também em todo o Brasil. Ela ajuda a fortalecer o imaginário piauiense dentro e fora do estado ao se dividir entre assuntos que destacam o local e o nacional. Com uma linha editorial diferenciada, a revista constrói narrativas do cotidiano teresinense por meio de textos ricos, boas fotos e uma diagramação bem trabalhada.

Diante da categorização das seções e levando em consideração os objetivos da revista, é possível perceber a identidade regional tendo em vista o destaque que o periódico dá para personalidades locais. Ademais, a face do Jornalismo Cultural ganha novos ares por meio de críticas e resenhas de filmes e livros, por exemplo. Isso nos leva à construção do identitário da revista caracterizando-a como um bom produto do jornalismo cultural local que estimula o senso crítico de seus leitores e um grande meio que contribui para a propagação de representações sociais.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BERNARDES, Cristiane Brum. **As condições de produção do jornalismo popular massivo: o caso do Diário Popular Gaúcho**. 256 p. 2004. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Poroto Alegre, 2004.

BREED, Warren. Controle social na redação. Uma análise funcional. IN: TRAQUINA, Nelson. (org). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja Ltda., 1993.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Revistas em formatos digitais: modelos e novas práticas jornalísticas**. 158 f. il. 2012. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

ELEUTÉRIO, Maria Lourdes de. Imprensa a serviço do progresso. In: MARTINS, Ana. Luiza.; LUCA, Tânia. Regina. de. **História da imprensa no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

FARO, José Salvador. **Nem tudo o que reluz é ouro: contribuição teórica para uma reflexão sobre o jornalismo cultural**. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3871>. Acesso em: 31 ago. 2018.

GONÇALVES, André. Entrevista com André Gonçalves, editor da Revista Revestrés. Juiz de Fora – MG: ACESSA.com. Entrevista concedida a Daniela Aragão. Disponível em: <https://www.acesa.com/cultura/arquivo/musica/2016/08/08-entrevista-com-andre-goncalves-editor-revista-revestres/>. Acesso em: 01 jun. 2018.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e pós moderno**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

METCALF, Peter. **Cultura e sociedade**. São Paulo: Saraiva, 2015.

MORENO, Carlos Alexandre Carvalho. **Notas sobre as conexões teóricas entre mídia e representação social**. Revista Contemporânea. UERJ. Rio de Janeiro, p. 1-7. 2003.

MOSCOVICI, Serge. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 3. ed., 2º reimpressão. São Paulo: Contexto, 2009.

REVISTA REVESTRES. Teresina: Quimera – Eventos, Cultura e Editoração Ltda, n. 31, junho/julho. 2017.

REVISTA REVESTRES. Teresina: Quimera – Eventos, Cultura e Editoração Ltda, n. 30, abril/maio. 2017.

REVISTA REVESTRES. Teresina: Quimera – Eventos, Cultura e Editoração Ltda, n. 32, agosto/setembro. 2017.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença. 1987.

## **RESENHA**

**Olga Benario, Aquela Que Decidiu Ousar:  
Uma Resenha sobre a Obra de Fernando Morais**

**Olga Benario, The One Who Decided to Dare:  
A Review About the Work of Fernando Morais**

Amanda Ferreira Medeiros<sup>108</sup>  
Daniela Pereira Bochembuzo<sup>109</sup>

Em 223 páginas, ‘Olga’ narra a história de Olga Benario Prestes, comunista morta em uma câmara de gás na Alemanha de Hitler. Grávida de sete meses, Olga foi entregue ao país nazista pelo governo de Getúlio Vargas, em 1936. A partir daí, o livro relata não somente os momentos em cárcere vividos pela judia, mas também sua adolescência, participação política e história de amor com Luís Carlos Prestes, uma das principais personalidades políticas do século XX.

No início da obra, o autor, Fernando Gomes de Morais, conta por que quis escrever um livro sobre Olga, e instiga o leitor ao dizer que “buscou desvelar mentiras” durante suas pesquisas. A reconstituição do cenário vivido pela ‘cavalheira da esperança’ contém fotos e documentos exclusivos que provavelmente tornaram o livro desafiador de ser redigido e o mantém prazeroso de ler.

Morais ganhou por três vezes o prêmio Esso e quatro vezes o prêmio Abril de Jornalismo. Foi deputado estadual e secretário da Cultura e da Educação do Estado de São Paulo. Fascinado desde a adolescência pela história de Olga, Morais, perseguido pela imagem daquela que foi entregue ‘de presente’ a Hitler, decidiu que algum dia escreveria sobre a vida da judia.

