

# contemporanea

revista de comunicação e cultura

ISSN: 18099386

## REVISTA ACADÊMICA QUADRIMESTRAL

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas  
Universidade Federal da Bahia

### VOLUME 21

Número 02  
maio - ago de 2023

**[Póscom]** UFBA  
Comunicação e Cultura Contemporâneas

# Universidade Federal da Bahia

Paulo Cesar Miguez de Oliveira  
**Reitor**

Penildon Silva Filho  
**Vice-Reitor**

## Faculdade de Comunicação

Leonardo Costa  
**Diretor**

## Departamento de Comunicação

Sergio Sobreira  
**Chefe**

## Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas

Marcelo Ribeiro  
**Coordenador**

### **Ficha Catalográfica: Salvador, FACOM, UFBA, 2014**

Contemporanea – Revista de Comunicação e Cultura / Universidade Federal da Bahia,  
Faculdade de Comunicação. v. 1, n. 1 (2003) – Salvador, UFBA, FACOM, 2015.

Quadrimestral  
ISSN 1809-9386 [versão on-line]

1. Comunicação. 2. Cultura. 3. Tecnologia. I. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação.

CDD - 302.2

### Universidade Federal da Bahia

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas

[www.poscom.ufba.br](http://www.poscom.ufba.br)

Rua Barão de Jeremoabo, s/ nº, Ondina, Faculdade de Comunicação

CEP 40170-290 - Salvador - BA - Brasil

Fone: +55 71 3283-6193

Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura

<http://www.contemporanea.poscom.ufba.br>

E-mail: [pos-com@ufba.br](mailto:pos-com@ufba.br)

## PROJETO GRÁFICO

---

Tainá Moraes e Edvaldo Monteiro

## DIAGRAMAÇÃO

---

Zeta Studio

## EDITORES

---

Ivanise Andrade

Lívia Vieira

Susana Morales

## CONSELHO EDITORIAL

---

Adriano Duarte, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal

Afonso Albuquerque, Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil

Alessandra Aldé, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro - RJ, Brasil

Ana Paula Goulart, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro - RJ, Brasil

André Lemos, Universidade Federal da Bahia, Brasil

Andrew Herman, Wilfrid Laurier University, Ontario, Canadá

Angela Prython, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil

Antonio Fidalgo, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal

Benjamim Picado, Universidade Federal Fluminense, Niterói - Brasil

César Guimarães, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil

Christa Berger, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil

Eneus Trindade, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil

Erick Felinto, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Evelyne Cohen, École Nationale Supérieure Sciences de l'information et des bibliothèques, Villeurbanne, França

Francisco Paulo Jamil Almeida Marques, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Brasil

François Jost, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, Paris, França

Giovandro Marcus Ferreira, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, Brasil

Iluska Coutinho, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil

Itania Maria Mota Gomes, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, Brasil

James Katz, Rutgers University, New Brunswick, Estados Unidos

Javier Días Noci, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, Espanha

João Freire Filho, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro - RJ, Brasil

José Luiz Braga, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, Rio Grande do

Sul, Brasil

Juremir Machado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil

Kimberly Sawchuk, Concordia University, Montreal, Canadá

Liv Sovik, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro - RJ, Brasil

Marcus Freire, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, Brasil

Marcos Silva Palacios, Universidade Federal da Bahia, Brasil

Maria Ataíde Malcher, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, Amazonas, Brasil

Maria Carmem Jacob, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, Brasil

Marie-France Chambat-Houillon, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, Paris, França

Mauricio Lissovsky, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro - RJ, Brasil

Michel Maffesoli, Sorbonne, Paris, França

Othon Jambeiro, Universidade Federal da Bahia, Brasil

Pere Masip, Universidad Ramón Llull, Barcelona, Espanha

Pierre Lévy, Ottawa University, Ottawa, Canadá

Rob Shields, University of Alberta, Edmonton, Canadá

Rousiley Maia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil

Will Straw, McGill Institute, Montreal, Canadá

Wilson da Silva Gomes, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, Brasil

## SUMÁRIO

### SUMMARY

1. BIG BROTHER BRASIL E OS EFEITOS DE SENTIDO SOBRE TRANSEXUALIDADES 4  
Dandara Oliveira Lima, Liliane Maria Macedo Machado, Aline Czezacki Kravutschke
2. QUEM SE LEMBRA DE JOÃO ALBERTO: EFEITOS DE AGENDAMENTO DA TV SOBRE UM CASO DE RACISMO 32  
Wladimir Gramacho, Carlos Oliveira
3. JUSTIFICATIVAS EM CAMPANHAS DE DESMONETIZAÇÃO CONTRA NOTÍCIAS FALSAS E DISCURSO DE ÓDIO 48  
Ivan Paganotti
4. IT'S BRITNEY, BITCH!": ENTRE O BEM E O MAL DOS CORPOS FEMININOS 70  
Karla Beatriz César de Paulo Rezende, Felipe Viero Kolinski Machado Mendonça
5. REFLEXÕES SOBRE AS RELAÇÕES ENTRE DOCUMENTARISTAS E ATORES SOCIAIS 88  
Thífani Postali
6. CONSTRUÇÃO DAS NARRATIVAS PELAS EMPRESAS DE PLATAFORMA: IMPACTOS NA PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO 106  
Maria Cristina Maiello, Luiz Alberto de Farias, Carolina Frazon Terra

## **BIG BROTHER BRASIL E OS EFEITOS DE SENTIDO SOBRE TRANSEXUALIDADES: UMA ANÁLISE DAS MATÉRIAS DO G1 SOBRE ARIADNA ARANTES E LINN DA QUEBRADA**

## **BIG BROTHER BRASIL AND THE EFFECTS OF MEANING ON TRANSEXUALITIES: AN ANALYSIS OF ARTICLES IN G1 ABOUT ARIADNA ARANTES AND LINN DA QUEBRADA**

Dandara Oliveira Lima<sup>1</sup>

Liliane Maria Macedo Machado<sup>2</sup>

Aline Czezacki Kravutschke<sup>3</sup>

### **RESUMO:**

Este artigo parte de uma inquietação sobre as possíveis mudanças no discurso a respeito das duas participantes transexuais na história do *reality show Big Brother Brasil*, Ariadna Arantes, em 2011, e Linn da Quebrada, em 2022. Considerando os onze anos de diferença entre as participações, buscamos compreender se houve uma mudança nos efeitos de sentido utilizados para noticiar a participação delas a partir da análise de notícias do

- 1 Pesquisadora de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (PPGCOM/UnB), com bolsa de pesquisa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). É membro do grupo de pesquisa Madalenas em Ação: estudos feministas e de gênero em comunicação. É especialista em Marketing Digital pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e jornalista graduada pela Faculdade de Comunicação (FAC/UnB). Atualmente, é assessora especial no Ministério das Mulheres, integrante do Observatório da Violência contra Jornalistas do Ministério da Justiça e coordenadora de comunicação voluntária do Projeto Todaz na Política. Pesquisa gênero, discurso de ódio, desinformação e redes sociais. E-mail: dandara.olima@gmail.com.
- 2 Doutorado em História pela Universidade de Brasília (2006) e pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (2022). Desde agosto de 2011 é professora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, atualmente, como associado 1. Na função de pesquisadora do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da UnB, orienta trabalhos de mestrado, doutorado e pós-doutorado; desenvolve estudos concernentes aos seguintes temas: comunicação e estudos feministas e de gênero, comunicação e cidadania, legislação e regulação em comunicação, além de coordenar o grupo de pesquisas Madalenas em Ação: estudos feministas e de gênero em comunicação. Na graduação, ministra as disciplinas de Legislação e Direito à Comunicação e Teoria do Jornalismo. E-mail: lilianemmm@gmail.com.
- 3 Pesquisadora de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (PPGCOM-UnB). É membro do grupo de pesquisa Madalenas em Ação: estudos feministas e de gênero em comunicação. Especialista em Comunicação em Saúde pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz/2021). Jornalista graduada pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/2016). Atualmente é oficial de comunicação na Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO). E-mail: alineczezacki@gmail.com.

G1. Partindo de uma discussão teórico/metodológica sobre teorias do jornalismo e com o arcabouço da Análise do Discurso francesa, analisaremos as matérias publicadas durante o mês de janeiro de 2011 e 2022, momento em que a rede Globo inicia a divulgação sobre o elenco do programa. Buscamos diagnosticar o surgimento de um novo olhar para as identidades de gênero transexuais na imprensa.

**PALAVRAS-CHAVE:** análise de discurso, *Big Brother Brasil*, gênero, teorias do jornalismo, transexualidade.

#### **ABSTRACT:**

This article starts from a concern about the changes in the discourse regarding the two transsexual participants in the history of the reality show *Big Brother Brasil*, Ariadna Arantes, in 2011, and Linn da Quebrada, in 2022. Considering the eleven years of difference between the participations, we sought to understand whether there was a change in the meaning effects used to report their participation based on the analysis of news from G1. Starting from a theoretical discussion on theories of journalism and with the framework of French Discourse Analysis, we will analyze the articles published during the month of January 2011 and 2022, when Rede Globo starts publicizing the cast of the program. We seek to diagnose the emergence of a new perspective at transsexual gender identities in the press.

**KEYWORDS:** Discourse analysis, *Big Brother Brazil*, gender, theories of journalism, transsexuality.

## **INTRODUÇÃO**

No dia 29 de janeiro de 2002, a Rede Globo de Televisão colocava ao ar a primeira edição do *reality show Big Brother Brasil* (BBB). O formato, inspirado no livro *1984*, do escritor britânico George Orwell, “[...] desenvolve a construção de narrativas, nas quais os participantes do jogo ascendem sua vida privada à esfera pública, mediante suas performances [...]” (Petrovich, 2008, local. 2).

Em 2011, os participantes disputaram o prêmio máximo de R\$ 500 mil. Hoje, o prêmio é de R\$ 1,5 milhão, valor considerado baixo frente ao que está em jogo. Os participantes do BBB são mantidos em confinamento e monitorados por câmeras durante 24 horas. É comum que, posteriormente, sejam elevados ao status de celebridades, fazendo fortuna com contratos publicitários<sup>1</sup>.

Em 2011, na ocasião da 11ª edição, o público foi apresentado à cabeleireira Ariadna Arantes, que despertou um interesse particular da mídia por conta da sua identificação de gênero como uma mulher transexual. Cabe destacar que, neste artigo, usamos a noção defendida por Judith Butler (2021) de que ambos, sexo e gênero, são frutos de uma construção social, o que inclui mulheres lésbicas e mulheres transexuais como sujeitas dos feminismos.

Do momento em que Ariadna foi anunciada, as notícias passaram a pautar a participante especificamente pelo viés de gênero<sup>2</sup>, questão até então não discutida pelo programa e não relacionada a outro ou outra participante. Para o público, a identidade de gênero de Ariadna já havia sido revelada em reportagem do Portal G1, como veremos a seguir. No entanto, a participante não falou sobre a sua transexualidade durante seis dias. Apenas na noite anterior à primeira eliminação revelou a alguns colegas sobre sua cirurgia de redesignação sexual. Ela foi a primeira eliminada com 49% dos votos.

Onze anos após a participação de Ariadna, o tema da transexualidade retornou à agenda do *reality* e da mídia com a participação da cantora e atriz Linn da Quebrada no BBB 22. Autodenominada como travesti<sup>3</sup>, a participante foi a décima segunda eliminada com 77,6% dos votos do público.

O BBB explora uma relação de interação dinâmica com os telespectadores, que podem votar para decidir quem fica ou quem sai de acordo com suas próprias impressões sobre os participantes. A relação do público com o BBB pauta a esfera midiática que, por sua vez, noticia sobre o programa e sobre seus participantes em um processo contínuo de construções de sentidos. Compreendemos o discursivo conforme proposto por Eni P. Orlandi (1996, p. 146-147):

[...] Pode ser definido como um processo social cuja especificidade está no tipo de materialidade lingüística, já que a língua constitui o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido.

Interessa-nos reconhecer quais os sentidos produzidos sobre Ariadna Arantes também foram utilizados para informar sobre a participante Linn da Quebrada. O principal objetivo é responder se há um *continuum* na forma como o G1 constrói o discurso sobre transexualidade e quais são as ferramentas discursivas do referido veículo para conceder valor-notícia ao tema.

Valor-notícia é o que autoriza a noticiabilidade de um acontecimento. Trata-se de um conceito já bastante explorado nas teorias do jornalismo, mas que segue relevante uma



vez que são esses critérios que servem como guia para a produção do “mundo midiático” que é apresentado para leitores e demais audiências através das notícias (Harcup; O’Neill, 2016, p. 1). Harcup e O’Neill (2009, p. 163, tradução nossa) também defendem que,

apesar [dos valores-notícia] oferecerem somente uma explicação incompleta dos processos de trabalho da produção de notícias jornalísticas, o estudo dos valores-notícia é uma importante área de exploração para os estudos acadêmicos de jornalismo porque é uma maneira de tornar mais transparente uma gama de práticas e julgamentos que, de outra feita, estariam opacos [...]⁴.

Há uma vasta quantidade de propostas de listas de valores-notícia segundo diversas análises empíricas, mas o artigo de Johan Galtung e Mari Ruge, de 1965, “The structure of foreign news”, é considerado um marco inicial para esse debate. Os autores listaram 12 fatores de valor-notícia: frequência, limite, não ambiguidade, importância, consonância, surpresa, continuidade, composição, notícias negativas, referência aos países da elite, a pessoas da elite ou a grupos específicos.

Por sua vez, Harcup e O’Neill dedicaram-se a revisar essa literatura em ao menos duas ocasiões diferentes. Primeiro, em 2001, quando propuseram a inclusão da “agenda do jornal” - seus interesses políticos e econômicos - como um valor-notícia crucial a ser considerado (Harcup; O’Neill, 2016, p. 2). Outros valores-notícia sugeridos para além dos já listados por Galtung e Ruge (1965) são: celebridades, notícias de entretenimento e notícias boas - *good news* -, aquelas com “enquadramento particularmente positivo, como resgates e curas”⁵ (Harcup; O’Neill, 2016, p. 2, tradução nossa).

Depois, os autores retomam esse trabalho assumindo a necessidade de reconhecer a diferença entre a seleção de notícias e o tratamento que é dado a elas nas rotinas da redação. Harcup e O’Neill (2016, p. 5) citam a pesquisa de Caple e Bednarek (2015, p. 8-11) sobre a abordagem discursiva que jornalistas constroem ao reportar determinados acontecimentos.

A análise discursiva do G1 sobre as participantes transexuais levará em consideração a constituição histórica, ideológica e social dos enunciados e os valores-notícia que podem ter sido utilizados na justificativa para autorizar a noticiabilidade das reportagens.

Concebemos o discurso como o “[...] espaço, o lugar ou a instância da linguagem [...] em que emergem as significações, ou ainda, os efeitos de sentido [...]” (Garcia, 2003, p. 133-134). Jornalistas, por seu papel como formadores de opinião, são agentes capazes

de criar ou reforçar efeitos de sentido, incluindo estereótipos. Desde a seleção da pauta, até a maneira como determinado fato é reportado, o jornalista tem lugar privilegiado no “palco contemporâneo do debate público” (Pena, 2005, p. 29). Ainda segundo o autor,

as transformações da esfera pública deixam claro que houve a substituição de um espaço destinado para a discussão de causas públicas e valores éticos por outro, muito mais prosaico, em que as representações da realidade interagem com o espetáculo, a simulação e a imagem virtual [...] (Pena, 2005, p. 32).

Ao longo dos anos, a constante exposição das identidades transexuais e travestis criou “[...] um viés estigmatizante e patologizante, que ignoram os resultados positivos de uma transição em ambientes acolhedores [...]” (Benevides, 2022, p. 99). Há décadas, os meios de comunicação reproduzem esse conjunto de atributos depreciativos, influenciando a opinião pública. Como destaca Lippman (2008, p. 120),

[...] a opinião pública é primariamente uma versão moralizada e codificada dos fatos [...], e uma vez que meu sistema moral se apoia em minha versão aceita dos fatos, aquele que nega tanto meus julgamentos morais ou minha versão dos fatos é para mim perverso, estranho, perigoso.

Para este artigo, foram selecionadas as matérias publicadas no Portal G1, por ser um dos principais veículos digitais do Grupo Globo. Resultados de um levantamento realizado em 2018 pela Comscore<sup>6</sup> mostram que o G1 recebe mais de 3,1 bilhões de visitas acumuladas e 56 milhões de visitantes únicos por ano (Grupo [...], 2018). Além disso, o portal diversifica seu conteúdo através de notícias publicadas nas sessões de editorias, especiais, serviços, regiões, TV Globo, rádios, Globo News, publicações e jornais. Essa diversificação faz com que diversos conteúdos publicados na grade da rede sejam indexados em um só portal, ampliando o escopo de matérias para a análise.

Em levantamento realizado pelas autoras, utilizando a ferramenta nativa de busca avançada do G1, foram encontradas seis reportagens que citam a participante Ariadna Arantes entre 1 e 31 de janeiro de 2011, quatro das quais foram analisadas neste trabalho. Selecionamos esse período por conter desde a primeira vez em que o nome de Ariadna foi divulgado até a eliminação da competidora, o que ocorreu na primeira semana que a edição foi ao ar. As reportagens descartadas fugiam ao *corpus*; uma por se tratar de uma reportagem de matéria televisiva do *Fantástico*, e outra porque estava inserida no G1 local do Rio de Janeiro, o que não atendia ao nosso objetivo de analisar apenas as matérias veiculadas nacionalmente.

Já Linn da Quebrada foi citada 16 vezes em reportagens do G1, entre o período de 1 a 31 de janeiro de 2022. Reduzimos o *corpus* apenas a reportagens que citam a identidade de gênero de Linn e que foram veiculados na editoria nacional do portal. Chegamos assim ao total de oito ocorrências.

Além de Linn ter pautado o G1 quase três vezes mais do que Ariadna, em 2011, o Portal associava a primeira participante a sua identidade de gênero em todas as reportagens - em algumas até mesmo desrespeitando o pronome feminino; enquanto Linn foi tema de quatro reportagens que abordaram apenas sua carreira artística, sem citar que ela é travesti.

Feitas essas observações, entendemos que é relevante analisar as mudanças no discurso do Portal G1 sobre transexuais e travestis a partir do fenômeno televisivo *Big Brother Brasil*. O objetivo principal do presente artigo é notar quais são as formações discursivas em jogo em 2011 e se elas permanecem mobilizando os mesmos efeitos de sentido, onze anos depois. Para isso, faremos uso da teoria do *newsmaking* para abordar os critérios de noticiabilidade e, como método, utilizaremos a análise de discurso de vertente francesa, doravante AD, além das contribuições do filósofo Michel Foucault.

É importante ressaltar que a vertente da AD que escolhemos para a análise valoriza a necessidade de que se identifique o gênero discursivo do *corpus* escolhido visto que, para Maingueneau (2002, p. 85), “um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada”. A cena de enunciação, adverte o autor francês, “não deve ser concebida como um quadro preestabelecido, mas como um processo [...] no qual a enunciação, por sua própria maneira de desdobrar seus conteúdos, deve legitimar a situação de enunciação que a torna possível” (Maingueneau, 2000, p. 21). No caso desse artigo, trata-se de um discurso jornalístico, cujas características incluem um modo próprio de narrar os eventos, tais como o uso do *lead*, a importância das fontes utilizadas, dentre outras singularidades (Traquina, 2005).

Dessa forma, no decorrer da análise, lançaremos mão de teorias do jornalismo que nos ajudarão a compreender como as matérias foram produzidas, se houve, ou não, atenção aos pressupostos exigidos para que se configure como um discurso de caráter informacional, permitindo-nos problematizar o contexto em que a fala é encenada.

## CONTEXTO E MÉTODO

AAD entende o discurso a partir da associação entre texto e contexto, entre a linguagem e sua materialidade. Analogamente aos autores que compartilham esse método, Foucault (2006, p. 49) defende que o discurso seja submetido a um procedimento metodológico em que seja possível observá-lo levando-se em conta a “cultura e as condições históricas, as condições econômicas, as condições políticas de seu aparecimento e de sua formação”. Em outras palavras, a discursividade pode ser compreendida através da articulação entre o discurso e suas “condições de produção”, noção esta que designa

[...] geralmente, o ‘contexto social’ que ‘envolve’ um *corpus*, isto é, um conjunto desconexo de fatores entre os quais são selecionados previamente os elementos que permitem descrever uma ‘conjuntura’ (Maingueneau, 1997, p. 53).

Aquilo que é extradiscurso - como a comunidade discursiva dos fãs de BBB, por exemplo, e os mediadores, na figura dos jornalistas - e os enunciados em circulação nas reportagens “emergem ao mesmo tempo” (Maingueneau, 1997, p. 55) em um processo de imbricação. Por essa razão, consideramos relevante abordar o contexto da participação de Ariadna Arantes, em 2011, e de Linn da Quebrada, em 2022, além do que estava em pauta no debate sobre gênero no Brasil.

## FORMAÇÕES DISCURSIVAS

No conjunto de reportagens cuja análise iniciaremos a seguir, duas formações discursivas (FDs) nos chamaram atenção: a “vigilância binária” e a “pedagogia transexual” (Tabela 1). Formação discursiva é um conceito foucaultiano que trata das regularidades na produção de sentido. Na perspectiva de Eni P. Orlandi (2018, p. 21), a língua deve ser concebida como materialidade, “[...] um lugar das relações de forças e de sentidos”, e é na “[...] relação regulada historicamente entre as muitas formações discursivas que se constituem os diferentes efeitos de sentido entre locutores”.

Maingueneau (2015, p. 81) propõe que o “sentido se constrói no interior das fronteiras” e defende que o interdiscurso exerce um primado sobre o discurso. O interdiscurso só pode ser produzido se for materializado a partir de um outro já-dito. Por essa razão, a AD

[...] se interessa por funcionamentos discursivos e não é tentada a adotar uma posição definitiva. Ela não pretende reduzir a unidade todas as formações discursivas de uma conjuntura, definindo uma invariante universal, nem visa a multiplicar infinitamente e sem

hierarquia as relações entre os campos. Em um dado momento, uma formação discursiva é associada a certos trajetos interdiscursivos e não a outros, e isto faz parte integrante de sua especificidade (Maingueneau, 1997, p. 118).

Para chegarmos a formações discursivas - que, a partir de agora, resumimos com a sigla de FD - aludidas acima, fizemos uma imersão no *corpus* por nós delimitado com o objetivo de buscar o interdiscurso e, conseqüentemente, estabelecer as categorias de análise. Tal busca ocorreu a partir das colocações que as teóricas da transexualidade discutem acerca dos sentidos acionados pelas mídias ao referir-se a elas. Tais sentidos, eivados de preconceitos e assertivas sobre o que é ser mulher ou homem, levou-nos à formulação da FD de vigilância binária e, sobre as tentativas, nem sempre bem-sucedidas, da imprensa em sensibilizar e informar o público sobre as identidades sexuais, formulamos a AD de pedagogia da transexualidade. Tais questões serão tratadas com mais acuidade no desenrolar das análises.

Tabela 1 – Reportagens analisadas e suas respectivas formações discursivas (FDs)

<b>Título</b>	<b>Autor(a)</b>	<b>Data</b>	<b>Participante</b>	<b>Seção</b>	<b>FD</b>
BBB chega à 11ª edição com transexual como principal atração	Redação	11/01/11 09h52	Ariadna Arantes	Pop & Arte	Vigilância binária
Ariadna é a primeira eliminada do 'BBB 11'	Redação	18/01/11 23h12	Ariadna Arantes	Pop & Arte	Vigilância binária
Colegas de banda do rapper Igor, do 'BBB', já torcem pelo sucesso na TV	Marcus Vinícius Brasil	25/01/11 11h35	Ariadna Arantes	Pop & Arte	Vigilância binária
Com cirurgia liberada, transexuais têm batalha para trocar 'nome oficial'	Iberê Thenório	22/01/11 08h00	Ariadna Arantes	Ciência e Saúde	Vigilância Binária e Pedagogia Transexual
'BBB22': Participantes são divulgados; veja lista completa	Redação	14/01/22 15h05	Linn da Quebrada	Pop & Arte	Vigilância Binária
Linn da Quebrada no 'BBB22': Cantora, atriz e apresentadora é referência na comunidade LGBTQIA+	Redação	14/01/22 22h18	Linn da Quebrada	Pop & Arte	Vigilância Binária
'BBB' musical: como é o som de Linn, Naiara Azevedo, Maria, Arthur Aguiar e Tiago Abravanel	Rodrigo Ortega e Gabriela Sarmiento	21/01/22 07h41	Linn da Quebrada	Pop & Arte	Vigilância Binária

Título	Autor(a)	Data	Participante	Seção	FD
Entrada de Linn da Quebrada no 'BBB22' gera papos sobre gênero com Eslovênia, Naiara e Rodrigo	Marília Neves	21/01/22 15h38	Linn da Quebrada	Pop & Arte	Pedagogia Transexual e Vigilância Binária
Maior hit de Linn da Quebrada veio de álbum lançado em promessa para Prior sair do 'BBB20'	Rodrigo Ortega e Gabriela Sarmiento	22/01/22 09h11	Linn da Quebrada	Pop & Arte	Vigilância Binária
No 'BBB22', Linn explica tatuagem 'Ela' e diz: 'Quero ser tratada nos pronomes femininos'	Marília Neves	24/01/22 10h29	Linn da Quebrada	Pop & Arte	Pedagogia Transexual e Vigilância Binária
Entenda a diferença entre travesti e mulher trans; tema ganha destaque com Linn da Quebrada no BBB 22	Matheus Rodrigues	27/01/22 09h44	Linn da Quebrada	Pop & Arte	Pedagogia Transexual
Pessoas trans vivem sob 'tolerância frágil', diz pesquisa que contabilizou mortes em 2021	Luciana Oliveira	28/01/22 04h00	Linn da Quebrada	Política	Pedagogia Transexual

Fonte: elaborada pelas autoras.

Nos textos analisados, encontramos regularidades discursivas que estabelecem a transexualidade como um *Outro* elemento, nem homem e nem mulher. Em uma matriz existencialista, a filósofa francesa Simone de Beauvoir (1970, p. 10, grifo nosso) sustenta que

a mulher determina-se e diferencia-se em relação ao homem, e não este em relação a ela; a fêmea é o inessencial perante o essencial. O homem é o Sujeito, o Absoluto; ela é o *Outro*.

Para ela, “[...] ser é ter-se tornado, é ter sido feito tal qual se manifesta” (Beauvoir, 1970, p. 18). Isso significa que ser mulher é um processo dialético, de aprendizagem e negociação, não é um referente essencialista, intrínseco à anatomia biológica. Essa compreensão é relevante para os estudos feministas e de gênero pois é a partir dela que mulheres não-brancas, transexuais e de outros grupos minoritários passaram a exigir a problematização das suas “*outriedades*” (Nascimento, 2021, p. 51). Para Letícia Nascimento (2021, p. 51) há uma “[...] falha no pensamento beuvoiriano [...]” na medida em que a francesa pensa sobre o homem branco em relação à mulher branca cis e heterossexual.

Se para Grada Kilombo (2019, *apud* Nascimento, 2021, p. 49) a mulher negra é o *Outro* do *Outro*, as existências trans são o *Outro* do *Outro* do *Outro*. Transgeneridades ocupam um lugar de “[...] forasteiras da humanidade, estrangeiras do gênero” (Nascimento, 2021, p. 49).

Sem o sentimento de pertencimento ao gênero masculino como ele é normatizado, a nós é constantemente negado o direito de nos definirmos como mulheres por não possuímos a ‘genitália certa’ [...] É nesse não lugar que construímos nossas identidades [...] (Nascimento, 2021, p. 53).

Essas *outriedades* são constantemente colocadas à prova nas matérias do G1, naquilo que chamamos de “vigilância binária” (Nascimento, 2021, p. 18), expressão de Letícia Nascimento escolhida por nós para designar a principal FD ora em análise. Como veremos, mesmo em reportagens sobre Linn da Quebrada, a vigilância binária está presente na medida em que sua identidade de gênero recebe o peso de valor-notícia principal.

Porém, diferentemente dos textos sobre Ariadna Arantes, em que a “vigilância binária” é carregada de estigmas - presentes no interdiscurso -, no caso de Linn da Quebrada, sua identidade de gênero é apresentada de forma associada à sua carreira artística ou à segunda FD que será analisada neste trabalho, a “pedagogia transexual”.

Essa FD remete a regularidades discursivas encontradas em quatro reportagens sobre Linn e uma sobre Ariadna. São textos em que o discurso denota uma intenção pedagógica do(a) jornalista-autor(a) para tratar sobre identidade de gênero. Ou seja, reportagens do gênero de jornalismo utilitário, aquele em que a atividade jornalística além de informativa, também atua

[...] como um prestador de serviço, cuja produção noticiosa deva ser útil para os cidadãos na tomada de decisões na vida cotidiana, promovendo a práxis pela comunicação de massa, garantindo um avanço na teoria democrática e ampliando o exercício da cidadania (Santana; Temer, 2015, p. 212).

Contudo, ainda que os textos pareçam ter como objetivo ajudar ou informar o(a) leitor(a) sobre transgeneridades, nem sempre a FD “pedagogia transexual” serve à “ampliação do exercício de cidadania”. Através de ferramentas discursivas, como a ironia e o silenciamento, as FDs que serão analisadas a seguir podem gerar equívocos e reforçar preconceitos.

## O OUTRO INCOMPLETO

A primeira reportagem sobre Ariadna Arantes no G1 é do dia 11 de janeiro de 2011 e foi publicada sem assinatura<sup>7</sup>. A manchete anuncia Ariadna como a “principal atração” da edição daquele ano. Caso se tratasse de um show de talentos ou de um número artístico, referir-se a ela como “principal atração” denotaria um elogio. Porém, o contexto nos permite inferir o efeito de sentido preconceituoso no enunciado, uma vez que Ariadna foi a primeira transexual a participar do BBB e, fora essa informação, não há outra que possa explicar a razão que a diferencie dos demais participantes para torná-la a “principal atração”. Afinal, Ariadna era, até então, uma anônima cabeleireira carioca.

O *lead*<sup>8</sup> da reportagem informa que ela é a “grande aposta” e que “virou notícia antes mesmo do programa estreiar” (‘BBB’ [...], 2011). O professor e teórico do jornalismo Felipe Pena (2005, p. 43) defende que um bom *lead* “[...] exerce uma série de funções no relato”, entre elas apontar a singularidade de uma história, apresentar pessoas de importância para o entendimento dos fatos e provocar no leitor o desejo de ler o restante do texto.

Por essa razão, a escolha por apresentar Ariadna como “grande aposta” no *lead* concede a ela um caráter de singularidade com o objetivo de remeter aos estereótipos comumente associados a pessoas transexuais. Estereótipos são associações que fazemos entre pessoas, situações e coisas - mas é sempre imperioso lembrar que “um padrão de estereótipos não é neutro” (Lippmann, 2008, p. 97). Pena (2005) sustenta que não há como fugir dos estereótipos na atividade jornalística, mas é possível encará-los, tomar consciência sobre eles.

Eles [os estereótipos] vão se manifestar na minha linguagem, no meu posicionamento e na minha abordagem dos assuntos. A consciência dos estereótipos não me livra deles. Essa é uma engrenagem multiplicadora, auto-reprodutiva. Estereótipos produzem estereótipos, em um ciclo interminável (Pena, 2005, p. 94).

Portanto, há uma escolha editorial em não encarar os estereótipos sobre pessoas transexuais e, para além disso, utilizá-los como valor/notícia que autoriza a noticiabilidade da reportagem. Mauro Wolf (1995, p. 170) lembra que, de acordo com a teoria do *news-making*, além da cultura profissional do jornalista, onde inclui-se o uso de estereótipos, há restrições ligadas à organização do trabalho sobre as quais esses profissionais criam convenções. Aprender o que tem valor/notícia ou não é parte constitutiva da profissão.



Os jornalistas não podem, obviamente, decidir sempre ex novo como devem selecionar os fatos que surgiram: isso tornaria o seu trabalho impraticável. A principal exigência é, por conseguinte, rotinizar tal tarefa, de forma a torná-la exequível e gerível. Os valores/notícia servem, exatamente, para este fim (Wolf, 1995, p. 176).

Por outro lado, o jornalista possui um lugar importante como produtor de sentido dos discursos, e as matérias jornalísticas são mecanismos “de observação dos discursos produzidos na sociedade [...] que expressam pontos de vista os mais diversos possíveis, cujas descrições muito nos dizem sobre os valores que abraçamos socialmente” (Moraes; Machado, 2019, p. 11). No ano de 2011, a agenda da comunidade LGBTQIAP+<sup>9</sup> foi marcada pelo reconhecimento da união estável entre pessoas do mesmo sexo pelo Supremo Tribunal Federal (STF) e a realização do primeiro casamento homoafetivo no país.

Em paralelo, a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República realizou a primeira pesquisa sobre os números da homofobia<sup>10</sup> no Brasil. Segundo o relatório, “de janeiro a dezembro de 2011, foram denunciadas 6.809 violações de direitos humanos contra LGBTQIAP+s, envolvendo 1.713 vítimas e 2.275 suspeitos” (Brasil, 2012, p. 17). No entanto, cabe destacar que essas são apenas violações reportadas e podem não corresponder à totalidade de ocorrências, dado o fenômeno da subnotificação. Ainda assim, chama atenção o fato de a discriminação por identidade de gênero aparecer como o segundo subtipo mais reportado, com 14,1% das respostas. Essa discriminação

[...] se relaciona com as construções de gênero com as quais os indivíduos se reconhecem psicológica, individual e socialmente. Aqui são patentes especiais, mas não unicamente, as transfobias, ou seja, discriminações contra travestis, homens transexuais e mulheres transexuais (Brasil, 2012, p. 43).

É nesse contexto que o G1 revela que a participante Ariadna “realizou uma cirurgia para a retirada do órgão sexual masculino”. Essas informações são creditadas ao diretor do programa, Boninho, que publicou os detalhes sobre a identidade de gênero de Ariadna em seu perfil no Twitter. Boninho disse ainda que seria “engraçado alguém pegar a moça que não é”, frase replicada no texto aqui analisado.

O mesmo estudo da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, realizado em 2011, abordou os casos de homofobia que foram noticiados pela mídia brasileira entre 1 de janeiro e 31 de dezembro de 2011. Ao analisar a distribuição das vítimas das violações por identidade de gênero que foram noticiadas, “[...] percebe-se como

a transfobia, profundamente violenta e letal, se faz presente nas páginas de jornais: 50,5% das vítimas são travestis[...]” (Brasil, 2012, p. 55).

Ao mesmo tempo que se refere à Ariadna por pronomes femininos e a inclui na contagem das mulheres participantes, o texto cita o órgão sexual masculino “retirado” e, depois, nega que ela seja uma “moça”, o que configura uma violência transfóbica. Em outra reportagem, de Marcus Vinícius Brasil<sup>11</sup>, na seção “Pop & Arte” do G1, no dia 25 de janeiro de 2011, Ariadna é evocada novamente sem que seja ela o tema da reportagem. O texto tratava do lançamento de uma música da banda Corrosivo Crew, cujo vocalista, Igor Serra, também participou do BBB naquela edição.

Tanto no subtítulo da matéria como nos dois parágrafos finais, encontramos a vigilância binária na obsessão pela ausência do *falo*. A nova música da Corrosivo Crew é uma “homenagem” a Ariadna, informa o repórter, e foi batizada de “Periquita pirata” - eufemismo para o órgão sexual feminino. Marcus Vinicius Brasil finaliza a reportagem dizendo que a música “[...] está em fase de produção, mas já desponta como uma das mais promissoras [...]” da banda (Brasil, 2011). Isso ocorre apenas algumas linhas depois dele informar que a Corrosivo Crew nunca fez um show ou lançou um disco. Aqui notamos que

[...] domina a presença simbólica (mesmo na ausência) do pênis e de sua identidade masculina, que alega o seu reconhecimento enquanto mulher, ao mesmo tempo em que é afirmada no imaginário da ambiguidade (Santos, 2015, p. 4).

Segundo Maingueneau (1997, p. 99), suscitar a ambiguidade é a essência do discurso irônico. Preocupado em avaliar a função da ironia, o linguista lembra que esse “não é um fenômeno sutil”, pois trata-se sempre de um “gesto dirigido a um destinatário” (Maingueneau, 1997. p. 99).

O interesse estratégico da ironia reside no fato de que ela permite ao locutor escapar às normas de coerência que toda argumentação impõe: o autor de uma enunciação irônica produz um enunciado que possui, a um só tempo, dois valores contraditórios, sem, no entanto, ser submetido às sanções que isto deveria acarretar (Maingueneau, 1997, p. 100).

Semelhante ao comentário de Boninho no Twitter que disse ser “engraçado” se um homem se envolvesse com Ariadna sem saber de sua identidade de gênero, um dos “Corrosivos” - como o texto ora se refere - diz ter ficado “tenso” pela possibilidade de Igor envolver-se amorosamente com Ariadna. O texto ainda nomeia o posicionamento do rapaz como uma “brincadeira dos amigos”.

A ironia, ainda valendo-se das contribuições de Maingueneau (1997, p. 100), pode ter um caráter agressivo ou defensivo, bem como de desqualificação e/ou ridicularização. Nos enunciados ora apresentados, percebemos que o objetivo é o de negar à Ariadna o lugar social de uma mulher e manter soberana a noção de binaridade de gênero.

Dois conceitos de Michel Foucault nos parecem adequados para compreender o que está em jogo. Primeiro, o autor propõe que há procedimentos de exclusão no discurso que podem ser internos, em uma espécie de autocensura, ou externos. O objetivo é a criação de uma polícia discursiva que atua como uma “[...] grade complexa que não cessa de se modificar” e que é mais cerrada quando os discursos se referem à sexualidade e à política (Foucault, 2014, p. 9).

Já a noção foucaultiana de biopoder nos ajuda a refletir sobre essas mesmas dinâmicas nas estruturas sociais que autorizam a significação de quem é ou não uma mulher. O biopoder é um conjunto de mecanismos, entre eles a linguagem, que busca uma normatização, “para distinguir o normal e o anormal” (Foucault, 2008, p. 74-75). Inferimos que a vigilância binária sobre Ariadna é exemplo do biopoder em exercício, que se manifesta nos procedimentos de exclusão no discurso dos jornalistas que produziram os referidos textos.

Afinal, ainda que, na matéria em que Ariadna é citada pela primeira vez no G1, o texto informe que, no total, nove mulheres participariam da edição - incluindo Ariadna; o leitor pode se sentir impelido a conferir a quantidade de homens e descobrir que, diferentemente das dez edições anteriores, o número de homens e mulheres não é o mesmo. Ariadna é o elemento extra.

## O SILÊNCIO POLÍTICO

No dia 18 de janeiro de 2011 Ariadna volta a ser pauta, em razão da primeira eliminação do BBB<sup>12</sup>. O subtítulo da reportagem informa: “transexual recebeu 49% dos votos”. Substitui-se o nome da participante por sua identidade de gênero, posicionando essa informação como uma das mais relevantes no texto.

A matéria, não assinada, acerta no uso do pronome feminino para referir-se a Ariadna e, pela primeira vez, inclui uma frase proferida por ela. Em nenhuma das quatro reportagens sobre Ariadna, no *corpus* consultado para este artigo, a cabeleireira foi diretamente entrevistada. A única citação de palavras da própria Ariadna foi a frase que ela disse ao

se despedir do programa em que relata estar orgulhosa de ser a primeira transexual a participar do BBB. Em outras palavras, nas quatro reportagens a identidade de gênero de Ariadna possui valor-notícia, mas ela não é considerada como fonte nem mesmo para falar sobre si própria. Segundo Felipe Pena (2005), o resultado da conversa com uma fonte depende essencialmente das intenções dessa pessoa.

A fonte de qualquer informação nada mais é do que a subjetiva interpretação de um fato. Sua visão sobre determinado acontecimento está mediada pelos 'óculos' de sua cultura, sua linguagem, seus preconceitos. E, dependendo do grau de miopia, a lente de aumento pode ser direcionada para seus próprios interesses (Pena, 2005, p. 57).

É por essa razão que o bom jornalismo busca na pluralidade de fontes o contraditório de uma informação. Quando o G1 escolhe dar voz a um dos “Corrosivos” sem entrevistar Ariadna, realizam o que Eni P. Orlandi (2018, p. 29) chama de política do silêncio ou silenciamento. A autora defende que o silêncio tem “primazia sobre as palavras” e que, ao dizer, estamos necessariamente não dizendo “outros” sentidos (Orlandi, 2018, p. 31).

O silenciamento imposto à Ariadna pelo veículo é uma das principais diferenças no tratamento que o Portal G1 deu a Linn da Quebrada, onze anos depois. Várias reportagens de 2022 citam o gênero da artista, concedendo à sua identidade de travesti o critério de “singularidade de uma história” (Pena, 2005, p. 43), mas não impõem a ela a vigilância binária estigmatizante como ocorreu com Ariadna em todas as ocorrências analisadas. Ou seja, ser travesti ainda é tratado pelo G1 como algo singular, mas não é a única coisa que faz com que Linn seja noticiada.

No ano de 2022, o país chegava ao fim do mandato presidencial de quatro anos do então presidente Jair Bolsonaro, que utilizou de seu lugar de presidente para promover uma âncora ideológica reacionária, palavra que, para a historiadora Heloisa Murgel Starling (2022, p. 76-77), explica o tipo de

[...] movimento político interessado em capturar o sentimento de que, daquele ponto em diante, só existe chance de conserto para os 'estragos' que se desenrolaram na sociedade brasileira caso ocorra uma investida drástica de volta ao passado.

A volta ao passado nos discursos de Bolsonaro e de seus seguidores inclui posicionamentos como a volta do regime militar e, segundo a autora, tem o “[...] propósito de executar uma ação destrutiva, violenta e robusta [...]” contra a linguagem dos direitos humanos (Starling, 2022, p. 78-80). A comunidade LGBTQIAP+ foi um dos grupos sociais

vitimados, como no episódio de 13 de julho de 2022, quando o ex-presidente defendeu que “o Joãozinho seja Joãozinho a vida toda [...] [e] que a Mariazinha seja Maria a vida toda” (Bergamo, 2022)<sup>13</sup>.

O discurso também se manifesta na prática. Segundo Bruna Benevides (2022, p. 31), pesquisadora responsável pelo *Dossiê: assassinatos e violências contra travestis e transexuais brasileiras*, os dados demonstram que

[...] o Brasil seguiu sem qualquer ação do estado para enfrentar a violência transfóbica; permaneceu como o que mais assassina pessoas trans do mundo pelo 13º ano consecutivo (TGEU/2021) [e] está acima da média geral considerando os números totais ano a ano [...].

É nesse contexto que a cantora, atriz e apresentadora Linn da Quebrada é convidada pelo *Big Brother Brasil* para participar da edição de 2022 integrando o grupo camarote, que desde 2020 reúne metade dos participantes com alguma visibilidade pública, como artistas, influenciadores e atletas.

A participação de Linn na edição de 2022 foi citada pela primeira vez em reportagem no dia 14 de janeiro, assinada pela redação do G1<sup>14</sup>. Assim como todos os demais participantes, Linn foi apresentada com uma foto promocional, uma minibiografia e uma citação. O texto descreve Linn como uma cantora paulista, cuja primeira música de sucesso foi “Enviadescer”. O nome denota a aproximação da participante com a comunidade LGBTQIAP+, mas não faz da identidade de gênero ou orientação sexual o foco da narrativa sobre ela<sup>15</sup>.

Ao contrário, a reportagem ainda informa sobre as suas experiências como atriz e apresentadora. A identidade de Linn como travesti é apresentada apenas nas aspas da própria artista,

[...] canto na intenção de ouvir aquilo que não ouvia antes. E eu sou uma exceção. A grande maioria das travestis não tem a possibilidade de trabalhar, de atuar, de ter dignidade na sociedade (‘BBB22’, 2022a).

É ela, Linn da Quebrada, quem apresenta ao público a sua identidade de gênero. Uma das razões para o tratamento diferente no discurso sobre Ariadna pode ser a visibilidade que Linn já possuía na sociedade antes mesmo de participar do programa. Após o anúncio sobre a participação de Linn, a reação do público foi imediata e ela alcançou os *trending topics*, assuntos de maior destaque no Twitter<sup>16</sup>.