Abastecido por uma visão ampla e aprofundada da realidade do século XX, Morais dedicou os dois primeiros capítulos do livro ao mês de abril de 1928, em que descreveu detalhadamente o contexto que Olga e Prestes estavam inseridos, inicialmente, como

---

<sup>108</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC), e-mail: [amandafmed@hotmail.com](mailto:amandafmed@hotmail.com)

<sup>109</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC), e-mail: [daniela.bochembuzo@usc.br](mailto:daniela.bochembuzo@usc.br)

---

completos desconhecidos. O terceiro capítulo trata sobre a relação de Olga com a Juventude Comunista Internacional, em Moscou, narrativa que é realizada em paralelo à chegada da família Prestes à cidade.

Já o quarto capítulo, intitulado “Lua de mel em Nova York”, retrata o final do ano de 1937, as viagens de trem de Olga e Prestes, bem como a necessidade deles utilizarem identidades falsas para conseguir transitar de um país para outro. Nesse caso, o nome do capítulo refere-se ao plano do casal: fingir serem recém-casados para que consigam dialogar com líderes comunistas da Europa.

O quinto e sexto capítulos narram a chegada de Olga e Prestes ao Rio de Janeiro, as marcas deixadas pela Coluna Prestes e o desenvolvimento das ações da Aliança Nacional Libertadora (ANL). Vivendo na clandestinidade, Olga aproveitava o fato de ser desconhecida pela polícia brasileira para frequentar as praias e teatros da cidade.

Já o sétimo e oitavo capítulos descrevem os preparativos e a Intentona Comunista, respectivamente. Nesse cenário, questões internas do Partido Comunista e da ANL incomodavam Olga ao passo que a influência dos Estados Unidos no Brasil crescia gradativamente.

Em seguida, a obra aborda a descoberta dos documentos deixados por Olga e Prestes em um cofre. Tal fato foi crucial para a identificação dos membros do partido envolvidos na revolução. Os governos brasileiro e estadunidense, responsáveis pela investigação, iam se aproximando da captura dos líderes do movimento.

A partir daí, Moraes narra a última vez que o casal se viu, momento no qual Prestes é levado ao interrogatório, a descoberta de que Olga estava grávida, e a chegada de membros da Gestapo (polícia secreta do Estado alemão de Hitler) no Brasil.

Ao longo do livro, é possível identificar características da prática jornalística, amparada em ampla pesquisa documental e bibliográfica acerca da historiografia do movimento operário brasileiro da época, da ditadura nazista, da Coluna Prestes, entre outros. Houve também a realização de 24 entrevistas com pessoas relacionadas à Olga e sua história, a fim de narrar sua trajetória como militante.

---

Além disso, Morais reconhece que o livro possui questões não respondidas, ponto inerente aos produtos jornalísticos, pois grande parte dos indivíduos que vivenciaram a época havia falecido quando a apuração dos fatos foi iniciada, em 1982.

Junto às características próprias do discurso jornalístico, a obra é banhada por recursos literários, uma vez que, ao folhear as páginas de ‘Olga’, verifica-se a mescla entre Jornalismo, Literatura e História, em que são expostas informações conquistadas por meio de técnicas de pesquisa e entrevista jornalísticas que realizam conexão com o período histórico vivido na época, e apresentadas de forma a ignorar o tradicional *lead*.

Outrossim, a abordagem qualitativa utilizada para discorrer sobre as entrelinhas dos fatos desenterra informações preciosas inexistentes no acervo documental brasileiro, o que torna o livro ímpar e relevante tanto como produto jornalístico quanto como registro histórico nacional. Desse modo, é possível caracterizar a obra como um produto híbrido, próprio do Jornalismo Literário.

É por meio de cartas trocadas entre Olga e Prestes enquanto presos que Morais assegura a aproximação do leitor com o cenário amedrontador que o casal vivenciou por seis anos. ‘Olga’ “ultrapassa os limites dos acontecimentos cotidianos, exerce a cidadania e garante perenidade aos relatos” (PENA, 2006, p.13).

Ao aproveitar destes recursos, Morais buscou elementos inéditos e conheceu lugares que fizeram parte da vida de Olga a fim de penetrar em aspectos pouco explorados pela imprensa e que, de acordo com Edvaldo Pereira Lima (1993) em sua obra *Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*, é primordial para uma grande reportagem. Dessa forma, nota-se na obra a presença de personagens que tornam a narrativa possível de ser redigida, ao passo em que se compreende a perspectiva das personagens como membros do partido comunista e adentra-se ao exército de Vargas e da família de Benario e Prestes.

Com abordagem minuciosa, o livro relata momentos cruciais na vida de Olga, como a luta pelo *habeas corpus*, o sentimento de morte ao ser enviada para Alemanha e o inferno vivido em cárcere. Morais, munido de embasamento histórico impecável, resultante da ampla pesquisa que demandou três anos e viagens à Alemanha, Itália e Argentina, alcança a

---

horizontalização do fato e a verticalização do foco da narrativa, próprios da informação jornalística em profundidade.