Por conta do apelo na opinião pública, uma segunda reportagem<sup>17</sup> foi publicada no mesmo dia. Dessa vez, o G1 fez um perfil exclusivo sobre a artista, destacando na manchete que Linn “é referência na comunidade LGBTQIA+”, além de ser cantora, atriz e apresentadora. Um currículo digno de nota, cheio de “ocupação”. Enquanto Ariadna era a “principal atração” do BBB 11 apenas por ser transexual, Linn é “referência”. As aspas selecionadas na reportagem revelam que ela utiliza a sua música “para ser ouvida” (Linn [...], 2022a).

Em outra reportagem, do dia 21 de janeiro de 2022, a carreira de Linn volta a ser notícia em matéria que apresenta os participantes cantores da edição. O texto foi assinado pelos jornalistas Rodrigo Ortega e Gabriela Sarmiento<sup>18</sup>, na seção “Pop & Arte” do G1. Os autores não economizaram elogios a Linn, “grande ativista”, “direta nas letras e nos discursos” e que produz “[...] música eletrônica de vanguarda, para brilhar em qualquer festival do mundo” (Ortega; Sarmiento, 2022a).

No dia seguinte, 22 de janeiro de 2022, Ortega e Sarmiento<sup>19</sup> publicam nova matéria que trata exclusivamente sobre a carreira de Linn e que conta com quatro citações da cantora, todas sobre a sua carreira e o caráter político de seu trabalho.

- (1) Eu utilizo a minha música como ferramenta de diálogo. Foi assim que a música surgiu pra mim, da necessidade. Surge como uma necessidade e uma possibilidade de conseguir falar com as pessoas as coisas que eu estava pensando, que eu tenho pensado.
- (2) Uso minha música como arma apontada não para o outro, mas para minha própria cabeça, matando em mim aquilo que me mantém estagnada. É importante que cada um de nós aponte as armas para as próprias cabeças e matem em si o macho branco colonizador que nos mantém aprisionadas [...].
- (3) Acho que eu não dou espaço para que tenha outras leituras da minha música. Eu digo aquilo exatamente o que eu quero dizer, eu produzo exatamente o que eu quero produzir. Produzo novos pensamentos, novos comportamentos, utopias que nos movimentem e que não nos mantenham estagnadas no mesmo lugar.
- (4) Minhas músicas servem como feitiço que se viram contra a própria feiticeira. Eu sou a médica e a monstra, a criatura e a criadora de mim mesma e fruto das minhas canções. Eu uso a minha música para me manter em constante transformação,

para pensar diferentemente de como eu já pensava (Linn, 2022 *apud* Ortega; Sarmento, 2022b).

Tanto a manchete como o subtítulo e *lead* não citam a identidade de gênero da participante - que só será mencionada no sexto parágrafo. Ela é reconhecida como profissional e em nenhuma das reportagens analisadas o nome dela é substituído por sua identidade de gênero. Ela não é “a travesti”, ela é “a artista” ou “a ativista”. Por outro lado, o nome de Ariadna foi substituído pela palavra “transexual” ao menos uma vez em todas as reportagens analisadas de 2011.

Cabe destacar que, por mais que Linn tenha sido noticiada pela sua notoriedade enquanto figura pública do meio artístico em 2011, ainda prevalece na imprensa um tipo de silenciamento das experiências transexuais, constantemente reduzidas a páginas policiais. É comum observarmos uma associação entre travestis e atividades ilícitas para justificar a violência e/ou os assassinatos dos quais são vítimas. Benevides e Nogueira (2020, p. 102) apontam o uso de drogas, disputa de território, tentativa de extorsão e roubo como associações que ajudaram a construir no “imagético brasileiro uma ideia pré-estabelecida do que é ser uma pessoa trans/travesti”. Há décadas essas associações se reproduzem na imprensa, sendo muitas vezes o principal meio pelo qual “muitas pessoas não-trans tiveram contato/conhecimento sobre pessoas trans/travestis pela primeira vez” (Benevides; Nogueira, 2020, p. 102).

Como vemos nas matérias que citam Ariadna usando a palavra “transexual” como sinônimo, o que ocorre é uma limitação da experiência do indivíduo ao gênero. A prática contribui para o que estamos chamando de vigilância binária, onde paradoxalmente o “diferente” ganha destaque e isso aumenta o silenciamento de sua experiência enquanto mulher transexual.

## PEDAGOGIA TRANSEXUAL

A segunda FD que nos dedicamos a analisar trata do que chamaremos de “pedagogia transexual”. Ela foi encontrada em uma matéria que cita Ariadna Arantes e em quatro matérias que fazem referência a Linn da Quebrada. Outras quatro ocorrências sobre Linn foram descartadas do *corpus* por serem regionalizadas no G1 Roraima, Rio de Janeiro, Piauí e São Paulo.

A primeira reportagem que pertence à FD pedagogia transexual que cita Linn da Quebrada é de 21 de janeiro de 2022<sup>20</sup>, seguida por outra complementar de 24 de janeiro<sup>21</sup>. Ambas

foram assinadas pela jornalista Marília Neves e estão na seção “Pop & Arte” do G1 Nacional. A primeira manchete informa que chegada “[...] de Linn da quebrada no ‘BBB 22’ gera papos sobre gênero”. No subtítulo, ficamos sabendo que Linn reivindicou o uso do pronome “ela” e afirmou que não quer que a vejam “apenas como mulher, mas como travesti” (Neves, 2022a).

As falas ocorreram depois que a cantora foi chamada de ‘traveco’ pelo participante Rodrigo Mussi, além de ‘amigo’ por outra participante, Eslovênia Marques. Os dois textos também remetem à FD “vigilância binária”, já que demonstram a necessidade de Linn reforçar constantemente sobre sua identidade travesti, colocando-a como um “*Outro do Outro do Outro*” (Nascimento, 2021, p. 49) permanente.

Como vimos nos dados do *Dossiê: assassinatos e violências contra travestis e transexuais brasileiras em 2021* (Benevides, 2022), há uma prevalência de pessoas identificadas como travestis em casos diretamente relacionados a marcadores de violência, o que contribui para o processo de marginalização da imagem da travesti. A conotação depreciativa sobre elas ganhou força na virada da década de 1970 para 1980. Elis F. Veras (2019, p. 99) indica que é nesse contexto que surge um novo sujeito (auto)denominado travesti, que “[...] invadiu as ruas e os meios de comunicação, transformando-se em personagem público-midiatizada”. A identidade travesti deixou então de ‘estar’ para ‘ser’ (Veras, 2019, p. 151). É possível notar essa reivindicação de ‘ser’ no que foi dito por Linn e replicado no G1:

Eu quero que me vejam como travesti, não quero que me vejam só como mulher.... É importante. Tudo é importante. Faz dez anos que não se apresenta um corpo trans aqui nesse reality. E quando se apresentou, saiu na primeira semana (Neves, 2022a, 2022b).

Na defesa de seu ‘ser’, Linn relembrou a participação de Ariadna Arantes no BBB de 2011, que, como vimos, não teve o mesmo espaço para abordar sua identidade transexual. Inferimos que Linn e Ariadna estão em posições diferentes no “sistema de lugares” da instância enunciativa (Maingueneau, 1997, p. 32-33). Essa instância possui duas facetas:

por um lado, ela constitui o sujeito em sujeito de seu discurso, por outro, ela o assujeita. Se ela submete o enunciatador a suas regras, ela igualmente o legitima, atribuindo-lhe a autoridade vinculada institucionalmente a este lugar (Maingueneau, 1997, p. 33).



Figura 1: Linn e a tatuagem “Ela”



Fonte: G1 (Neves, 2022b).

O lugar de Linn na topografia social é diferente do lugar de Ariadna, mas ambas são assujeitadas pelas regras de legitimidade e autoridade. A imagem selecionada para ilustrar a reportagem de Marília Neves mostra uma Linn que reivindica sua identidade como travesti através da tatuagem “Ela” no rosto (Figura 1).

O subtítulo da reportagem de Marília Neves, de 21 de janeiro, diz que o participante Rodrigo procurou Linn para “ajudá-lo” depois dele usar o termo “traveco”. Mais à frente, é reforçada a ideia de que ele precisava de “ajuda no aprendizado”. O texto também utiliza trechos de entrevista com Guilherme Gobato, especialista em Diversidade e Inclusão, que defende uma “educação para diversidade”, que ele considera “revolucionária”, podendo “[...] impulsionar respeito, acolhimento, crescimento e dignidade a todas as pessoas da sociedade” (Gobato, *apud* Neves, 2022a).

Trechos dessa mesma entrevista com Guilherme Gobato foram republicados no dia 24 de janeiro que, como fato novo, informam que a participante Eslovênia errou novamente o pronome de Linn da Quebrada e a chamou de “amigo”. Dessa vez, Linn respondeu: “amiga, não dá mais pra ficar errando” (Neves, 2022b). Notamos que a cantora estabelece um limite para o *continuum* da pedagogia transexual através do elemento discursivo da negação, “*não dá mais*” (Maingueneau, 1997, p. 80).

Cabe questionar se a pedagogia transexual alcança os objetivos descritos por Letícia Nascimento (2021) como próprios ao transfeminismo, na medida em que o discurso construído pela jornalista Marília Neves reitera o processo de aprendizagem como passivo, uma “ajuda” aos demais participantes, ao invés de uma ação que deveria partir das pessoas cisgênero. Nascimento (2021, p. 63) lembra que é imperativo “matar em nós o

opressor”, mas isso parte de uma escolha individual e ativa de combater a hierarquia das diferenças.

Já na única reportagem inserida na FD “pedagogia transexual” que cita Ariadna Arantes, de 22 de janeiro de 2011, o repórter Iberê Thenório<sup>22</sup> colecionou equívocos ao abordar o tema da cirurgia de redesignação sexual. A seleção da editoria sobre Ciência e Saúde já insere o tema em uma perspectiva de patologização dos corpos trans. No subtítulo, o autor diz que a “justiça demora para reconhecer o novo sexo”. Como se a identidade de gênero fosse uma roupa comprada no *shopping*, nova e etiquetada.

Thenório (2011) nomeia a cirurgia “para trocar de sexo” em busca de uma “nova identidade”. Mas, como vimos, a identidade de gênero não trata de ‘estar’, mas de ‘ser’ (Veras, 2019, p. 151). O jornalista aborda os direitos garantidos a pessoas transexuais, como o fato de a cirurgia ser oferecida gratuitamente pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Isso caracteriza-o como interno ao gênero jornalístico utilitário e à FD “pedagogia transexual”.

Porém, as estratégias discursivas da vigilância binária seguem presentes em escolhas propositais como equívocos nos pronomes, uso do termo “condição sexual” ao invés de identidade de gênero e afirmação de que Ariadna teria “mantido segredo” sobre ser transexual.

Nesse sentido, notamos nessa FD duas facetas. Ainda que o objetivo das reportagens seja próprio ao jornalismo utilitário, ou seja, ampliar “o exercício da cidadania” (Santana; Temer, 2015, p. 212) através da informação noticiada, ora esse propósito é carregado de estereótipos, preconceitos ou informações insuficientes; ora cumpre seu objetivo com o uso de conceitos didáticos que buscam provocar no(a) leitor(a) a vontade de combater a hierarquia das diferenças. Notamos essa segunda faceta em apenas dois textos do *corpus* e, em ambos, a participante Linn da Quebrada é quem suscita o valor/notícia.

## CONCEITOS DIDÁTICOS

É digna de nota a reportagem assinada por Luciana de Oliveira<sup>23</sup>, na seção de Política do G1, de 28 de janeiro de 2022. Linn da Quebrada é citada aqui apenas como gancho para a jornalista abordar um tema muito mais sensível, a naturalização das violências contra travestis e transexuais na sociedade brasileira.

Sem recorrer à “vigilância binária”, a “pedagogia transexual” de Oliveira (2022a) vai além dos estereótipos para discutir a estrutura das diferenças baseadas no gênero. Outra reportagem que aborda de forma didática conceitos sobre transexualidades é assinada por Matheus Rodrigues, no dia 27 de janeiro de 2022. O repórter exemplifica o que é cisgeneridade e transexualidade, utiliza o termo “adaptação de gênero” para referir-se a cirurgia de redesignação sexual, além de fazer uma escolha plural de fontes<sup>24</sup>.

Ao contrário dos textos de Marília Neves, os reincidentes erros dos participantes do BBB são problematizados por Rodrigues. Utilizando citação do psicólogo Pedro Bicalho, há uma crítica ao aprendizado passivo.

É complicado a gente pensar que isso é um erro. É a construção subjetiva das pessoas de não reconhecerem a identidade do outro como sendo legítima, em especial quando estamos falando da identidade trans. Ninguém erra a identidade de uma pessoa cisgênero, esse erro só tem um lado, o lado das pessoas com identidade trans (Bicalho *apud* Rodrigues, 2022).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar as matérias publicadas no G1, em 2011, sobre a participante Ariadna Arantes, e, em 2021, sobre a participante Linn da Quebrada, reconhecemos duas FDs: a “vigilância binária” que trata as identidades transexuais como “estrangeiras do gênero” (Nascimento, 2021, p. 43), estereotipando ou dando a elas um valor/notícia associado à uma suposta singularidade; e a “pedagogia transexual”, quando a identidade de gênero das participantes é utilizada como gancho para reportagens que têm por objetivo informar e ampliar o exercício da cidadania dos(as) leitores(as). Porém, na segunda FD notamos duas facetas, uma em que esse objetivo é cumprido e outra em que as informações são insuficientes, carregadas de estereótipos e/ou preconceitos.

Concluimos que a diferença na posição de cada uma das participantes na topografia social que organiza a cena enunciativa interfere nas escolhas empregadas pelos(as) jornalistas na estruturação das matérias. Enquanto Ariadna foi retratada em 2011 apenas por sua “outridade”, Linn da Quebrada recebeu atenção por suas potencialidades enquanto artista e ativista. A identidade de Linn surge como fator secundário ou só aparece de forma autointitulada pela participante.

Essa diferença de discursividade parte de uma mudança social pelo reconhecimento das identidades trans. O discurso jornalístico do G1 busca esse caminho ao apresentar Linn da

Quebrada sem reforçar estereótipos. Porém, ainda reproduz a ideia da transexualidade como singular ou diferente.

Ainda é relevante, portanto, exigir que jornalistas se conscientizem sobre sua importância para o reconhecimento da cidadania de pessoas trans para quem sabe, em um futuro próximo, a naturalização da violência contra transexuais e travestis deixe de ser um traço que posiciona o Brasil como o país que mais mata pessoas LGBTQIAP+ (TGEU, 2021 *apud* Benevides, 2022).

## REFERÊNCIAS

ARIADNA é a primeira eliminada do 'BBB 11'. **G1**, [Rio de Janeiro], 18 jan. 2011. Disponível em: <http://glo.bo/402HIBz>. Acesso em: 18 dez. 2022.

'BBB' chega à 11ª edição com transexual como principal atração. **G1**, [Rio de Janeiro], 11 jan. 2011. Disponível em: <http://glo.bo/3Jlivfy>. Acesso em: 18 dez. 2022.

'BBB22': Participantes são divulgados; veja lista completa. **G1**, [Rio de Janeiro], 14 jan. 2022a. Disponível em: <http://glo.bo/3WKxylW>. Acesso em: 18 dez. 2022.

'BBB22': Jade Picon, Linn da Quebrada e Arthur Aguiar entram no reality após se curarem da Covid-19. **G1**, [Rio de Janeiro], 20 jan. 2022b. Disponível em: <http://glo.bo/3kQhS3k>. Acesso em: 18 dez. 2022.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo: fatos e mitos**. 4. ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970.

BENEVIDES, Bruna (coord.). **Dossiê assassinatos e violências contra travestis e transexuais brasileiras em 2021**. Brasília, DF: Distrito Drag, ANTRA, 2022. Disponível em: <http://bit.ly/3DmO9pn>. Acesso em: 19 dez. 2022.

BERGAMO, Mônica. Bolsonaro é alvo de queixa-crime no STF por transfobia após fala sobre 'Joãozinho'. **Folha de S. Paulo**, [São Paulo], 14 jul. 2022. Disponível em: <http://bit.ly/3WRoDj2>. Acesso em: 19 dez. 2022

BRASIL, Marcus Vinícius. Colegas de banda do rapper Igor, do 'BBB', já torcem pelo sucesso na TV. **G1**, [Rio de Janeiro], 25 jan. 2011. Disponível em: <http://glo.bo/40btCO4>. Acesso em: 18 dez. 2022.

BRASIL. Secretaria de Direitos Humanos. **Relatório sobre violência homofóbica no Brasil: ano de 2011**. Organização de Priscila Pinto Calaf, Gustavo Carvalho Bernardes e Gabriel dos

Santos Rocha. Brasília, DF: Secretaria de Direitos Humanos, 2012. Disponível em: <http://bit.ly/3kNgleu>. Acesso em: 19 dez. 2022.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão de identidade**. 21. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2021.

CONHEÇA a história do Big Brother Brasil. **Jornal DCI**, [São Paulo], 3 jan. 2022. Disponível em: <http://bit.ly/3jboRng>. Acesso em: 19 de dez. 2022.

COVID-19: Brasil tem maior média de casos desde julho; mortes seguem com tendência de alta. **G1**, [São Paulo], 18 dez. 2022. Disponível em: <http://glo.bo/3HBoCuV>. Acesso em: 19 dez. 2022.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2020.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. 11. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2021.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. 24. ed. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2014.

FOUCAULT, Michel. **Segurança, território, população**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos IV: Estratégia, Poder-Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. **Journal of Peace Research**, [Oslo], v. 2, n. 1, p. 64-90, 1965.

GARCIA, Tyrza Myga. A análise do discurso francesa: uma introdução nada irônica. **Working Papers em Linguística**, São Carlos, v. 7, n. 1, p. 121-140, 2003. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/workingpapers/article/view/6171/5726>. Acesso em: 20 dez. 2022.

GRUPO Globo bate recorde de acessos no digital e passa de 100 milhões de usuários únicos. **G1**, [São Paulo], 26 nov. 2018. Disponível em: <http://glo.bo/3XXUwqS>. Acesso em: 18 dez. 2022.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. News Values and Selectivity. In: WAHL-JORGENSEN, Karin; HANITZSCH, Thomas (org.). **The handbook of journalism studies**. 2. ed. New York: Routledge, 2020. p. 161-175. Disponível em: <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2023.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. What is News? News values revisited (again). *Journalism Studies*, [s. l.], v. 18, n. 12, p. 1470-1488, 2016. Disponível em: <https://eprints.whiterose.ac.uk/95423/>. Acesso em: 19 ago. 2023.

JUNIOR, André. BBB23 bate recorde, ganha R\$ 1 bilhão em patrocínio e segue negociando. *Metrópoles*, [Brasília, DF], 23 nov. 2022. Disponível em: <http://bit.ly/3WKjAR2>. Acesso em: 18 dez. 2022.

KILOMBA, Grada. *Memórias da Plantação: episódios de racismo cotidiano*. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LINN da Quebrada no 'BBB22': Cantora, atriz e apresentadora é referência na comunidade LGBTQIA+. *G1*, [São Paulo], 14 jan. 2022a. Disponível em: <http://glo.bo/3He0Dk7>. Acesso em: 18 dez. 2022.

LINN da Quebrada no BBB22: qual a diferença entre trans e travesti? *VEJA São Paulo*, São Paulo, 20 jan. 2022b. Disponível em: <http://bit.ly/3wCAnuM>. Acesso em: 18 dez. 2022.

LIPPMANN, Walter. *Opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. 2. ed. São Paulo, SP: Cortez, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. 3. ed. Campinas: Pontes, 1997.

NASCIMENTO, Letícia Carolina Pereira do. *Transfeminismo*. São Paulo: Jandaíra, 2021.

NEVES, Marília. Entrada de Linn da Quebrada no 'BBB22' gera papos sobre gênero com Eslovênia, Naiara e Rodrigo. *G1*, [São Paulo], 21 jan. 2022a. Disponível em: <http://glo.bo/3wyCJLt>. Acesso em: 18 dez. 2022.

NEVES, Marília. No 'BBB22', Linn da Quebrada explica tatuagem 'Ela' e diz: 'Quero ser tratada nos pronomes femininos'. *G1*, [São Paulo], 24 jan. 2022b. Disponível em: <http://glo.bo/3ReiQTK>. Acesso em: 18 dez. 2022.

OLIVEIRA, Luciana de. Pessoas trans vivem sob 'tolerância frágil', diz pesquisadora que contabilizou 140 mortes em 2021. *G1*, [São Paulo], 28 jan. 2022a. Disponível em: <http://glo.bo/3wyDSCL>. Acesso em: 18 dez. 2022.

OLIVEIRA, Vinícius de. Não é só pelo R\$ 1,5 milhão: com o que mais os participantes lucram? *UOL*, São Paulo, 3 fev. 2022b. Disponível em: <http://bit.ly/3WKUj9F>. Acesso em: 19 dez. 2022.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio**: No movimento dos sentidos. 6. ed. Campinas: Editora Unicamp, 2018.

ORTEGA, Rodrigo; SARMENTO, Gabriela. 'BBB' musical: como é o som de Linn da Quebrada, Naiara Azevedo, Maria, Arthur Aguiar e Tiago Abravanel. **G1**, [São Paulo], 21 jan. 2022a. Disponível em: <http://glo.bo/3JgfnSi>. Acesso em: 18 dez. de 2022.

ORTEGA, Rodrigo; SARMENTO, Gabriela. Maior hit de Linn da Quebrada veio de álbum lançado em promessa para Prior sair do 'BBB20'. **G1**, [São Paulo], 22 jan. 2022b. Disponível em: <http://glo.bo/3DIHrKD>. Acesso em: 18 dez. 2022.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

PETROVICH, Gustavo Henrique B. Big Brother Brasil: O Espaço das Disputas Simbólicas. *In*: SEMANA DE HUMANIDADES [DA UFRN], 16., 2008, Natal. **Anais [...]**. [Natal]: UFRN, 2008. GT 18 - Práticas Discursivas na Contemporaneidade. Disponível em: <https://bit.ly/3RdwE0>. Acesso em: 29 jan. 2023.

RODRIGUES, Matheus. Entenda a diferença entre travesti e mulher trans; tema ganha destaque com Linn da Quebrada no BBB 22. **G1**, [São Paulo], 2022. Disponível em: <http://glo.bo/3RcyBdq>. Acesso em: 18 dez. de 2022.

SANTANA, Mayara Jordana Sousa; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. Jornalismo de serviço: um aporte teórico em construção. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 18, n. 1, p. 208-225, 2015. Disponível em: <http://bit.ly/3HcyxG8>. Acesso em: 20 dez. 2022.

SANTOS, Joseylson Fagner dos. Travestimentos e transexualidades no entretenimento televisivo. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2532-1.pdf>. Acesso em: 18 dez. 2022.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. *In*: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). **Pensamento Feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 49-82.

STARLING, Heloisa Murgel. Brasil, país do passado. *In*: STARLING, Heloisa Murgel; LAGO, Miguel; BIGNOTTO, Newton. **Linguagem da destruição**: a democracia brasileira em crise. São Paulo: Companhia das Letras, 2022. p. 70-119.

THENÓRIO, Iberê. Com cirurgia liberada, transexuais têm batalha para trocar 'nome oficial'. G1, [São Paulo], 22 jan. 2011. Disponível em: <http://glo.bo/407fBkD>. Acesso em: 18 dez. 2022.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: volume II: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa e transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

VERAS, Elias Ferreira. **Travestis: carne, tinta e papel**. 2. ed. Curitiba: Appris, 2019.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.

## NOTAS

1. Gil do Vigor revelou que em um ano conquistou dez vezes o valor do prêmio apenas com contratos publicitários. Ver em: <http://bit.ly/3WKUj9F>.
2. Joan Scott (2020, p. 67) define gênero como “[...] elemento constitutivo das relações sociais baseadas nas diferenças entre os sexos” e “[...] forma primária de dar significado às relações de poder”.
3. Para Linn da Quebrada, a palavra travesti carrega uma força simbólica e permite que elas sejam as donas das suas próprias histórias e vivências (Linn [...], 2022b).
4. No original, “Yet, despite offering only an incomplete explanation of the processes at work in news journalism, the study of news values is regarded as an important area of exploration within journalism studies scholarship because it is a way of making more transparent a set of practices and judgements which are otherwise shrouded in opacity [...]”.
5. “Stories with particularly positive overtones, such as rescues and cures”.
6. *Grupo Globo bate recorde de acessos no digital e passa de 100 milhões de usuários únicos*. G1, 26 nov. 2018. Disponível em: <http://glo.bo/3XXUwqS>. Acesso em: 18 dez. 2022.
7. Ver em: <http://glo.bo/3Jlivfy>.
8. O *lead* é uma invenção da imprensa norte-americana que começou a ser utilizada no Brasil na década de 1950. Trata-se de “um relato sintético do acontecimento logo no começo do texto, respondendo às perguntas básicas do leitor: o quê, quem, como, onde, quando e por quê” (Pena, 2005, p. 42).
9. A sigla LGBTQIAP+ faz referência a Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais/Transgêneros/Travestis, Queer, Intersexuais, Assexuais e Pansexuais.
10. Como esclarece o estudo, “[...] entende-se homofobia como preconceito ou discriminação (e demais violências daí decorrentes) contra pessoas em função de sua orientação sexual e/ou identidade de gênero presumidas” (Brasil, 2012, p. 12).
11. Ver em: <http://glo.bo/40btCO4>.
12. Ver em: <http://glo.bo/402HIBz>.
13. O episódio rendeu a Bolsonaro uma queixa-crime por transfobia.
14. Ver em: <http://glo.bo/3WKxylW>.
15. A reportagem sobre este tema não integra o corpus por não citar a identidade de gênero de Linn. Disponível em: <http://glo.bo/3kQhS3k>. Acesso em: 19 dez. 2022.
16. TWITTER, @linndaquebrada, 2022. Disponível em: <http://bit.ly/3wFBRo0>. Acesso em: 19 dez. 2022.
17. Ver em: <http://glo.bo/3He0Dk7>.
18. Ver em: <http://glo.bo/3JgfnSi>.



19. Ver em: <http://glo.bo/3DIHrKD>.
20. Ver em: <http://glo.bo/3wyCJLt>.
21. Ver em: <http://glo.bo/3ReiQTK>.
22. Ver em: <http://glo.bo/407fBkD>.
23. Ver em: <http://glo.bo/3wyDSCL>.
24. Rodrigues entrevistou a historiadora e comunicadora Giovanna Heliodoro, o professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e psicólogo Pedro Bicalho e a influenciadora digital Alina Durso. Disponível em: <http://glo.bo/3RcyBdq>. Acesso em: 18 dez. 2022.

Recebido em: 12/03/2023

Aceito em: 05/10/2023

## QUEM SE LEMBRA DE JOÃO ALBERTO: EFEITOS DE AGENDAMENTO DA TV SOBRE UM CASO DE RACISMO

### WHO REMEMBERS JOAO ALBERTO: TV AGENDA SETTING EFFECTS ON A CASE OF RACISM

Wladimir Gramacho<sup>1</sup>

Carlos Oliveira<sup>2</sup>

#### RESUMO:

Este artigo analisa efeitos de agendamento do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record* no caso do assassinato de João Alberto, em 2020, numa loja do Carrefour em Porto Alegre (RS). Classificamos e descrevemos o conteúdo de ambos os telejornais nos 14 dias subsequentes à morte de João Alberto e analisamos as respostas de 2.017 indivíduos entrevistados em um *survey on-line*, aplicado em dezembro de 2020. Nossos achados mostram que os dois telejornais deram destaques muito distintos ao caso, e a audiência de ambos reagiu em conformidade com essa discrepância. Nossa análise estatística mostra que a lembrança do caso João Alberto está associada à exposição mais frequente ao JN, e não ao JR. Com isso, enfatizamos a importância de ações de agendamento midiático do racismo no país como forma de enfrentá-lo nas esferas social e política.

**PALAVRAS-CHAVE:** Agendamento midiático; racismo;. *Jornal Nacional*; *Jornal da Record*.

#### ABSTRACT:

This article analyzes agenda setting effects of *Jornal Nacional* and *Jornal da Record* in the case of the murder of João Alberto, in 2020, in a Carrefour store in Porto Alegre (RS). We classified and described the content of both newscasts in the 14 days following João Alberto's death and analyzed the responses of 2017 individuals interviewed in an on-line survey, applied in December 2020. Our findings show that the two newscasts gave very different highlights to the case and the audience of both newscasts reacted accordingly.

1 Coordenador do Centro de Pesquisa em Comunicação Política e Saúde Pública da Universidade de Brasília (CPS/UnB) e professor adjunto na Faculdade de Comunicação da mesma instituição. E-mail: wggramacho@unb.br.

2 Doutor em ciência política, pesquisador dos distúrbios de informação e âncora da Rádio e TV Câmara, da Câmara dos Deputados. E-mail: caroliveira.work@gmail.com.

Our statistical analysis shows that remembering the João Alberto case is associated with more frequent exposure to JN rather than to JR. We emphasize the importance of actions to promote the agenda setting of racism in the media as a way of confronting it in the social and political spheres.

**KEYWORDS:** Agenda setting; racism; Jornal Nacional; Jornal da Record

## INTRODUÇÃO

O Brasil convive com estruturas sociais, econômicas e institucionais racistas há cinco séculos, quando os portugueses começaram a trazer negros escravizados da África para trabalharem nas capitânicas hereditárias. Mas, provavelmente, a face mais cruel e atual do racismo brasileiro está expressa nos dados do *Atlas da violência 2021*, os quais revelam que, em 2019, pretos e pardos representaram 77% das vítimas de homicídios no país. A taxa geral de assassinatos por 100 mil habitantes no Brasil, de 29,2, contém uma enorme discrepância racial. Quando a população negra é comparada às demais - amarelos, brancos e indígenas -, a chance de um negro ser morto é 2,6 vezes maior que de uma pessoa não-negra - cuja taxa é de 11,2 para cada 100 mil assassinatos. Isso implica, para os negros - que inclui pessoas pretas e pardas -, uma vulnerabilidade à violência letal 162% maior (Cerqueira; Ferreira; Bueno, 2021).

Em 19 de novembro de 2020, véspera do Dia da Consciência Negra, uma das mortes nesse contexto foi a do mecânico João Alberto Silveira Freitas, espancado e asfixiado por dois seguranças brancos numa loja do Carrefour, em Porto Alegre (RS). Conforme reportagem do Portal G1<sup>1</sup>, o inquérito conduzido pela Polícia Civil associou as circunstâncias do assassinato de João Alberto ao “racismo estrutural” no país. Sua morte foi amplamente divulgada pela mídia, que naquele ano já havia dado destaque ao caso de George Floyd, assassinado nos Estados Unidos em condições semelhantes, no dia 25 de maio.

João Alberto tinha 40 anos, era casado com Milena Borges Alves, e deixou quatro filhos de relações anteriores. Aposentado por invalidez após um acidente de trabalho no Aeroporto Salgado Filho em 2002 (Gularte, 2020; Vasconcellos, 2020), João Alberto trabalhava em bicos como pintor e pedreiro, e era praticante de umbanda (Saiba [...], 2020). Os dois seguranças que aparecem nas filmagens agredindo João Alberto, Giovani Gaspar da Silva e Magno Braz Borges, foram presos em flagrante e responderam por homicídio triplamente qualificado (Homem [...], 2020; Souza, 2020). Em maio de 2023, aguardavam a data do julgamento popular (Braun, 2023).

A eliminação de instituições e comportamentos racistas no Brasil - assim como em outros países cuja história foi marcada pela escravidão - depende de mudanças regulatórias (Bradley, 2019; Douwe, 2000; Soutphommasane, 2015), da aplicação rigorosa de punições contra autores de crimes racistas (Fullin; Telles, 1999; Machado; Santos; Ferreira, 2015) e de políticas afirmativas que promovam a igualdade racial (Diène, 2005; Tomei, 2005). O contexto informacional (Pope; Price; Wolfers, 2018) também tem um papel importante, ao dar saliência ao racismo no país, seja destacando episódios trágicos, como o de João Alberto, seja tratando dos problemas sistêmicos que resultam em diferentes tratamentos aos indivíduos em razão de sua raça (Cardoso Filho; Almeida; Campos, 2021).

Neste artigo, queremos responder a duas perguntas. Em primeiro lugar, queremos saber que destaque dedicaram ao assassinato de João Alberto os dois principais telejornais do país no meio com maior audiência na população brasileira - o *Jornal Nacional* e o *Jornal da Record*. Além disso, pretendemos investigar se a ênfase dada por ambos os programas ao caso produziu efeitos de agendamento sobre a opinião pública. Para responder a essas questões, classificamos e descrevemos o conteúdo de ambos os telejornais nos 14 dias subsequentes à morte de João Alberto e analisamos as respostas de 2.017 indivíduos entrevistados em um *survey on-line*, aplicado em dezembro de 2020.

Nossos achados mostram que os dois telejornais deram destaques muito distintos ao caso. Entre os dias 20 de novembro e 3 de dezembro de 2020, o JN exibiu reportagens que ocuparam 9,35% de sua programação, ou 58'24". No mesmo período, o JR dedicou apenas 1,92% de seu conteúdo ao caso, ou 12'27". A audiência de ambos os telejornais parece ter reagido em conformidade com essa discrepância. Modelos de regressão logística que buscam estimar fatores associados à "lembrança espontânea" do caso João Alberto mostram que um deles era a exposição frequente ao JN, e não ao JR.

O estudo está organizado em cinco seções adicionais. A primeira apresenta uma revisão sucinta da literatura recente sobre agendamento midiático. A segunda descreve a análise do conteúdo dos dois telejornais, que indica o destaque relativo dado ao assassinato de João Alberto em relação aos outros temas presentes na pauta do JN e do JR naquele período. A terceira seção descreve os dados do *survey on-line* e as variáveis a serem utilizadas na análise inferencial. A quarta seção apresenta os resultados de modelos de regressão logística que estimam a probabilidade de que cada entrevistado citasse o assassinato de João Alberto como uma das duas notícias da qual se lembrou

espontaneamente ao responder ao *survey*. Finalmente, a quinta seção discute os resultados encontrados, resume as conclusões do estudo e indica tópicos que podem orientar pesquisas futuras sobre o tema.

## A TEORIA DO AGENDAMENTO

Desde o clássico trabalho de Maxwell McCombs e Donald Shaw, no início dos anos 1970 (McCombs; Shaw, 1972), inúmeros estudos confirmaram a hipótese central da teoria do agendamento, segundo a qual o espaço noticioso de um tema na cobertura jornalística está positivamente correlacionado com a atenção da opinião pública a esse mesmo *issue*, seja econômico, político ou social (Kosicki, 1993; Wanta; Ghanem, 2007). Novos estudos têm se ocupado, por exemplo, sobre efeitos de agendamento de segundo nível, em que certo tópico mais específico da cobertura de um tema pode concentrar a atenção dos indivíduos sobre esse tópico ao avaliarem o tema (Kiousis *et al.*, 2006; Lopez-Escobar *et al.*, 1998; Wanta; Hu, 1993; Weaver, 2007). Esse efeito, contudo, tem sido considerado idêntico aos efeitos de enquadramento (Chong; Druckman, 2007; Weaver, 2007) - o que cindiu a interpretação teórica sobre o mesmo fenômeno empírico.

Ainda assim, o modelo de *agenda-setting* tem se mostrado extremamente flexível e, em geral, sua hipótese central se confirma em diferentes contextos (Kosicki, 1993). Em nossa revisão de literatura, contudo, não encontramos estudos aplicados a temas raciais ou a episódios racistas, como o investigado neste artigo. Artigo recente de Sabrina Zajak, Elias Steinhilper e Moritz Sommer (2023) mostrou que ciclos de manifestações *Black Lives Matter* aumentaram a cobertura jornalística sobre temas raciais na imprensa alemã, mas não se identificou em que medida o aumento da cobertura sobre o assunto ampliou a atenção da opinião pública ao racismo.

## A COBERTURA DO ASSASSINATO DE JOÃO ALBERTO NO JN E NO JR

Esta seção descreve o contexto informacional da audiência do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record* desde o primeiro dia da cobertura jornalística do assassinato de João Alberto - 20 de novembro de 2020 - até a véspera do início do *survey*, que incluiu o *recall* do noticiário - 3 de dezembro de 2020. Esse intervalo de 14 dias coincide com a sugestão de Wanta e Hu (1993) de que a mensuração de efeitos de agendamento de canais de

TV aberta seja feita num intervalo de uma a três semanas após a cobertura. Os efeitos medidos neste estudo, portanto, podem ser caracterizados como de curto-prazo (Brosius; Kepplinger, 1990), já que foi feita apenas uma rodada de coleta de dados, duas semanas após a ocorrência do evento.

Uma assistente de pesquisa analisou 10h24'19" de conteúdo do *Jornal Nacional* e 10h48'37" do *Jornal da Record* exibidos durante esses 14 dias. O objetivo dessa análise foi o de classificar o conteúdo de ambos os telejornais segundo os grandes temas citados pelos entrevistados no *survey*. Ou seja, primeiro foi feita uma análise das respostas à questão de *recall* do noticiário e essas categorias foram utilizadas como referência para a análise de conteúdo dos telejornais. Os 12 temas mais citados foram: pandemia de covid-19; política brasileira e eleições; vacina contra a covid-19; assassinato de João Alberto e racismo; meio ambiente; economia; morte de Maradona; presidente Jair Bolsonaro; esportes; violência em geral; política nos Estados Unidos e eleições americanas; e acidentes em geral.

A Tabela 1 apresenta a composição da pauta de ambos os telejornais segundo esses grandes temas. No *Jornal Nacional*, os cinco temas que receberam maior espaço na pauta foram a pandemia de covid-19 (16,44%), a política brasileira e as eleições municipais daquele ano (13,00%), a vacina contra a covid-19 (9,36%), o assassinato de João Alberto e reportagens sobre racismo no país (9,35%) e o meio ambiente (9,10%). No *Jornal da Record*, as cinco prioridades foram a política brasileira e as eleições municipais (10,26%), a pandemia de covid-19 (9,65%), a economia (9,29%), a violência em geral (8,04%) e o presidente Jair Bolsonaro (7,61%).

A coluna "c" da tabela mostra a diferença na composição da pauta de ambos os telejornais. A maior diferença se deu justamente na cobertura do caso João Alberto e do racismo no país, que obteve 58'24" no JN e apenas 12'27" no JR. Em termos proporcionais, essa assimetria correspondeu a 7,43 pontos percentuais da composição da pauta de cada telejornal. O JN também deu mais destaque à pandemia de covid-19, à vacina contra a covid-19 e ao meio ambiente. Em termos comparados, o JR deu mais destaque à violência em geral, ao presidente Jair Bolsonaro e à economia.

Tabela 1 – Composição da pauta do *Jornal Nacional* e do *Jornal da Record* entre os dias 20 de novembro e 3 de dezembro de 2020

<b>Assunto</b>	<b><i>Jornal Nacional</i> (a)</b>	<b><i>Jornal da Record</i> (b)</b>	<b>Diferença (c) = (a) – (b)</b>
João Alberto e racismo	9,35%	1,92%	7,43pp
Pandemia de covid-19	16,44%	9,65%	6,79pp
Violência em geral	2,05%	8,04%	5,99pp
Presidente Jair Bolsonaro	2,62%	7,61%	4,99pp
Vacina contra a covid-19	9,36%	4,94%	4,42pp
Meio ambiente	9,10%	4,98%	4,12pp
Economia	5,54%	9,29%	3,75pp
Política brasileira e eleições	13,00%	10,26%	2,74pp
Acidentes	0,51%	1,98%	1,47pp
Esportes	2,37%	1,35%	1,02pp
Morte de Maradona	4,03%	4,10%	0,07pp
Política nos Estados Unidos	1,67%	1,16%	0,51pp
Outros assuntos <sup>a</sup>	23,96%	34,72%	10,76pp
Tempo total das edições	10:24:19	10:48:37	-

Fonte: elaborada pelos autores.

<sup>a</sup> Nessa categoria apareceram menções a temas diversos, como a “morte do Louro José”, o “abandono de animais”, o “lançamento do PlayStation 5” e a “separação de Gustavo Lima”.

Além da diferença de cobertura sobre o caso João Alberto, a composição da pauta do JR deu menor espaço a notícias sobre a pandemia e a vacina contra a covid-19, dedicando maior tempo a ações e iniciativas do presidente Jair Bolsonaro e ao debate sobre o estado da economia. Esse resultado reforça achados anteriores que indicam uma cobertura mais positiva para o governo Bolsonaro no JR do que no JN (Mundim *et al.*, 2023).

O conteúdo das coberturas do JN e do JR se diferiu sobretudo em termos quantitativos. Em aspectos qualitativos, nossa análise observou que ambos os telejornais exibiram com detalhes vários momentos do crime e entrevistaram testemunhas, familiares, autoridades e ativistas do movimento negro, também cobriram protestos contra o assassinato realizados em frente a lojas do Carrefour em diversas cidades, e ainda destacaram a prisão dos responsáveis pela morte do mecânico.

## A MENSURAÇÃO DO RECALL NOTICIOSO

A lembrança de brasileiros e brasileiras sobre os principais temas do noticiário foi mensurada por meio de um *survey* aplicado a uma amostra nacional com 2.017 indivíduos, entrevistados entre os dias 4 e 9 de dezembro de 2020. O questionário utilizado também incluiu perguntas sobre características sociodemográficas dos indivíduos entrevistados, bem como questões sobre o contexto político e social daquele momento. Nossa amostra baseou-se em cotas de idade, gênero, região e classe social - incluindo distribuições conjuntas dessas características - utilizando como referência dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada periodicamente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A programação do questionário e a coleta de dados foram conduzidas pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados (IBPAD), que utilizou um painel *on-line* de respondentes de pesquisa no Brasil. A idade média dos entrevistados é de 43 anos, 51% são mulheres, 25% têm ensino superior, 23% são das classes D e E, 44% são casados e 48% se definem como pretos ou pardos.

Nossa variável dependente foi medida por meio da seguinte pergunta: “Pensando no noticiário das últimas semanas sobre o Brasil, qual é o assunto ou a notícia que você mais se lembra? Anote a seguir sua resposta, de forma curta. E em segundo lugar?”. Todas as respostas foram codificadas nos 12 grandes temas indicados na seção anterior. Essa era a primeira pergunta do questionário, portanto, podemos descartar qualquer efeito do questionário (Schuman; Presser, 1996) sobre a lembrança de notícias. Em nossa amostra, apenas 41 indivíduos (2,0% do total) citaram o assassinato de João Alberto na loja do Carrefour em Porto Alegre. Mais especificamente, houve 3 citações ao nome de João Alberto (e.g., “morte de João Alberto”), 6 ao assassinato de um homem negro (e.g., “assassinato do homem negro em Porto Alegre”), 18 a um assassinato no Carrefour (e.g., “homem é morto por seguranças no Carrefour”) e 14 a um caso de racismo - nesse caso, apenas a palavra “racismo” estava registrada. Não houve diferença estatisticamente significativa quanto às formas de menção ao caso entre pessoas pretas e pardas em comparação com as brancas, amarelas e indígenas.

Nossas variáveis independentes estão distribuídas em dois grupos. O primeiro descreve os hábitos de uso da mídia dos entrevistados. A exposição ao *Jornal Nacional* e ao *Jornal da Record* foi medida numa bateria de questões sobre hábitos de informação durante a pandemia de covid-19, que incluía também familiares e amigos, portais de notícias *on-line* e redes sociais. Especificamente, a pergunta utilizada foi: “Gostaríamos de



saber um pouco mais sobre como você se informa. Desde o início da pandemia, com que frequência você se informou sobre a pandemia de covid-19 no *Jornal Nacional*?”. As opções de respostas eram: 5. Muito frequentemente; 4. Frequentemente; 3. De vez em quando; 2. Raramente; 1. Nunca. Assumimos que a exposição a um ou outro telejornal para a obtenção de informações sobre a pandemia indicava um hábito não restrito apenas à covid-19. Com base na teoria do agendamento, nossa hipótese central é que a lembrança do assassinato de João Alberto está positivamente associada à frequência com que os indivíduos assistem ao *Jornal Nacional* - que deu maior destaque ao caso -, mas não tem relação com a frequência com que se expõem ao *Jornal da Record* - onde o caso teve menor destaque.