Com mais de 160 fontes consultadas para a elaboração da obra, ‘Olga’ não exhibe apenas ‘a esposa de Prestes’, mas sobretudo uma mulher ousada, defensora de seus ideais, e que em 14 meses depositou todo o amor que tinha à pequena filha de olhos azuis, Anita Leocádia.

Informações pontuais e a aproximação com a realidade tornam o livro de Fernando Morais único. A obra reflete a capacidade do extremismo ideológico de desumanizar a sociedade, temática pertinente em tempos de instabilidade e intolerância política no Brasil.

## **REFERÊNCIAS**

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas: O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura.** São Paulo: Unicamp, 1993.

MORAIS, Fernando. **Olga.** São Paulo: Companhia das Letras, 1985.

PENA, Felipe. **Jornalismo literário.** São Paulo: Contexto, 2006.

---

## DIRETRIZES

A *Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação (INICIACOM)* é uma publicação da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, que tem o objetivo de valorizar o trabalho do estudante de cursos da área da Comunicação como pesquisador em formação.

A Intercom retoma a publicação da revista, que será anual, podendo ter edições especiais, por acreditar na importância de garantir oportunidades aos discentes que experenciam ou já experenciaram a participação em projetos de ensino, pesquisa e extensão, em especial em atividades de iniciação científica.

A Iniciacom publica textos inéditos de estudantes de graduação em Comunicação e áreas afins e recém-formados até um ano após a conclusão do curso. Trabalhos apresentados em congressos ou no Intercom Regional podem ser publicados desde que haja uma nota de rodapé indicando as informações sobre o evento onde foi apresentado. Não serão publicados trabalhos apresentados no Intercom Júnior Nacional aprovados para publicação no E-book especial de cada congresso.

A submissão e avaliação dos trabalhos é feita por meio do Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER), que pode ser acessado no endereço <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/iniciacom/>. A chamada para submissão de novos trabalhos é aberta uma vez ao ano e é divulgada na página da revista no Portal Intercom, no endereço <http://www.portalintercom.org.br/publicacoes/revista-iniciacom/>.

Seguindo as atuais Diretrizes do Movimento de Acesso Público (tanto brasileiro como Internacional), os Direitos Autorais para artigos publicados nesta revista são do autor, com direitos de primeira publicação para a revista. Os artigos, resenhas e notícias aqui publicados são de uso gratuito, podendo ser utilizados em aplicações educacionais e não-comerciais, depositados em um repositório da instituição dos autores docentes, desde que citada a fonte. Os originais não serão devolvidos aos autores.



As opiniões emitidas pelos autores dos artigos são de sua exclusiva responsabilidade. Dúvidas pelo e-mail [iniciacom@intercom.org.br](mailto:iniciacom@intercom.org.br).

---

## NORMAS DE PUBLICAÇÃO

Formatos de textos aceitos para publicação

### 1. Artigos

Os artigos, com extensão de cinco a dez páginas, serão formatados em página A4 e fonte Times New Roman, corpo 12, com entrelinhas de 1,5.

Os textos devem ser formatados de acordo com o template disponível no endereço <http://www.portalintercom.org.br/publicacoes/revista-iniciacom/revista-iniciacomapresentacao>.

Os textos devem contemplar, além de todas as orientações do template, introdução, apresentação da pesquisa, referencial teórico-metodológico, resultados (parciais ou totais), considerações finais e referências bibliográficas.

Os textos devem ser acompanhados de um resumo, formatado em espaçamento simples, com no máximo 450 caracteres (com espaços), contendo tema, objetivos, metodologia e o principal resultado alcançado. O resumo deve ser seguido de três a cinco palavras-chave. As mesmas especificações valem para os textos de dossiês temáticos.

Os títulos, o resumo e as palavras-chave dos artigos e dos dossiês devem ser acompanhados de versão em inglês.

### 2. Entrevistas

Entrevistas podem ter até dez páginas, com breve texto introdutório a respeito do entrevistado e enfoque em sua atuação acadêmica ou profissional. O restante do conteúdo deve ser disponibilizado em formato de pergunta e resposta. O texto deve ser encaminhado junto com uma foto do pesquisador ou profissional (extensão JPEG, 300 dpi), com a autorização para publicação da imagem e com o crédito do fotógrafo. Solicita-se não colar a foto no arquivo Word, mas anexá-la separadamente.

### 3. Resenha

As resenhas devem ter título próprio, que deve ser diferente do título do livro, referência bibliográfica completa da obra resenhada incluindo o número de páginas e nome/instituição do

autor da resenha. Além disso, a capa do volume resenhado deve ser digitalizada e encaminhada em formato JPEG, 300 dpi, em arquivo separado. A foto não deve ser colada no arquivo Word. Em todos os casos, as colaborações devem conter breve currículo dos autores, de no máximo cinco linhas, e respectivos endereços eletrônicos.