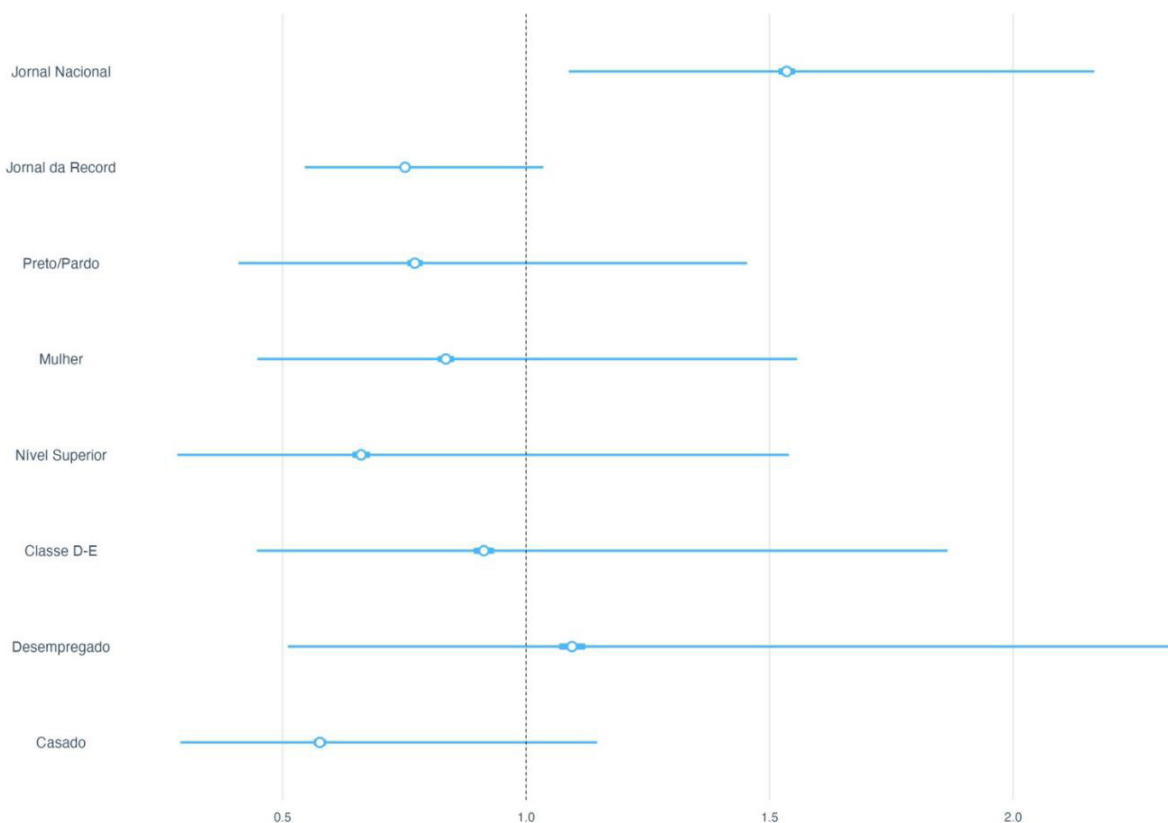
O segundo grupo de variáveis nos modelos descreve sete características sociodemográficas dos respondentes. Foram contempladas variáveis de raça (1=preto ou pardo; 0=demais); gênero (1=mulher; 0=demais); idade (recodificada para o intervalo 0-1); educação (1=ensino superior; 0=demais); classe social (1=classes D e E; 0=demais); estado civil (1=casado; 0=demais); e ocupação (1=desempregado; 0=demais). Nossa expectativa é que declarem maior lembrança do caso “João Alberto” ou de notícias sobre “racismo” pessoas que se definem como pretas ou pardas, por pertencerem a um segmento da população que contabiliza mais vítimas fatais da violência no país. Não temos expectativas sobre as demais variáveis desse grupo, que servem apenas como controles no modelo. Como todas as variáveis estão no 0-1, os coeficientes podem ser comparados diretamente.

## OS EFEITOS DE AGENDAMENTO

Esta seção apresenta modelos de regressão logística que calculam o efeito de diferentes variáveis independentes sobre a probabilidade de que os respondentes indiquem, em primeira ou segunda citação, o caso “João Alberto” ou “racismo” como o assunto ou a notícia da qual mais se lembravam. A Figura 1 exibe os coeficientes exponenciais ( $\text{Exp}(B)$ ) estimados das variáveis introduzidas no modelo. Coeficientes superiores a 1 indicam uma associação positiva, ou seja, aumentam as chances de lembrança do caso João Alberto. Coeficientes inferiores a 1 sugerem uma associação negativa, reduzindo as chances de menção ao assassinato. Variáveis cujos intervalos de confiança (95%) não tocam o valor 1 são estatisticamente significativas ao nível 0.5. A frequência de exposição ao *Jornal Nacional* é a única variável cujo coeficiente é estatisticamente significativo e na direção esperada. Indivíduos que se expunham com maior frequência ao telejornal da TV Globo

citaram mais - espontaneamente - o caso “João Alberto” ou “racismo” como notícias das quais mais se lembravam em primeiro ou segundo lugar.

Figura 1 – Determinantes da lembrança de notícias sobre o caso “João Alberto” ou “racismo”



Fonte: elaborada pelos autores.

A exposição ao *Jornal da Record*, que deu menor destaque ao caso em sua cobertura, não esteve associada à maior lembrança do assassinato no Carrefour ou ao racismo no país. Nenhuma das variáveis sociodemográficas atingiu o nível de significância estatística, incluindo a variável de raça. Consequentemente, a população negra - pretos e pardos - do país não se lembrava mais do caso ou mencionava mais o racismo em comparação à população branca, indígena ou amarela.

Para checar se essa diferença de probabilidades entre assistir ao *Jornal Nacional* e ao *Jornal da Record* é estatisticamente distinguível de zero, não um acaso amostral, fizemos um teste Wald qui-quadrado. O resultado indica que a diferença é estatisticamente significativa ( $\chi^2 (df = 1) = 7.7, p = 0.006$ ). Consequentemente, podemos afirmar que o fato de assistir ao JN implica em maior chance de se lembrar do caso “João Alberto” ou “racismo” quando comparamos com o JR. É evidência, portanto, de que mais cobertura tende a ampliar para a audiência as possibilidades de lembrança do tópico coberto pelo jornalismo.

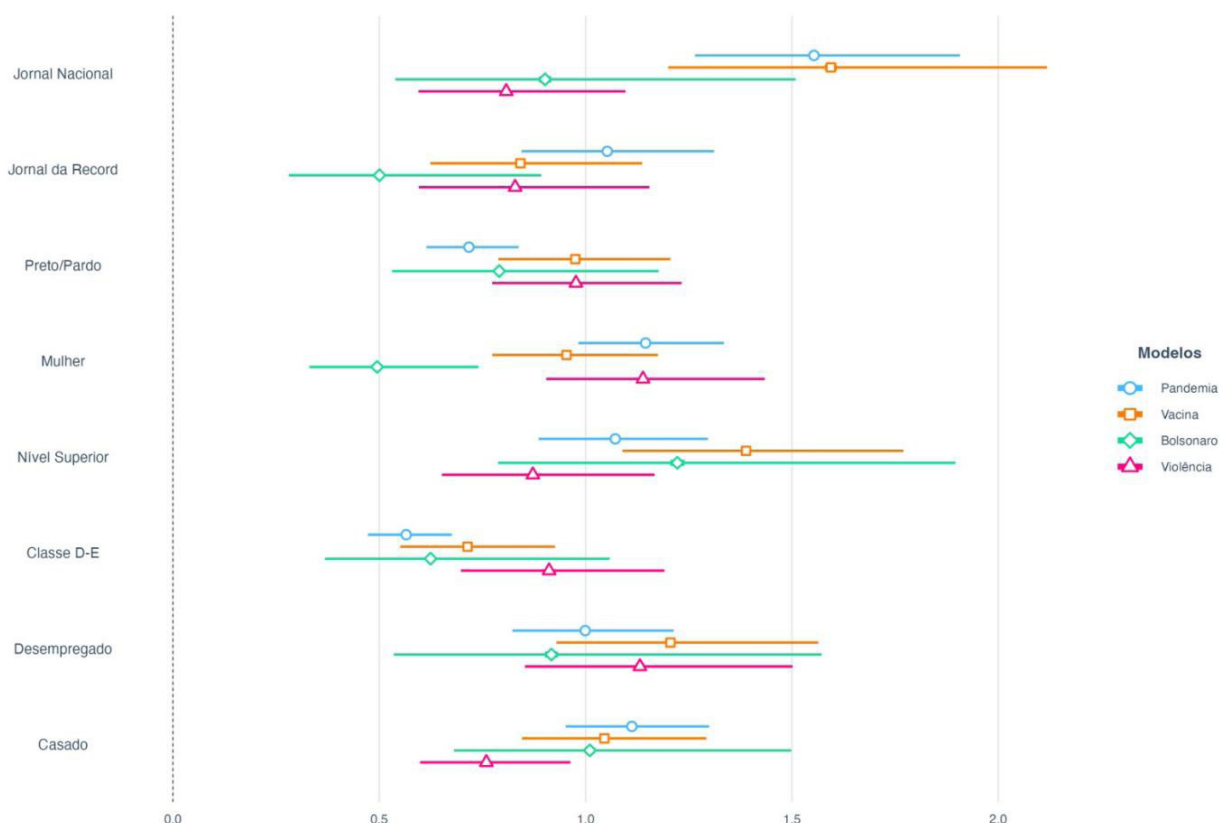
A coleta de dados e a análise de conteúdo dos dois telejornais nos permite também investigar os efeitos de agendamento sobre outros temas presentes na pauta do JN e do JR. Na Figura 2, apresentamos os coeficientes de outras quatro regressões logísticas que estimam os efeitos de nossas variáveis independentes sobre a lembrança de notícias a respeito da pandemia, de violência em geral, do governo Jair Bolsonaro e da vacina contra a covid-19. Destacamos esses temas porque foram os que tiveram maior diferença de tratamento nos dois telejornais (Tabela 1).

Os resultados mostram efeitos de agendamento do JN também no caso da pandemia de covid-19 e da vacina contra a doença. A maior exposição do telejornal da Globo esteve associada à maior citação desses temas pelos entrevistados. O JN dedicou 1h42'38" à pandemia no período analisado, contra 1h02'35" do JR, ou 64% a mais. No caso da vacina, o JN exibiu reportagens que somaram 58'26", contra 32'02" dedicados pelo JR ao tema, ou 82% a mais.

Nos dois temas em que o JR dedicou mais espaço em sua cobertura do que o JN - governo Bolsonaro e violência em geral -, não foram observados efeitos de agendamento. Ao contrário, a maior exposição ao JR esteve associada à menor lembrança de notícias sobre o governo Bolsonaro, apesar de o telejornal da TV Record ter dedicado 49'22" a essa cobertura, 33% a mais que os 16'21" dedicados ao então presidente pelo telejornal da TV Globo.

Algumas variáveis sociodemográficas também atingiram a significância estatística e dão conta de que as notícias sobre a pandemia foram menos lembradas por indivíduos pretos e pardos e por pessoas das classes D e E; notícias sobre a vacina contra a covid-19 foram mais lembradas por entrevistados com nível superior de estudos e menos por aqueles das classes D e E; notícias sobre o governo Bolsonaro foram menos lembradas por mulheres; e notícias sobre violência em geral foram menos lembradas por entrevistados casados.

Figura 2 – Determinantes da lembrança de notícias sobre pandemia, violência, governo Bolsonaro e vacina contra a covid-19



Fonte: elaborada pelos autores.

Em geral, nossos resultados confirmam, portanto, as expectativas teóricas em relação ao agendamento midiático. A maior exposição de um tema pelo noticiário tende a estar associada à maior lembrança desse tema pela audiência. Essa, naturalmente, é uma relação probabilística e não determinista. Outros fatores contextuais ou mesmo de mensuração podem resultar em padrões diferentes da hipótese central da teoria do agendamento. Especificamente, não temos uma razão clara para justificar a menor lembrança de notícias sobre Jair Bolsonaro entre pessoas que assistiam mais ao *Jornal da Record*, ainda que esse programa tivesse dado maior destaque ao ex-presidente do que o *Jornal Nacional*. Quanto a notícias sobre a pandemia, sobre a vacina e, no tema que mais nos interessa neste estudo, sobre o assassinato de João Alberto, os dados se comportaram de acordo com a hipótese central da teoria do agendamento.

## DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONCLUSÕES

Durante muito tempo foi alardeada no Brasil a ideia de “democracia racial” - uma crença de que o país estava se tornando um exemplo de alto grau de harmonia e igualdade

racial. Essa premissa, conforme argumenta Andrews (2014), começou a ser entendida como ilusão a partir dos dados censitários dos anos 1970 e 1980. A realidade latente a indicadores de baixa expectativa de vida, mortalidade infantil, precariedade habitacional, falta de acesso à educação formal, violência e muitos outros aspectos da desigualdade eram relacionados, quase sempre, com a cor da pele dos brasileiros. Aquela equiparação racial ignorava o racismo estrutural no país, um fenômeno excludente e opressor, que se adapta de ciclos em ciclos, do período colonial ao capitalismo moderno brasileiro (Bersani, 2018).

Para reverter esse quadro no longo prazo e reparar prejuízos históricos, parece crucial que os temas raciais e episódios concretos de racismo sejam colocados em evidência midiática, de modo a ressaltar sua urgência e relevância. Nesse cenário, o jornalismo pode cumprir um papel decisivo, especialmente nos veículos com maior capacidade de agendamento. Neste artigo, mostramos que os diferentes destaques dados pelos dois principais telejornais do país no meio com maior audiência na população brasileira - o *Jornal Nacional* e o *Jornal da Record* - ao assassinato de João Alberto produziram também distintos efeitos de agendamento em suas audiências em dezembro de 2020, apenas duas semanas após o crime. Telespectadores do JN revelaram maior lembrança espontânea ao caso, em níveis estatisticamente significativos, enquanto a audiência do JR não mencionou espontaneamente esse evento. Conforme revelou nossa análise de conteúdo, o *Jornal Nacional* dedicou quase quatro vezes mais tempo ao assassinato do que o *Jornal da Record*. A disputa por espaço noticioso é, portanto, uma fronteira relevante e eficaz de agendamento de temas raciais no Brasil, especialmente em veículos de grande alcance social, como os da TV aberta. Ao dar destaque a temas raciais, os principais telejornais do país contribuem para manter a atenção da opinião pública brasileira à violência e à discriminação sofridas pela população negra, assim como para aumentar o grau de apoio a políticas públicas que enfrentem esses problemas e reduzam a disparidade de condições de vida entre pessoas de diferentes raças.

Pesquisas futuras sobre o tema podem lidar com algumas das limitações metodológicas deste estudo. Em primeiro lugar, nosso questionário incluiu uma pergunta de *recall* do noticiário, mas não sabemos o grau de apoio das pessoas entrevistadas a punições mais duras por crimes de racismo ou a políticas de enfrentamento à desigualdade, como as de cotas raciais. A inclusão dessa questão traria mais informações sobre a sensibilidade da opinião pública brasileira ao endurecimento de penas por crimes de racismo, por

exemplo. Em segundo lugar, nosso estudo está circunscrito ao efeito de agendamento da TV, ainda que saibamos que há um crescente uso de sites noticiosos, redes sociais digitais e serviços de troca de mensagens como fontes de informação primárias dos indivíduos. Novos estudos podem explorar esses processos comunicacionais e investigar de que modo e com que efeitos se dão agendamentos midiáticos de temas raciais e do racismo no Brasil nessas outras mídias. Finalmente, aqui apenas estudamos efeitos de curto prazo e não de médio e longo prazos, que podem ser explorados em pesquisas com desenhos longitudinais.

## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem os comentários e as sugestões feitas no GT 10 - Mídia, Gênero e Raça durante o 10º Encontro da Associação de Pesquisadores em Comunicação Política, especialmente os de Viviane Gonçalves Freitas (UFMG), Lucy Oliveira da Silva (UFSCar) e Rayza Sarmiento (UFPA), assim como as considerações de dois/duas pareceristas anônimos/as da revista Contemporânea. Os autores também são gratos ao Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados (IBPAD) pela programação e coleta de dados. Registramos também as valiosas contribuições de Anna Ganzelevitch e Victor Gomes na análise de conteúdo reportada neste estudo.

## REFERÊNCIAS

ANDREWS, George Reid. Buenos Aires negra. *Afro-Ásia*, Salvador, n. 50, p. 247-249, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/afroasia/article/view/21356/13919>. Acesso em: 20 fev. 2024

BERSANI, Humberto. Aportes teóricos e reflexões sobre o racismo estrutural no Brasil. *Revista Extraprensa*, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 175-196, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/148025/147028>. Acesso em 20 fev. 2024:

BRADLEY, Anna Spain. Human rights racism. *Harvard Human Rights Journal*, Cambridge, MA, v. 32, p. 1-58, 2019. Disponível em: <https://journals.law.harvard.edu/hrj/wp-content/uploads/sites/83/2020/06/Human-Rights-Racism-1.pdf>. Acesso em 20 fev 2024. Disponível em

BRAUN, Julia. 3 fatores que explicam repetição de violência contra negros em mercados no Brasil. *BBC News Brasil*, Londres, 9 maio 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/ce9xxyn2kx2o>. Acesso em: 18 maio 2023.

BROSIUS, Hans-Bernd; KEPPLINGER, Hans Mathias. The agenda-setting function of television news: Static and dynamic views. **Communication Research**, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 183-211, 1990.

CARDOSO FILHO, Jorge; ALMEIDA, Gabriela Machado Ramos de; CAMPOS, Deivison. A pauta antirracista na pesquisa em comunicação no Brasil. **Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 19, n. 3, p. 5-10, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/49216/26714>. Acesso em 20 fev 2024

CERQUEIRA, Daniel; FERREIRA, Helder; BUENO, Samira (coord.). **Atlas da violência 2021**. São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2021.

CHONG, Dennis; DRUCKMAN, James. Framing theory. **Annual Review of Political Science**, [s. l.], v. 10, p. 103-126, 2007.

DIÈNE, Doudou. Eliminating racism in a changing world: arguments for a new strategy. *In*: OFFICE OF THE UNITED NATIONS HIGH COMMISSIONER FOR HUMAN RIGHTS (org.). **Dimensions of Racism**. New York: United Nations, 2005. p. 13-19.

FULLIN, Carmen Silvia; TELLES, Vera. **A criminalização do racismo: dilemas e perspectivas**. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

GULARTE, Jennifer. Apaixonado pelo São José, pai de quatro filhos e conhecido no mercado onde foi morto: quem era João Alberto Silveira Freitas. **GZH**, [Porto Alegre], 20 nov. 2020. Segurança. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/seguranca/noticia/2020/11/apaixonado-pelo-sao-jose-pai-de-quatro-filhos-e-conhecido-no-mercado-onde-foi-morto-quem-era-joao-alberto-silveira-freitas-ckhqda2j0059017pau3sxvd5.html>. Acesso em: 17 maio 2023.

HOMEM negro é espancado até a morte em supermercado do grupo Carrefour em Porto Alegre. **G1**, Porto Alegre, 20 nov. 2020. Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2020/11/20/homem-negro-e-espancado-ate-a-morte-em-supermercado-do-grupo-carrefour-em-porto-alegre.ghtml>. Acesso em: 17 maio 2023.

KIOUSIS, S. *et al.* First-and second-level agenda-building and agenda-setting effects: Exploring the linkages among candidate news releases, media coverage, and public opinion during the 2002 Florida gubernatorial election. **Journal of Public Relations Research**, Philadelphia, v. 18, n. 3, p. 265-285, 2006.

KORFF, Douwe. **The persistence and mutation of racism**. Versoix: International Council on Human Rights Policy, 2000. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=1287057>. Acesso em: 3 ago. 2023.

KOSICKI, Gerald M. Problems and opportunities in agenda-setting research. *Journal of Communication*, [Oxford], v. 43, n. 2, p. 100-127, 1993.

LOPEZ-ESCOBAR, Esteban; LLAMAS, Juan Pablo; McCOMBS, Maxwell; LENNON, Federico. **Two levels of agenda setting among advertising and news in the 1995 Spanish elections**. *Political Communication* 15, no. 2, 1998, p. 225-238.

MACHADO, Marta Rodriguez de Assis; SANTOS, Natália Neris da Silva; FERREIRA, Carolina Cutrupi. Legislação antirracista punitiva no Brasil: uma aproximação à aplicação do direito pelos tribunais de Justiça brasileiros. *Revista de Estudos Empíricos em Direito*, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 60-92, 2015. Disponível em: <https://reedrevista.org/reed/article/view/54/54>. Acesso em 20 fev. 2024

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald Lewis The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, [Oxford], v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972.

MUNDIM, Pedro Santos *et al.* Viés noticioso e exposição seletiva nos telejornais brasileiros durante a pandemia de COVID-19. *Opinião Pública*, Campinas, v. 28, n. 3, p. 615-634, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/Wx3LYXLsZbNrLkxcQ9ggBJC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 20 fev. 2024

POLÍCIA indícia seis por morte de João Alberto no Carrefour em Porto Alegre. **G1**, Porto Alegre, 11 dez. 2020. Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2020/12/11/policia-indicia-seis-por-morte-de-cidadao-negro-no-carrefour-em-porto-alegre-rs.ghtml>. Acesso em: 19 out. 2023.

SAIBA quem era João Alberto, espancado até morrer em loja do Carrefour. **Poder 360**, [s. l.], 20 nov. 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/saiba-quem-era-joao-alberto-espancado-ate-a-morte-no-supermercado-carrefour/>. Acesso em: 17 maio 2023.

POPE, Devin G.; PRICE, Joseph; WOLFERS, Justin. **Awareness reduces racial bias**. *Management Science* 64, no. 11, 2018, p. 4988-4995.

SCHUMAN, Howard; PRESSER, Stanley. **Questions and answers in attitude surveys: Experiments on question form, wording, and context**. Sage, 1996.

SOUTPHOMMASANE, Tim. **Combating racism, reclaiming patriotism**. Discurso realizado no Australian National University, Canberra, 30 jul. 2015.

SOUZA, Renata. Caso João Alberto: réus por assassinato no Carrefour de Porto Alegre vão a júri. **CNN Brasil**, São Paulo, 17 nov. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/>



caso-joao-alberto-reus-por-assassinato-no-carrefour-de-porto-alegre-vao-a-juri/. Acesso em: 17 maio 2023.

TOMEI, Manuela. **Affirmative Action for Racial Equality: features, impact and challenges**. Geneva: International Labour, 2005.

VASCONCELLOS, Hygino. Apaixonado por futebol, brincalhão e família: quem era João Freitas. **UOL Notícias**, Porto Alegre, 20 nov. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/11/20/quem-era-joao-freitas-morto-no-carrefour.htm>. Acesso em: 17 maio 2023.

WANTA, Wayne; GHANEM, Salma. Effects of agenda setting. *In*: PREISS, Raymond *et al.* (ed.). **Mass media effects research: advances through meta-analysis**. New York: Routledge, 2007. p. 37-51.

WANTA, Wayne; HU, Yu-Wei. The agenda-setting effects of international news coverage: An examination of differing news frames. **International Journal of Public Opinion Research**, [s. l.], v. 5, n. 3, p. 250-264, 1993.

WEAVER, David H. Thoughts on agenda setting, framing, and priming. **Journal of Communication**, [Oxford], v. 57, n. 1, p. 142-147, 2007.

ZAJAK, Sabrina; STEINHILPER, Elias; SOMMER, Moritz. Agenda setting and selective resonance - Black Lives Matter and media debates on racism in Germany. **European Journal of Cultural and Political Sociology**, [s. l.], v. 10, n. 4, p. 552-576, 2023.

## NOTAS

1. Ver em: <https://glo.bo/3uVGUzb>.

Recebido em: 03/08/2023

Aceito em: 10/01/2024

## JUSTIFICATIVAS EM CAMPANHAS DE DESMONETIZAÇÃO CONTRA NOTÍCIAS FALSAS E DISCURSO DE ÓDIO: RESPOSTAS DO MOVIMENTO SLEEPING GIANTS BRASIL ÀS ACUSAÇÕES DE CENSURA

### JUSTIFICATIONS IN DEMONETIZATION CAMPAIGNS AGAINST FAKE NEWS AND HATE SPEECH: SLEEPING GIANTS BRAZIL'S RESPONSES TO CENSORSHIP ACCUSATIONS<sup>1</sup>

Ivan Paganotti<sup>1</sup>

#### RESUMO:

Inspirados em experiências internacionais do movimento *Sleeping Giants*, desde maio de 2020, usuários brasileiros de redes sociais como o Twitter têm denunciado anunciantes e plataformas de financiamento de sites acusados de disseminar desinformação e discurso de ódio. Este trabalho avalia quais os critérios apresentados para justificar essas campanhas de desmonetização, considerando como os responsáveis pelas contas do *Sleeping Giants* Brasil explicam suas escolhas de alvos e o que consideram ser notícias falsas e discurso ofensivo. O trabalho avalia como o movimento responde a críticas e questionamentos de usuários de redes sociais, esclarecendo suas escolhas, publicando conteúdos que funcionam como explicações de seus métodos e que são apresentados como materiais educativos para expor ao público as dificuldades na definição de limites para a liberdade de expressão em redes digitais.

1 Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2015), com bolsa Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), realizou doutorado-sanduíche no Programa de Doutorado-Sanduíche no Exterior (PSDE-Capes) na Universidade do Minho (Braga, Portugal - 2014). Docente e pesquisador com projeto de pesquisa, com auxílio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), processo nº 2020/15055-9, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Desenvolve pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Líder do grupo de pesquisa Checagem, Educação, Comunicação, Algoritmos e Regulação (CHECAR) da UMESP; e membro fundador do grupo de pesquisa Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (MidiAto) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Faz parte da Rede de Pesquisa em Cultura Midiática (Rede Metacrítica) e da Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD). *E-mail*: ivan.paganotti@metodista.br.

**PALAVRAS-CHAVE:** Liberdade de expressão; discurso de ódio; notícias falsas; desmonetização; censura.

**ABSTRACT:**

Inspired by international experiences of the Sleeping Giants movement, since May 2020, Brazilian users of social networks such as Twitter have been denouncing advertisers and website funding platforms accused of disseminating disinformation and hate speech. This paper evaluates what criteria are presented to justify these demonetization campaigns, considering how those responsible for the Sleeping Giants Brazil accounts explain their choices of targets and what they consider to be fake news and offensive speech. The paper evaluates how the movement responds to criticism and questioning from social network users, clarifying their choices, publishing content that works as explanations of their methods. These justifications are presented as educational materials to expose to the public the difficulties in defining limits to free speech on digital networks.

**KEYWORDS:** Free speech; hate speech; fake news; demonetization; censorship.

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, após um período de otimismo com os potenciais econômicos, políticos, culturais e sociais da conexão global pela internet ao redor da virada do milênio, as preocupações com seus riscos têm demandado intervenções técnicas, legais e educacionais (Lessig, 2006). A disseminação de informações falsas (Ribeiro; Ortellado, 2018) e conteúdos ofensivos (Silva; Nichel; Martins *et al.*, 2011) são alvos de particular preocupação recente, devido a seu uso por grupos políticos radicais, que instrumentalizam a desinformação e a discriminação para seus objetivos (Braun; Coakley; West, 2019; Rebs; Ernst, 2017). Esse cenário torna-se ainda mais desafiador em períodos de instabilidade multifatorial, como a recente pandemia de covid-19 e as ameaças de descrédito a processos eleitorais, que têm sido enfrentadas com respostas que envolvem a remoção de postagens *on-line*, o banimento de usuários de plataformas sociais digitais (Wallace, 2021) ou mesmo investigações e responsabilização criminal (Ribeiro; Ortellado, 2018). Ao lado dessas soluções técnicas e legais, propostas educativas e midiáticas procuram também treinar o público para consumir e produzir conteúdos digitais de forma crítica e responsável (Paganotti, 2018), contextualizado e corrigindo informações incompletas ou incorretas (Haigh; Haigh; Kozak, 2017).

Essas abordagens costumam envolver atores institucionais, como os poderes legislativos e judiciário, empresas que operam plataformas digitais, e a imprensa e a escola. Ao lado desses atores consolidados - e pressionando-os - atores cívicos também passaram a se organizar coletivamente para apresentar sugestões e demandas para combater a proliferação de notícias falsas e o discurso de ódio *on-line*. Nesse processo, iniciativas bem-sucedidas em cenários internacionalmente distantes podem ser replicadas com grande velocidade por organizações não-governamentais, ativistas ou usuários preocupados (Braun; Coakley; West, 2019).

Foi o caso do movimento *Sleeping Giants*, iniciativa criada nos EUA e que tem se espalhado rapidamente por diversos países, chegando ao Brasil em 2020 (Bezerra; Borges, 2021). O objetivo do grupo *Sleeping Giants* Brasil (SGB) é identificar, denunciar e combater os mecanismos de financiamento adotados por quem dissemina discurso de ódio e notícias falsas, cobrando que anunciantes inadvertidos e plataformas digitais coniventes respeitem os limites legais e seus próprios códigos de conduta. Considerando que muitos desses sites têm como finalidade a coleta de recursos financeiros ou utilizam essa monetização como um instrumento para outras finalidades políticas (Allcott; Gentzkow, 2017), essa estratégia, chamada de “desmonetização”, tem dificultado de forma considerável a disseminação de *fake news* e *hate speech* (Bezerra; Borges, 2021).

É importante destacar que a pressão sobre anunciantes já foi adotada anteriormente no Brasil como um mecanismo eficiente para controle social sobre produtos midiáticos polêmicos, como programas televisivos sensacionalistas. Esse foi o caso da campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, promovida pelo Congresso Nacional no início dos anos 2000, identificando anúncios publicitários em programação que desrespeitavam os direitos humanos; dessa forma, os anunciantes eram constrangidos pela associação prejudicial com programas de grande audiência, mas com conteúdo problemático, o que levou ao cancelamento de anúncios e a reformulação desses programas denunciados (Demarchi, 2010).

Entretanto, além desse modelo tradicional em que o anunciante seleciona o espaço - em emissoras de TV, rádio, internet ou na imprensa - em que pretende inserir seus anúncios, o modelo digital trouxe uma nova complexidade com a chamada mídia programática. Nesse processo, os sites oferecem espaços para empresas intermediárias, como o Google Ads, que fazem a ponte com os anunciantes, que buscam nichos específicos do público, identificáveis pelo seu perfil, interesses e histórico de navegação (Brainer, 2021,

p. 11). Nesse caso, muitos anunciantes desconhecem em quais páginas suas propagandas são inseridas, o que torna ainda mais complexo o processo de pressão para remoção de anúncios. Assim, grupos como o *Sleeping Giants* precisam pressionar, por meio de suas campanhas coletivas, os anunciantes publicitários para que eles bloqueiem sites com desinformação ou discriminação, impedindo que seus anúncios sejam exibidos inadvertidamente ao lado de notícias falsas ou discurso de ódio (Braun; Coakley; West, 2019). Outra estratégia adotada é impedir o financiamento coletivo por doações ou assinaturas - o chamado *crowdfunding* -, demandando que as empresas que operam essas transferências monetárias removam as contas de usuários que disseminam discurso de ódio ou desinformação online (Bezerra; Borges, 2021, p. 191).

Entretanto, surgem críticas aos métodos e objetivos desses movimentos sociais de pressão por desmonetização, e não é infrequente a acusação de que haveria sufocamento financeiro de posições políticas divergentes, o que poderia ser considerado como uma prática de censura privada ou “censura de mercado” (Jansen, 2010). Mesmo após a revelação dos responsáveis pela conta, ainda persistem dúvidas sobre os critérios adotados pelo movimento para definir o que é notícia falsa ou discurso de ódio, assim como a definição de alvos prioritários de suas campanhas de desmonetização.

Essas dúvidas tornam-se particularmente complexas quando consideramos que conceitos como “desinformação”, “notícias falsas” e “fake news” não apresentam um significado unívoco e consensual (Borden; Tew, 2007), com marcada polissemia mesmo entre pesquisas acadêmicas (Tandoc; Lim; Ling, 2017). A recente popularidade do termo “fake news” incentivou sua apropriação por atores políticos que esgarçaram seu significado para desacreditar denúncias ou críticas embasadas em fatos (Ribeiro *et al.*, 2017; Ross; Rivers, 2018), o que levou o termo a ser evitado por pesquisadores, comunicadores e ativistas (Zuckerman, 2017), que preferem por vezes substituí-lo por expressões mais precisas, ainda que pouco populares, como “notícias fraudulentas” (Bucci, 2018; Silva, 2018). Gomes e Dourado (2019) lembram que o conceito de *fake news* se inscreve na tradição de uso da mentira com finalidades políticas, e pode ser definido como “relatos pretensamente factuais que inventam ou alteram os fatos que narram e que são disseminados, em larga escala, nas mídias sociais, por pessoas interessadas nos efeitos que eles poderiam produzir” (Gomes; Dourado, 2019, p. 35). Oliveira e Gomes (2019) destacam que a proliferação de notícias falsas pode ser entendida no espírito de liberdade das redes digitais, muitas vezes vistas como “terra sem lei” (Oliveira;

Gomes, 2019, p. 103), ou seja, sem impedimentos ou consequências para quem dissemina informações incorretas. Ainda que existam demandas de controle regulatório e punições legais contra os divulgadores de *fake news*, organismos internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU), têm defendido que o “melhor caminho de combater a disseminação da desinformação é, na verdade, aumentar a disseminação da informação”, de forma a “[...] promover a maior diversidade possível de meios de comunicação [...]” (Oliveira; Gomes, 2019, p. 104). Carvalho (2020) também reforça a dificuldade em regular no instável ambiente digital, indicando que o combate a *fake news* precisa “[...] reduzir os incentivos econômicos que premiam, de forma desproporcional, a atenção em detrimento da qualidade ou, ainda, páginas sensacionalistas e intermediários em detrimento de produtores de conteúdo relevante e original” (Carvalho, 2020, p. 187), visto que “sem acesso a anúncios e a recursos financeiros, o modelo de negócios desses portais se torna insustentável ou, ao menos, mais difícil de ser viabilizado” (Carvalho, 2020, p. 188).

Ainda mais problemática que a definição legal do que seria desinformação (Paganotti, 2018), o discurso de ódio também carece de delimitação jurídica em países como o Brasil (FGV DAPP, 2021; Napolitano; Stroppa, 2017; Schäfer; Leivas; Santos, 2015), já que diversas nações não apresentam limites claros para quais condutas se enquadram dentro dessas categorias e não há consenso internacional sobre esses termos problemáticos (United Nations, 2019) ou como essas práticas comunicacionais abusivas poderiam ser combatidas respeitando a liberdade de expressão (Fortuna; Nunes, 2018; MacAvaney *et al.*, 2019). Freitas e Castro (2013) inclusive refletem se uma definição consideravelmente ampla dos limites da liberdade de expressão poderia “admitir o discurso do ódio como manifestação legítima, ainda que com prejuízo dos ofendidos” (Freitas; Castro, 2013, p. 328), como ocorre em países de doutrinas mais liberais, como nos EUA. Definido como “[...] expressão do pensamento que desqualifica, humilha e inferioriza indivíduos e grupos sociais” (Freitas; Castro, 2013, p. 344), o discurso de ódio pode encontrar limitações legais em alguns países, como na Alemanha - Freitas e Castro (2013, p. 349) defendem que a legislação brasileira define limites para a liberdade de expressão nos casos de “[...] discriminação que deprecia e desqualifica em razão da raça, cor, etnia, procedência nacional ou religião”, desde a Lei nº 7.716, de 1989.

Considerando esse cenário, a presente pesquisa parte do seguinte problema: como são justificadas as acusações de apoio financeiro a sites que difundem notícias falsas e

discurso de ódio? Para responder a essa questão, esse trabalho tem como objetivo geral avaliar as estratégias discursivas adotadas nas acusações - e nas reações - de apoio à desinformação e à discriminação. Nesse sentido, será necessário identificar as táticas argumentativas na definição de estilo, gêneros textuais e discursos mobilizados por postagens da campanha *Sleeping Giants* Brasil (SGB) em redes sociais - Twitter e Facebook, especificamente -, além de analisar a reação suscitada por essa campanha entre outros usuários, empresas e agentes públicos envolvidos nas acusações, avaliando as respostas do SGB a acusações de censura.

## METODOLOGIA

Esse trabalho almeja analisar as postagens do movimento *Sleeping Giants* Brasil em redes sociais como Twitter e Facebook. Pelo Twitter, foi possível coletar, no final de agosto de 2020, as 1.737 postagens iniciais da conta oficial @slpng\_giants\_pt<sup>2</sup> usando a ferramenta LTWEET<sup>3</sup>, desenvolvida pelo Laboratório de Convergência de Mídias (Labcom) da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) (Santos, 2019). Planilhas mensais foram salvas usando o Microsoft Excel, incluindo conteúdo textual e metadados de cada *tweet*, como URLs, data e horário de postagem, *hiperlinks*, comentários, curtidas, replicações e menções a outras contas. Essas planilhas permitiram varrer os conteúdos identificando palavras-chave relevantes, como postagens que mencionassem expressões como “liberdade de expressão”, por exemplo - recorte que comporá parte da amostra analisada neste trabalho.

Esses bancos de dados incluem também colunas para identificar as empresas patrocinadoras das publicidades que são tagueadas nas redes sociais, o site patrocinado que é alvo das campanhas de desmonetização, as justificativas empregadas para a classificação do conteúdo falso ou discriminatório, o embasamento das denúncias - ou seja, as fontes selecionadas para fundamentar as denúncias de *hate speech* e *fake news* -, além da origem da denúncia - se foram feitos pelo próprio perfil, por seus seguidores ou de outros perfis locais que surgiram, incluindo contas do *Sleeping Giants* em alguns dos estados brasileiros. Posteriormente, essa lista foi revisada por navegação manual pelo perfil do movimento no Twitter, salvando conteúdos imagéticos relevantes, que acompanhavam o conteúdo textual coletado<sup>4</sup>.

Devido ao bloqueio do Facebook a Interfaces de Programação de Aplicação - no inglês, Application Programming Interface (APIs) - que sistematizam a coleta de dados desde

2018, a análise do perfil do SGB nessa rede priorizou conteúdos imagéticos, concentrados entre as imagens compartilhadas pelo perfil. Considerando-se que a análise do SGB no Twitter indicou que muitas das justificativas para os critérios adotados na classificação de notícias falsas ou discurso de ódio eram apresentadas por meio de links e imagens produzidas pelo perfil, essa navegação pelo perfil do Facebook permite um panorama dos critérios usados pelos organizadores do movimento para apresentar seus argumentos. Também foi analisado o site oficial<sup>5</sup> do SGB, que é citado em ambas as redes sociais como um repositório mais consolidado das iniciativas do movimento e seus resultados.

Para fins de delimitação do material coletado, foram selecionadas para análise as postagens no Twitter e no Facebook que explicitamente justificavam os critérios adotados para classificar conteúdos como notícias falsas ou discurso de ódio, o que permitiu analisar a estratégia de embasamento dos sites denunciados e sua defesa de uma perspectiva particular da liberdade de expressão em redes digitais.

Para isso, esse estudo adotou o modelo tridimensional da Análise de Discurso Crítica, ou ADC, (Fairclough, 2003) que permite avaliar a conexão entre representações sociais em discursos midiáticos, a relação entre escolhas estilísticas e elementos identitários, além da escolha estratégica de gêneros discursivos como uma tática para a ação social. Por meio desse modelo da ADC, foram avaliados, em primeiro lugar, quais os discursos da mídia usados como base das postagens do movimento, considerando quais representações sociais estavam atreladas a esses discursos - avaliando quais as fontes discursivas apresentadas, como sites noticiosos, legislação vigente ou materiais didáticos, e como essas fontes definiam ideias, termos e representações conceituais relevantes para o SGB, como os conceitos de “notícias falsas”, “discurso de ódio”, “desmonetização”, “censura” e “liberdade de expressão”. Em segundo lugar, foram analisadas as escolhas de estilo das postagens, com tons mais agressivos, professorais, militantes, condescendentes, ou defensivos, e quais as identidades e papéis sociais conectadas com essas escolhas de apresentação, avaliando particularmente como mudava o estilo das postagens nas interações com outros atores sociais, como marcas denunciadas, usuários que apoiavam as campanhas do SGB, ou perfis que questionavam ou contestavam as suas ações. Em terceiro lugar, foi possível avaliar o gênero textual conectado à ação específica dos *tweets* - considerando se procuravam narrar um episódio, dissertar na defesa de um ponto de vista, ou expor didaticamente suas fundamentações.



## ANÁLISE

Em seu site oficial, o *Sleeping Giants* Brasil divulga os resultados de suas campanhas: “quanto já deixou de ir para a indústria brasileira da desinformação desde o aparecimento do *Sleeping Giants* Brasil? R\$ 14.893.500,00, e contando!”<sup>6</sup>. Apresenta também os alvos de 31 campanhas executadas em seu primeiro ano de funcionamento:

é dinheiro que teria ido para o bolso de portais tóxicos, como *Jornal da Cidade Online* e *Conexão Política*; de conspiracionistas, como Olavo de Carvalho e Sara Giromini; de causas e canais no YouTube antidemocráticos, como os 300 do Brasil e *Terça Livre* – todos alvos já desmonetizados em 12 meses de atuação do movimento<sup>7</sup>.

A página também apresenta os participantes do movimento como “mais de meio milhão de cidadãos e consumidores fartos de ver mentiras e conteúdos odiosos corroer a democracia sob o disfarce de notícias e artigos de opinião em verdadeiros veículos de desinformação online”, indicando que a inspiração para o início do movimento foi “reportagem sobre o *Sleeping Giants* norte-americano, que havia tirado mais de oito milhões de euros do site de fake news e discurso de ódio Breitbart”<sup>8</sup>. Nesse sentido, os ativistas se apresentam como “agentes e testemunhas de uma necessária transformação no debate público sobre a importância do combate ao financiamento das fake news e do discurso de ódio na internet”<sup>9</sup>. Em manifesto publicado na mesma página, apontam que “[o] desafio da nossa geração é o combate a fake news e ao discurso de ódio” visto que “notícias fraudulentas vêm abalando democracias e instituições. O discurso de ódio vem contaminando o espaço da internet livre”<sup>10</sup>. Ainda assim, o site não explicita o que os autores consideram “notícias fraudulentas” ou “discurso de ódio”, simplesmente sugerindo que seriam sinônimos de “mentiras e conteúdos odiosos [...] sob o disfarce de notícias e artigos de opinião”, como citado anteriormente.

A análise dos primeiros *tweets* permite perceber as estratégias argumentativas da conta. A escolha do *Jornal da Cidade Online* como alvo inicial para campanha de desmonetização é justificada pois o “site é o que mais divulgou FN [fake news] durante a eleição de 2018” (Figura 1), e o “site contém matérias idolatrando a hidroxicoloroquina, contra o STF e etc” (Figura 2), argumento embasado na sequência pela publicação de link com reportagem da agência de checagem *Aos Fatos*, que indicava que esse site seria um dos disseminadores de desinformação mais compartilhados entre plataformas de mensagem eletrônica, como o WhatsApp, durante a eleição de 2018 (Ribeiro, 2019):

Figura 1 – Tweet do SGB aponta *Jornal da Cidade Online* como primeiro alvo

Fonte: Sleeping Giants Brasil (2020h).

Figura 2 – Tweet do SGB justifica alvo com link para agência de checagem



Fonte: Sleeping Giants Brasil (2020i).

A mesma agência de verificação de fatos (Nalon; Ribeiro, 2020) também foi utilizada como fonte em um *tweet* posterior, na mesma semana inicial, que replica reportagem

sobre “lucratividade em sites que promovem [...] desinformação! Indico aos seguidores que querem entender mais sobre o porquê da nossa iniciativa” (Sleeping Giants Brasil, 2020k)<sup>11</sup>. Essas mensagens iniciais mostram uma das estratégias adotadas pela campanha do SGB: justificar a escolha de seus alvos a partir de conteúdos produzidos por agências de checagem. Assim, os sites identificados pelos checadores como os principais propagadores de desinformação poderiam ser denunciados pelos ativistas do SGB. Dessa forma, haveria uma divisão de papéis - mesmo que não coordenada - entre duas formas complementares no combate à desinformação. De um lado, checadores identificam conteúdos falsos, e justificam suas checagens com métodos de apuração verificáveis; posteriormente, essas mesmas agências são capazes de sinalizar as fontes que mais disseminam conteúdo falso. Movimentos como o SGB partem das verificações e denúncias dos checadores para mobilizar campanhas de desmonetização, pressionando anunciantes para que retirassem propagandas desses sites. Dessa forma, os militantes do SGB apresentam checagens como fontes das denúncias, indicando que a escolha dos alvos não é arbitrária, seguindo critérios objetivos definidos por fontes externas - nesse caso, os verificadores de fatos.

Uma estratégia argumentativa essencial nesse processo é o esforço do SGB de distanciar suas táticas de mecanismos tradicionais de movimentos de consumidores cidadãos, como o boicote, uma tendência já identificada globalmente por Braun, Coakley e West (2019) e, no Brasil, por Bezerra e Borges (2021). Assim, as mensagens iniciais do SGB reforçam que “buscamos a conscientização e não o boicote!” (Sleeping Giants Brasil, 2020q)<sup>12</sup>, destacando que “nós não boicotamos o jornalismo independente, muito pelo contrário, super o apoiamos” (Sleeping Giants Brasil, 2020m)<sup>13</sup>. Para isso, o perfil interage com anunciantes adotando um estilo informal e afetivo, como se estivessem oferecendo a essas empresas uma dica bem-humorada para aprimorar sua presença *on-line* (Bezerra; Borges, 2021). Essa escolha estilística e de gênero textual se reflete no tipo de perfil, ação e objetivo que a campanha pretende apresentar: não se trata de envergonhar os anunciantes e reduzir seus consumidores, mas pressionar, por meio do público, que os anunciantes removam seus anúncios de sites que divulguem conteúdos problemáticos.

Esse esforço de diferenciação está particularmente presente em *tweets* posteriores, quando parte dos usuários passa a questionar os critérios que o SGB utiliza para definir o que é falso ou ofensivo. Durante campanha contra o acesso do youtuber

Olavo de Carvalho a plataformas de pagamento digital - uma tática mais direta de desmonetização, combatendo não o financiamento indireto por publicidade programática, mas a remoção das contas em sistemas financeiros de pagamento online, usados para recebimento de doações ou assinaturas -, usuários questionaram se o SGB estaria perseguindo perspectivas divergentes, ao que a conta oficial do grupo respondeu que “só esclarecendo que nosso combate aqui é com o LUCRO embasado em discurso de ódio e desinformação, ganhar dinheiro com isso é inaceitável e grave! A liberdade de expressão é um direito de todos e não estamos aqui pra contrariar isso” (Sleeping Giants Brasil, 2020p)<sup>14</sup>. Essa mesma separação entre liberdade de expressão, que deve ser preservada, e o discurso de ódio e a desinformação, que poderiam ser desmonetizados, já havia sido sugerida em mensagem anterior: “lembrando que sites de posicionamento político são diferentes de sites que propagam Fake news, a liberdade de expressão não é errada, disseminar mentiras é! Obrigado”(Sleeping Giants Brasil, 2020j)<sup>15</sup>.

Quando o SGB passou a ser alvo de processos judiciais movidos pelos sites desmonetizados, em agosto de 2020, essa distinção tornou-se central para sua sobrevivência e ficou ainda mais visível em seu discurso. Em sequência de *tweets* que explicita os princípios do grupo, apontam que a “[...] internet é um espaço de tds [abreviação para ‘todos’], de liberdade de informação, expressão e associação. Contudo, a desinformação e o discurso de ódio não têm lugar e devem ser combatidos, jogando luz sobre o tema” (Sleeping Giants Brasil, 2020o)<sup>16</sup>. Concluem apontando que não há contradição em defender a liberdade de expressão e combater a desinformação e a discriminação, pois a liberdade só seria possível em um espaço seguro *on-line*:

esses grupos de ódio representam uma ameaça à própria liberdade de expressão. Seus objetivos são de destruir opositores com notícias fraudulentas, compartilhamento em massa organizado por grupos de whatsapp e lavagem cerebral com informações intencionalmente mentirosas (Sleeping Giants Brasil, 2020n)<sup>17</sup>.

Finalmente, em setembro de 2020, o grupo talvez tenha percebido que seria necessário ser mais didático sobre os conceitos adotados, e desenvolveu uma série de postagens semanais com conteúdos educativos, apresentando definições para os conceitos que até então eram pressupostos de forma implícita. Nesse sentido, é interessante analisar as fontes selecionadas pelo SGB para essa explicação conceitual sobre discurso de ódio. São obras diversificadas, incluindo fontes tradicionais do saber escolar, como dicionários,

incluindo o *Inglês Cambridge* - “discurso público que expressa ódio ou incentiva a violência contra uma pessoa ou grupo com base em questões como raça, religião, sexo ou orientação sexual” (Sleeping Giants Brasil, 2020b)<sup>18</sup> - e o alemão *Duden Wörterbücher*<sup>19</sup>, além de enciclopédias, como a *Wikipedia chinesa*<sup>20</sup> - “é a fala que ataca indivíduos ou grupos com base em atributos [...], como gênero, raça, religião, grupo étnico, deficiência ou orientação sexual. Refere-se a observações que desvalorizam, intimidam ou incitam deliberadamente a violência e o preconceito [...]” (Sleeping Giants Brasil, 2020g) - ou a norte-americana *Encyclopedia of The American Constitution*<sup>21</sup>. O trabalho também apresenta fontes acadêmicas nacionais, como o *Hate Detector*, desenvolvido pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - “qualquer comunicação que deprecia uma pessoa ou um grupo com base em alguma característica como raça, cor, etnia, sexo, orientação sexual, nacionalidade, religião ou outra característica” (Sleeping Giants Brasil, 2020c)<sup>22</sup> (Figura 3).

Figura 3 – Conteúdo didático publicado pelo SGB com definições sobre discurso de ódio



Fonte: Sleeping Giants Brasil (2020m).

Também há uma preocupação de apresentar definições legais para o termo (Figura 3). Como no Brasil não há uma definição legal sobre discurso de ódio (FGV DAPP, 2021; Napolitano; Stroppa, 2017; Schäfer; Leivas; Santos, 2015), imagens publicadas pelo SGB traduzem definições presentes em acordos promovidos por organizações internacionais como a União Europeia<sup>23</sup> e a ONU - “[...] comunicação [...] que ataque ou use linguagem pejorativa ou discriminatória com referência a uma pessoa ou grupo com base em quem

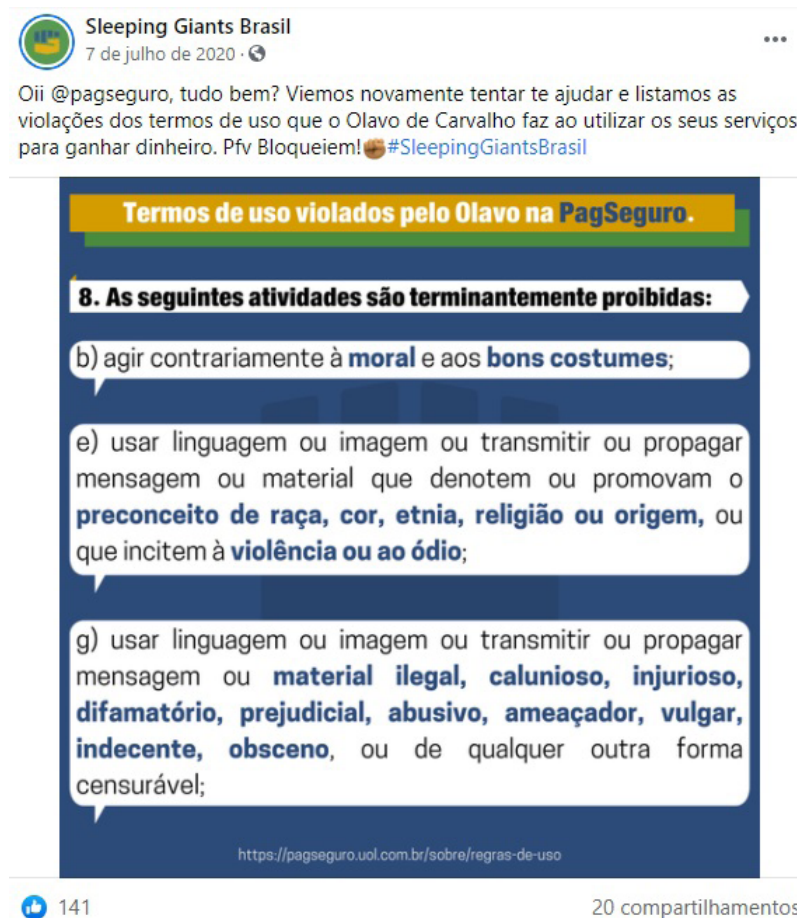
eles são, em outras palavras, com base em sua religião, etnia, nacionalidade, raça, cor, descendência, gênero ou outro fator de identidade”<sup>24</sup> (Sleeping Giants Brasil, 2020f) - além de trechos de leis de outras nações, como a irlandesa *Prohibition of Incitement to Hatred Act*, de 1989 - “discursos ameaçadores, abusivos ou ofensivos que têm a intenção de incitar ódio contra um grupo de pessoas, no estado ou em outro lugar, por motivos de raça, cor, nacionalidade, religião, origem étnica ou nacional ou orientação sexual” (Sleeping Giants Brasil, 2020d)<sup>25</sup> - ou a francesa Lei Gayssot, de 1990 - “qualquer comunicação pública ou privada de caráter difamatório, ofensivo ou que insulte, incite discriminação, ódio, violência contra uma pessoa ou grupo de pessoas por causa de sua origem, nacionalidade, raça, religião específica, sexo ou orientação sexual” (Sleeping Giants Brasil, 2020e).<sup>26</sup>

É evidente que, além de explicitar os conceitos adotados pelo SGB nas postagens nos meses anteriores, essas mensagens didáticas se situam na fronteira entre a educação midiática e a formação militante de movimento de ativismo social, recomendando para que o leitor “salve [as imagens] pra quando te questionarem o que é discurso de ódio”<sup>27</sup>.

Já o conteúdo didático sobre desinformação é menos conceitual e ainda mais prático, adaptando dicas da Federação Internacional de Associações e Instituições de Bibliotecas no guia “Como identificar notícias falsas”<sup>28</sup>, com recomendações tradicionais e genéricas como “considere a fonte”, “verifique o autor”, “verifique a data” ou “consulte especialistas”, que inclui recomendação para consulta a “um site gratuito de verificação, como AosFatos, Lupa, Comprova e outros”<sup>29</sup>.

Outro recurso utilizado para justificar a escolha de seus alvos já havia sido adotado em campanha pelo cancelamento da conta na plataforma de transações financeiras *on-line* PagSeguro usada pelo youtuber Olavo de Carvalho para receber doações e mensalidades de seus apoiadores. Nesse caso, ao invés de procurar no arcabouço legal a justificativa para a ação, os ativistas empregam o código de conduta (Lessig, 2006) definido por essa própria plataforma (Figura 4).

Figura 4 – Pressão por desmonetização da conta PagSeguro de Olavo de Carvalho



Fonte: Sleeping Giants Brasil (2020a).

Esse é um exemplo também do tom amigável e solícito, beirando o irônico, característico do SGB: “Oii @pagseguro, tudo bem? Viemos novamente tentar te ajudar e listamos as violações dos termos de uso que o Olavo de Carvalho faz ao utilizar os seus serviços para ganhar dinheiro. Pfv Bloqueiem”, indicando as regras de uso que seriam desrespeitadas pela publicação de conteúdo “injurioso, difamatório, prejudicial, abusivo, ameaçador, vulgar, indecente, obsceno” (Sleeping Giants Brasil, 2020a).

Nos *tweets* na amostra deste trabalho, foram localizados poucos exemplos de conteúdos ofensivos postados pelos alvos das campanhas de desmonetização que se encaixariam nessas definições apresentadas pelo SGB, como já mencionado na análise da Figura 2, identificando-se, com isso, baixa disposição do SGB em exemplificar as suas acusações com conteúdos dos alvos, restringindo-se à fundamentação em fontes externas, como agências de checagem e o conhecimento do público sobre os alvos das campanhas de desmonetização. Talvez o grupo considere que é de conhecimento público que esses comunicadores polêmicos produzem frequentemente conteúdos que se encaixam nessas

definições - ou evitam replicar as ofensas por considerarem elas tão graves que não mereceriam ser novamente publicadas, dessa vez nas redes do próprio SGB.

## CONCLUSÕES

Considerando as justificativas empregadas para combater conteúdos como discriminação ou desinformação, é possível agrupar as táticas adotadas pelo SGB em cinco categorias de forma a sintetizar os elementos analisados na seção anterior.

Em primeiro lugar, diferenciam sua pressão digital de táticas de boicote ou censura, apresentando-se como defensores da expressão livre, ou seja, estão protegendo o debate *on-line* seguro. Em segundo lugar, apresentam suas mensagens como uma exposição, revelando para anunciantes que suas propagandas estão apoiando conteúdo inadequado, da mesma forma como plataformas de financiamento precisariam cancelar contas que não seguem suas próprias normas. Nesse mesmo sentido, também indiretamente expõem essas instituições ao exame público, que pressiona por mudanças, evitando com isso uma ameaça ao capital simbólico da reputação dessas empresas (Srouf, 2008). A quarta estratégia adota a exigência do movimento, ecoada pelos seus apoiadores nas redes sociais, que demandam reposicionamento dos anunciantes em suas políticas de alocação de anúncios. A quinta tática envolve a exploração: as mensagens simpáticas procuram mostrar que as empresas não são inimigas passíveis de sofrer boicotes, pois elas também seriam vítimas, exploradas por quem opera a publicidade programática contra seus interesses. Quando questionados sobre os critérios ou os métodos adotados, passa-se para a sexta prática, apresentando explicação dos conceitos, dos objetivos e das táticas empregadas pelas campanhas, indicando como fontes as agências de checagem como fundamento para a escolha de seus alvos. Ainda assim, essa pesquisa destaca uma frequência relativamente limitada de exemplos de conteúdos ofensivos ou falsos nas mensagens do SGB analisadas, restrita a menções de promoção de medicamentos sem comprovação ou ataques contra instituições (Figura 1).

Como sugerido na análise, a conta pode confiar que o público já reconheça esses conteúdos problemáticos, evitando replicar o que é falso ou ofensivo em novo espaço, reduzindo a frequência de exemplos de conteúdos problemáticos. É importante destacar que essa relativa ausência pode ser devida à amostra recortada para os limites deste trabalho, e talvez esses exemplos se encontrem além da amostra deste estudo inicial, podendo ser localizados em maior frequência quando essa pesquisa for expandida em



etapas posteriores para incluir mais conteúdos publicados posteriormente pelo grupo em períodos mais recentes.

## REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, Nashville, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 9 dez. 2021.

BEZERRA, Arthur Coelho; BORGES, Juliano. Sleeping Giants: a ofensiva moral dos gigantes adormecidos contra o novo regime de desinformação. *EPTIC*, São Cristóvão, v. 23, n. 1, p. 178-195, 2021. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/15348>. Acesso em: 30 dez. 2021.

BORDEN, Sandra; TEW, Chad. The role of journalist and the performance of journalism: ethical lessons from “fake” news (seriously). *Journal of Mass Media Ethics*, Abingdon, v. 22, n. 4, p. 300-314, 2007. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08900520701583586?needAccess=true>. Acesso em: 9 dez. 2021.

BRAINER, Adriano. Algoritmos, transparência e esfera pública: a imbricada relação entre forças midiáticas. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 19., 2021, [s. l.]. *Anais eletrônicos [...]*. [S. l.]: Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2021/papers/algoritmos--transparencia-e-esfera-publica--a-imbricada-relacao-entre-forcas-midiaticas>. Acesso em: 30 dez. 2021.

BRAUN, Joshua A.; COAKLEY, John D.; WEST, Emily. Activism, Advertising, and Far-Right Media: The Case of Sleeping Giants. *Media and Communication*, Lisboa, v. 7, n. 4, p. 68-79, 2019. Disponível em: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/2280>. Acesso em: 9 dez. 2021.

BUCCI, Eugênio. Pós-política e corrosão da verdade. *Revista USP*, São Paulo, n. 116, p. 19-30, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146574/140220>. Acesso em: 9 dez. 2021.

CARVALHO, Lucas Borges de. A democracia frustrada: fake news, política e liberdade de expressão nas redes sociais. *Internet & Sociedade*, São Paulo, n. 1, v. 1, p. 172-199, 2020. Disponível em: [https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/ilab.01.revista01\\_0214-B-arrastado-2.pdf](https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/ilab.01.revista01_0214-B-arrastado-2.pdf). Acesso em: 30 out. 2023.

DEMARCHI, Carlos Henrique. A campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania” como contraposição aos produtos da cultura de massa na TV brasileira. 2010. Dissertação

(Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2010. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89367>. Acesso em: 30 dez. 2021.

FAIRCLOUGH, Norman. **Analysing discourse: textual analysis for social research**. New York: Routledge, 2003.

FGV DAPP. **Discurso de ódio em ambientes digitais: definições, especificidades e contexto da discriminação on-line no Brasil a partir do Twitter e do Facebook**. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2021. Disponível em: <https://democraciadigital.dapp.fgv.br/estudos/discurso-de-odio-em-ambientes-digitais>. Acesso em: 30 dez. 2021.

FORTUNA, Paula; NUNES, Sérgio. Survey on automatic detection of hate speech in text. **ACM Computing Surveys**, [s. l.], v. 51, n. 4, jul. 2018. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3232676>. Acesso em: 30 dez. 2021.

FREITAS, Riva Sobrado de; CASTRO, Matheus Felipe. Liberdade de expressão e discurso do ódio: um exame sobre as possíveis limitações à liberdade de expressão. **Sequência**, Florianópolis, v. 34, n. 66, p. 327-355, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/2177-7055.2013v34n66p327/25072>. Acesso em: 30 out. 2023.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33/41754>. Acesso em: 30 out. 2023.

HAIGH, Maria; HAIGH, Thomas; KOZAK, Nadine I. Stopping fake news. **Journalism Studies**, Abingdon, v. 19, n. 14, p. 2062-2087, 2017. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2017.1316681>. Acesso em: 9 dez. 2021.

JANSEN, Sue. Ambiguities and imperatives of market censorship: the brief history of a critical concept. **Westminster Papers in Communication and Culture**, [London], v. 7, n. 2, p. 12-30, 2010. Disponível em: <https://www.westminsterpapers.org/article/id/146/>. Acesso em: 9 dez. 2021.

LESSIG, Lawrence. **Code version 2.0**. New York: Basic Books, 2006.

MACAVANEY, Sean *et al.* Hate speech detection: Challenges and solutions. **PLOS ONE**, [San Francisco], v. 14, n. 8, ago. 2019. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0221152&type=printable>. Acesso em: 9 dez. 2021.

NALON, Tai; RIBEIRO, Amanda. Como sete sites lucraram com anúncios no Google ao publicar desinformação sobre a pandemia. **Aos Fatos**, [s. l.], 21 maio 2020. Disponível em: <https://>

[www.aosfatos.org/noticias/como-sete-sites-lucraram-com-anuncios-no-google-ao-publicar-desinformacao-sobre-pandemia](http://www.aosfatos.org/noticias/como-sete-sites-lucraram-com-anuncios-no-google-ao-publicar-desinformacao-sobre-pandemia). Acesso em: 30 dez. 2021.

NAPOLITANO, Carlo José; STROPPIA, Tatiana. O Supremo Tribunal Federal e o discurso de ódio nas redes sociais: exercício de direito versus limites à liberdade de expressão. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, DF, v. 7, n. 3, 2017, p. 313-332. Disponível em: <https://www.publicacoes.uniceub.br/RBPP/article/view/4920>. Acesso em: 9 dez. 2021.

OLIVEIRA, André Soares; GOMES, Patrícia Oliveira. Os limites da liberdade de expressão: fake news como ameaça à democracia. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, v. 20, n. 2, p. 93-118, 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8697526>. Acesso em: 30 out. 2023.

PAGANOTTI, Ivan. “Notícias falsas”, problemas reais: propostas de intervenção contra noticiários fraudulentos. In: COSTA, Maria Cristina Castilho; BLANCO, Patrícia (org.). **Pós-tudo e crise da democracia**. São Paulo: ECA-USP, 2018, p. 96-105. Disponível em: <https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/274/245/1081>. Acesso em: 9 dez. 2021.

REBS, Rebeca Recuero; ERNST, Aracy. Haters e o discurso de ódio: entendendo a violência em sites de redes sociais. **Diálogo das Letras**, Pau dos Ferros, v. 6, n. 2, p. 24-44, 2017. Disponível em: <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/DDL/article/view/1014>. Acesso em: 9 dez. 2021.

RIBEIRO, Amanda. Sites de fake news foram os mais populares em grupos de WhatsApp nas eleições. **Aos Fatos**, [s. l.], 1 ago. 2019. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/sites-de-fake-news-foram-os-mais-populares-em-grupos-de-whatsapp-nas-eleicoes>. Acesso em: 30 dez. 2021.

RIBEIRO, Manoel Horta *et al.* “Everything I Disagree With is #Fake News”: Correlating Political Polarization and Spread of Misinformation. In: DATA SCIENCE + JOURNALISM, 17., 2017, Halifax. **Proceedings [...]**. [S. l.: s. n.], 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1706.05924>. Acesso em: 30 dez. 2021.

RIBEIRO, Márcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. O que são e como lidar com as notícias falsas. **SUR**, São Paulo, n. 27, v. 15, n. 27, p. 71-83, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-marcio-moretto-ribeiro-pablo-ortellado.pdf>. Acesso em: 30 dez. 2021.

ROSS, Andrew S.; RIVERS, Damian J. Discursive Deflection: Accusation of “Fake News” and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump. **Social Media + Society**, Thousand Oaks, v. 4, n. 2, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/2056305118776010>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SANTOS, Márcio. LTWEET: Ferramenta de extração do TWITTER. Versão beta. **Labcom Digital**, [São Luiz], 2019. Disponível em: <https://www.labcomdata.com.br>. Acesso em: 1 set. 2020.

SCHÄFER, Gilberto; LEIVAS, Paulo Gilberto Cogo; SANTOS, Rofrigo Hamilton dos. Discurso de ódio: da abordagem conceitual ao discurso parlamentar. **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, DF, v. 52, n. 207, p. 143-158, 2015. Disponível em: [https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/52/207/ril\\_v52\\_n207\\_p143](https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/52/207/ril_v52_n207_p143). Acesso em: 30 dez. 2021.

SILVA, Rosane Leal *et al.* Discursos de ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 445-468, dez. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdgv/a/QTnjBBhqY3r9m3Q4SqRnRwM/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Imprensa livre é remédio contra “fake news”**. **Jornal da USP**, São Paulo, 2 abr. 2018. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/imprensa-livre-e-remedio-contrafake-news>. Acesso em: 30 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Campanha pelo cancelamento da conta usada pelo youtuber Olavo de Carvalho na plataforma PagSeguro]. [S. l.], 7 jul. 2020a. Facebook: sleepinggiantsbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantsbrasil/posts/154986006226419>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Definição de “discurso de ódio” pela Cambridge Dictionary]. [S. l.], 17 set. 2020b. Facebook: sleepinggiantsbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantsbrasil/photos/a.118900033168350/181118216946531>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Definição de “discurso de ódio” pela Hate Detector da UFRGS]. [S. l.], 1 out. 2020c. Facebook: sleepinggiantsbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantsbrasil/photos/a.118900789834941/185474979844188>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Definição de “discurso de ódio” pela Irish Prohibition of Incitement to Hatred Act]. [S. l.], 1 out. 2020d. Facebook: sleepinggiantsbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantsbrasil/photos/a.118900789834941/185475043177515>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Definição de “discurso de ódio” pela Lei Gayssot]. [S. l.], 1 out. 2020e. Facebook: sleepinggiantsbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantsbrasil/photos/a.118900789834941/185475006510852>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Definição de “discurso de ódio” pela Organização das Nações Unidas]. [S. l.], 17 set. 2020f. Facebook: sleepinggiantsbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantsbrasil/photos/a.118900033168350/181118220279864>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Definição de “discurso de ódio” pela Wikipedia chinesa]. [S. l.], 23 set. 2020g. Facebook: sleepinggiantsbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantsbrasil/photos/a.118900033168350/183003090091377>. Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB aponta Jornal da Cidade Online como primeiro alvo]. [S. l.], 18 maio 2020h. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1262428487182430209](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1262428487182430209). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB justifica alvo com link para agência de checagem]. [S. l.], 18 maio 2020i. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1262429043456192512](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1262429043456192512). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB sobre a “diferença entre posicionamento político e propagação de Fake news”]. [S. l.], 23 jun. 2020j. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1275491991023992839](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1275491991023992839). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB sobre a “lucratividade em sites que promovem de desinformação”]. [S. l.], 21 maio 2020k. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1263520530357006337](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1263520530357006337). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB sobre “as definições de discurso de ódio em alguns países”]. [S. l.], 1 out. 2020l. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1311686170921840646](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1311686170921840646). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB sobre “boicote ao jornalismo independente”]. [S. l.], 21 maio 2020m. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/12635338914297218](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/12635338914297218). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB sobre “grupos de ódio”]. [S. l.], 20 ago. 2020n. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1296470772316286978](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1296470772316286978). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB sobre “liberdade na internet”]. [S. l.], 20 ago. 2020o. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1296470789068328962](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1296470789068328962). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB sobre “lucro embasado em discurso de ódio e desinformação”]. [S. l.], 4 jul. 2020p. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1279589034185109506](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1279589034185109506). Acesso em: 9 dez. 2021.

SLEEPING GIANTS BRASIL. [Tweet do SGB sobre “vinculação de anúncios em sites”]. [S. l.], 19 maio 2020q. Twitter: @slpng\_giants\_pt. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1262899803048030208](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1262899803048030208). Acesso em: 9 dez. 2021.

SROUR, Robert Henry. Por que empresas eticamente orientadas? *Organicom*, São Paulo, v. 5, n. 8, p. 59-67, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138967>. Acesso em: 9 dez. 2021.

TANDOC JR., Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, Abingdon, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2017. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em: 9 dez. 2021.

UNITED NATIONS. *Strategy and plan of action on hate speech*. New York: United Nations Office on Genocide Prevention and the Responsibility to Protect, 2019. Disponível em: <https://www.un.org/en/genocideprevention/hate-speech-strategy.shtml>. Acesso em: 30 dez. 2021.

WALLACE, Arturo. Como as redes sociais bloquearam Trump e por que isso gerou um grande debate sobre liberdade de expressão. *BBC News*, [s. l.], 14 jan. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-55664816>. Acesso em: 30 dez. 2021.

ZUCKERMAN, Ethan. Stop saying “fake news”. It’s not helping. *My Heart’s in Accra*, [s. l.], 30 jan. 2017. Disponível em: <https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping>. Acesso em: 30 dez. 2021.

## NOTAS

1. Pesquisa com auxílio da FAPESP - processo nº 20/15055-9, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Uma primeira versão deste trabalho foi apresentada no 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM - na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), em Recife-PE (em modalidade virtual devido à pandemia), de 4 a 9/10/2021.
2. Disponível no link: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt](https://twitter.com/slpng_giants_pt).
3. Infelizmente a ferramenta encontra-se em manutenção desde o início de 2021, o que impossibilitou a expansão da coleta para períodos posteriores. Ainda assim, esse estudo inicial já encontrou volume considerável, que permitirá detalhamento em pesquisas posteriores, além de permitir contraste por outras ferramentas de coleta, caso não seja possível dar continuidade ao processo de coleta usando o LTWEET.
4. Seguindo os preceitos da ciência aberta, o banco de dados gerado por essa pesquisa encontra-se disponível para download em: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1eycH2SdhfYzbMolRKBEviDea2LfKwxCneSZce3ng97E/edit?usp=sharing>.
5. Ver em: <https://sleepinggiantsbrasil.com>.
6. A contabilidade do “Desmonetizômetro” é disponibilizada pelo SGB em <https://sleepinggiantsbrasil.com>. Valor citado se refere à cifra no final de 2021. Em novembro de 2023, o site indicava mais de 139 milhões de reais em campanhas de desmonetização.
7. Também disponível em <https://sleepinggiantsbrasil.com>

8. Disponível em: <https://sleepinggiantbrasil.com/quemsomos>.
9. Disponível em: <https://sleepinggiantbrasil.com/quemsomos>.
10. Disponível em: <https://sleepinggiantbrasil.com/quemsomos>.
11. Tweet publicado em 22/06/2021. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1263520530357006337](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1263520530357006337)
12. Tweet publicado em 19/06/2021. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1262899803048030208](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1262899803048030208)
13. Tweet publicado em 21/06/2021. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1263533891429769218](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1263533891429769218)
14. Tweet publicado em 4/07/2021. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1279589034185109506](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1279589034185109506)
15. Tweet publicado em 23/06/2021. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1275491991023992839](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1275491991023992839)
16. Tweet publicado em 20/08/2021. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1296470789068328962](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1296470789068328962)
17. Tweet publicado em 20/8/2021. Disponível em: [https://twitter.com/slpng\\_giants\\_pt/status/1296470772316286978](https://twitter.com/slpng_giants_pt/status/1296470772316286978)
18. Imagem publicada em 17/09/2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900033168350/181118216946531>
19. Imagem publicada em 17/09/2020. Ver em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900033168350/181118223613197>.
20. Imagem publicada em 23/09/2020. Ver em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900033168350/183003090091377>
21. Imagem publicada em 23/09/2020. Ver em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900033168350/183003083424711>.
22. Imagem publicada em 1/10/2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900789834941/185474979844188>
23. Imagem publicada em 17/09/2020. Ver em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900033168350/183003093424710>.
24. Imagem publicada em 17/09/2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900033168350/181118220279864>
25. Imagem publicada em 1/10/2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900789834941/185475043177515>
26. Imagem publicada em 1/10/2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900789834941/185475006510852>
27. Imagem publicada em 17/09/2020. Ver em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900033168350/181118213613198>.
28. Imagem publicada em 24/09/2020. Ver em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900789834941/183286483396371>.
29. Imagem publicada em 24/09/2020. Ver em: <https://www.facebook.com/sleepinggiantbrasil/photos/a.118900789834941/183286776729675>.

Recebido em: 30 de dezembro de 2021

Aceito em: 24 de novembro de 2023

## “IT’S BRITNEY, BITCH!”: ENTRE O BEM E O MAL DOS CORPOS FEMININOS

### “IT’S BRITNEY, BITCH!”: BETWEEN THE GOOD AND EVIL OF FEMALE BODIES

Karla Beatriz César de Paulo Rezende<sup>1</sup>

Felipe Viero Kolinski Machado Mendonça<sup>2</sup>

#### RESUMO:

Neste artigo, nos debruçamos sobre os sentidos mobilizados a partir da figura da cultura pop Britney Spears e como essas práticas discursivas são usadas na perpetuação de uma performatividade de gênero (Butler, 2003). Nesse contexto, refletimos sobre o corpo feminino (Butler, 2018; Le Breton, 2007; Louro, 2018) que é socialmente marcado, entendendo, principalmente, que as construções desses corpos sofrem influências de discursos religiosos. Ao apontar a participação da Igreja na fabricação dos corpos femininos, estudamos representações bíblicas como Eva e Lilith (Assis; Muneratto, 2013; Wandermurem, 2007), além da figuração pagã das bruxas (Kolinski Machado; Silva, 2021; Zordan, 2005), que juntas expõem essa dualidade entre luz e trevas. Para isso, acionamos o conceito de acontecimentos midiáticos (França; Lopes, 2017; Simões, 2012a, 2012b) para reconhecer indicativos a partir da exploração de diversos “textos midiáticos”, os sentidos e representações produzidas e, então, analisar a partir deles as significações que atravessaram o corpo de Britney Spears e o que isso revela sobre os comportamentos esperados das mulheres.

**PALAVRAS-CHAVE:** Britney Spears; corpo; acontecimento midiático.

#### ABSTRACT:

In this article, we focus on the senses mobilized from the figure of pop culture, Britney Spears, and how these constructions are used as an ideal or not ideal model of conduct

1 Formada em Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). E mestra no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal de Ouro Preto (PPGCOM-UFOP), sendo bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig). *E-mail*: karla.rezende@aluno.ufop.edu.br.

2 Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (PPGCOM-UFOP). *E-mail*: felipeviero@gmail.com



(Butler, 2003). In this context, we reflect on the female body (Butler, 1999; Le Breton, 2007; Louro, 2018) which is socially marked, understanding, mainly, that the construction of these bodies is strongly influenced by religious discourses. By pointing out the participation of the Church in the construction of female bodies, we study biblical representations such as Eve and Lilith (Assis; Muneratto, 2013; Wandermurem, 2007), in addition to the pagan figuration of witches (Kolinski Machado; Silva, 2021; Zordan, 2005), that together expose this duality between light and darkness. For this, we used the concept of media event (França; Lopes, 2017; Simões, 2012a, 2012b) to recognize indications based on the exploration of different "media texts", the meanings and representations produced and, then, analyze from them the meanings that crossed Britney Spears' body and what it reveals about expected female behaviors.

**KEYWORDS:** Britney Spears; body; media event.

## INTRODUÇÃO

Este artigo advém de uma pesquisa prévia, já concluída<sup>1</sup>. Seu intuito era analisar os sentidos por trás das representações condicionadas à figura de Britney Spears. Nós, mulheres, recebemos diversos estímulos ao longo de nossas vidas que nos conduzem aos ideais comportamentais e corporais do feminino através de atos performativos (Butler, 2003). Autores como Guacira Lopes Louro (2018) e David Le Breton (2007) expõem que os corpos são construções. É também na superfície do corpo que se materializam os construtos identitários e as marcas culturais de uma sociedade. Com base nisso, compreendemos que a figura da Britney Spears aciona representações de um corpo adequado em determinados momentos e inadequado em outros. Além disso, sua imagem pública é operada em uma lógica pedagógica (Fischer, 1997), que não ensina apenas como se portar, mas também as consequências diante de atitudes consideradas erradas dentro da perspectiva moral e conservadora.

Assim, em relação aos corpos femininos, as autoras Gómez e Rocha (2018) apontam que, durante muito tempo, o corpo feminino pertenceu à Igreja e, seguidamente, à medicina, gravando uma ideia, que perdura até hoje, do corpo feminino como sagrado e o caráter biológico limitado a percepção da mulher como procriadora. Com o passar dos anos, o corpo feminino ocupou diversos lugares do imaginário social, porém todas as visões de mulher na sociedade eram acompanhadas de métodos de controle. Nesse contexto, Britney Spears transitou entre as representações de santa e profana, contudo, mesmo

nessa articulação binária de ser, a cantora sofria violência a partir de ambas as imagens. É a partir desse lugar teórico, e também político, que se percebem os fatos da vida de Britney como acontecimentos midiáticos (França; Lopes, 2017; Simões, 2012a, 2012b), que dão visibilidade aos modos possíveis de ser mulher na sociedade. Durante sua carreira, a cantora passou por diversos momentos emblemáticos, ou melhor, ocorrências que rompem com o cotidiano. Representada como ser angelical, buscamos explorar esse termo e o que ele indica sobre as mulheres, além de trazer figuras relacionadas e opostas, como a das bruxas. Logo, observamos que, como uma jovem e bela mulher, Britney é santificada, em contraponto com a sua representação como “garota má”, que é indicada como profana.

## UMA SÍNTESE DA TRAJETÓRIA DE BRITNEY SPEARS<sup>2</sup>

Eternamente conhecida como a princesinha do *pop*, Britney Jean Spears começou sua carreira de cantora em 1999. Com apenas 17 anos de idade, Britney lançou o primeiro álbum, *Baby one more time*<sup>3</sup>, um marco em sua trajetória<sup>4</sup>. Na sequência, Spears lançou o álbum mais vendido dos anos 2000, o *Oops!... I did it again*<sup>5</sup>. Já em 2001, ela lançou o terceiro álbum, *Britney*, trazendo o famoso single, “I’m a slave 4 U”<sup>6</sup>. O single “Toxic”<sup>7</sup>, um dos maiores sucessos de sua carreira, foi lançado em 2003, no disco *In the zone*.

Em 2004, ela ficou noiva de seu dançarino, Kevin Federline, com quem teve dois filhos, Sean e Jayden. Como mãe, ela sofreu diversas críticas, sendo até mesmo considerada uma péssima mãe. Durante sua segunda gravidez, Britney deu uma entrevista para *Dateline*<sup>8</sup> e chegou a comentar que não sabia mais o que fazer em relação a perseguição que sofria dos paparazzi. Após dois anos de seu casamento, a cantora entrou com pedido de divórcio, alegando “diferenças irreconciliáveis”<sup>9</sup>, além de solicitar a custódia de seus filhos.

Em 2007, iniciou-se a fase mais complicada de sua vida, que acabou sendo denominado como *Breakdown*. Em fevereiro, a cantora entrou em um salão de cabeleireiro e insistiu para que o seu cabelo fosse raspado. Poucos dias após raspá-lo, Britney se irritou com a presença insistente dos paparazzi e os agrediu com um guarda-chuva<sup>10</sup>. Sem lançar novas produções desde 2003, a artista estreou o quinto álbum de sua carreira, o *Blackout*<sup>11</sup>, que marcou o seu retorno para o cenário musical após passar pela reabilitação<sup>12</sup>. Aproveitando a sequência de episódios de instabilidade emocional que aconteceram nessa época, seu pai, Jamie Spears, entrou com pedido de tutela temporária<sup>13</sup>, adquirindo o direito de controlar os bens, finanças e carreira da cantora junto a uma equipe. Em outubro do mesmo ano, a juíza, Reva Goetz, alterou a custódia de temporária para permanente.

Com o fim da era *Blackout*, Britney lançou na sequência o *Circus*. Em 2011, ela lançou o disco *Femme fatale*, o sétimo de sua carreira. Já em dezembro de 2013, ela assinou um contrato de dois anos de residência em Las Vegas, fazendo o show *Britney: piece of me*<sup>14</sup>, no Planet Hollywood Resort and Casino. Essa residência<sup>15</sup> surgiu junto com o álbum *Britney Jean*. Em 2016, Britney produz o seu último álbum até então, o *Glory*.

Recentemente, Britney Spears falou abertamente sobre a tutela pela primeira vez, na Corte, em uma audiência solicitada por ela mesma<sup>16</sup>. Em um depoimento virtual, a cantora trouxe à tona algumas revelações<sup>17</sup> importantes que levaram ao afastamento de Jamie Spears da tutela. A própria cantora, em seu depoimento, afirmou que estava condicionada a uma tutela abusiva. No dia da audiência, diversos fãs se reuniram em protesto e aguardaram, do lado de fora, pelo depoimento de Britney. Cartazes e palavras de ordem clamavam pelos direitos civis da cantora e apontavam que ela estava sofrendo censura, mas o destaque vai para os gritos de “Libertem Britney!”. No dia 29 de setembro de 2022, após grande pressão, o pai de Britney foi formalmente retirado do cargo de tutor legal<sup>18</sup>. No dia 12 de novembro do mesmo ano, Brendan Penny declarou o encerramento completo da tutela<sup>19</sup>. Quase um ano após esses acontecimentos, em outubro de 2023, Britney Spears publicou um livro de memórias chamado *A mulher em mim*<sup>20</sup>. Em sua autobiografia, a cantora traz à tona sua relação com a fama, mais detalhes da tutela e outras questões privadas até então não ditas.

## METODOLOGIA

É importante explicitar que o processo de coleta de materiais para análise foi feito juntamente com o mapeamento da trajetória de Britney Spears. Logo, observar a carreira e vida pessoal da artista também aciona uma diversidade de textos midiáticos para entender e compor essa narrativa. Entendendo que a história de Britney Spears é rica em detalhes e reviravoltas, a pesquisa mobilizou capas de jornais, revistas, entrevistas e reportagens de rádio e televisão, de âmbito nacional e internacional, a fim de compor uma tessitura midiática que dissesse das possibilidades e impossibilidades de representação.

A partir desse movimento conjunto de reconhecimento e construção da história de Britney, foram constatadas algumas ocorrências essenciais que serviram de ponto de partida para um recorte mais concreto da pesquisa e que, posteriormente, foram compreendidas como acontecimentos midiáticos (França; Lopes, 2017; Simões, 2012a, 2012b) devido a

seu caráter inesperado, sua força de quebra do cotidiano e de seu poder hermenêutico. O que significa que ambas as ocorrências presentes na análise atravessaram o rotineiro causando um efeito de ação e reação no corpo social. O poder hermenêutico do acontecimento, para Quéré (2005), e trazido pelas autoras Vera Veiga França e Suzana Cunha Lopes (2017), diz respeito, portanto, à potência de gerar sentidos e discursos. Logo, o acontecimento tem a capacidade de fornecer indícios para esclarecer o contexto em que se insere. Nesta perspectiva, então, o acontecimento dá a ver o que somos enquanto sociedade e não é apenas “[...] um objeto a ser explicado, ou uma construção linguageira que conforma a realidade [...]” (França; Lopes, 2017, p. 75).

Dos materiais coletados ao longo da etapa inicial, textos midiáticos e acontecimentos mais específicos se entrelaçaram de forma potente, trazendo questões que se repetiam de certa maneira e que, ao serem observados com mais atenção, produziam esse discurso de dualidade desenvolvendo, assim, os dois eixos de análise desta pesquisa - corpo santificado e corpo profano. É importante explicitar que a escolha do uso de diferentes formatos midiáticos se dá com a intenção de desdobrar os acontecimentos em si e explorar o que eles poderiam oferecer a partir dessa diversidade de formas de construção do mesmo. Os momentos observados transitam entre a fase de mudança de comportamento da menina angelical para a garota problema e o *Breakdown* de Britney. Ambos são acontecimentos que se entrelaçam e trazem repercussões, oferecendo, a partir dos textos midiáticos, significações repetidas e também de ruptura, auxiliando nessa observação da ideia de um corpo ambíguo.

Assim, a partir da exploração de diversos “textos midiáticos” - capas de revistas, jornais, entrevistas de rádio e televisão - que contemplam os acontecimentos selecionados para a pesquisa, procura-se entender os discursos e as simbolizações mobilizadas a partir dos próprios acontecimentos e o que eles podem dizer sobre o social. Seguimos, assim, as pistas fornecidas por França e Lopes (2017, p. 77) que apontam que “[...] o pesquisador buscará perceber os sentidos em circulação, suas variações, formatações e contradições, analisando o que eles revelam sobre o acontecimento em si e, a partir dele, o que dão a ver da sociedade”. Assim, a escolha do uso de diferentes formatos midiáticos se dá com a intenção de desdobrar os acontecimentos em si e explorar o que eles oferecem por meio dessa diversidade de formas de construção do mesmo. Os momentos observados transitam entre a fase de mudança de comportamento e o *Breakdown* de Spears. Ambos são acontecimentos que se entrelaçam e trazem repercussões, além disso, eles

oferecem, a partir dos textos midiáticos, significações semelhantes e também de oposição auxiliando nessa observação de um corpo ambíguo.

## ENTRE O BEM E O MAL DOS CORPOS

O corpo é uma estrutura em que são materializadas as marcas culturais e sociais. David Le Breton (2007, p. 7) apresenta, a partir da visão sociológica, que é possível perceber a “[...] corporeidade humana como fenômeno social e cultural, motivo simbólico, objeto de representações e imaginários”. Assim, o corpo não se trata de uma estrutura natural, mas objeto mutável e, principalmente, ajustável. Já Guacira Lopes Louro (2018) aponta que o sujeito inscreve seu corpo em variados processos que permitem alcançar aquilo que foi determinado em sociedade.

A autora vai dizer que “de acordo com as mais diversas imposições culturais, nós os construímos [corpo] de modo a adequá-los aos critérios estéticos, higiênicos, morais, dos grupos a que pertencemos” (Louro, 2018, p. 12). Tais marcas culturais, inscritas na corporeidade do sujeito, tornam-se códigos de identificação e categorização. Logo, aprende-se a decodificar e, conseqüentemente, a classificar os corpos a partir da forma como o indivíduo se porta e se expressa.

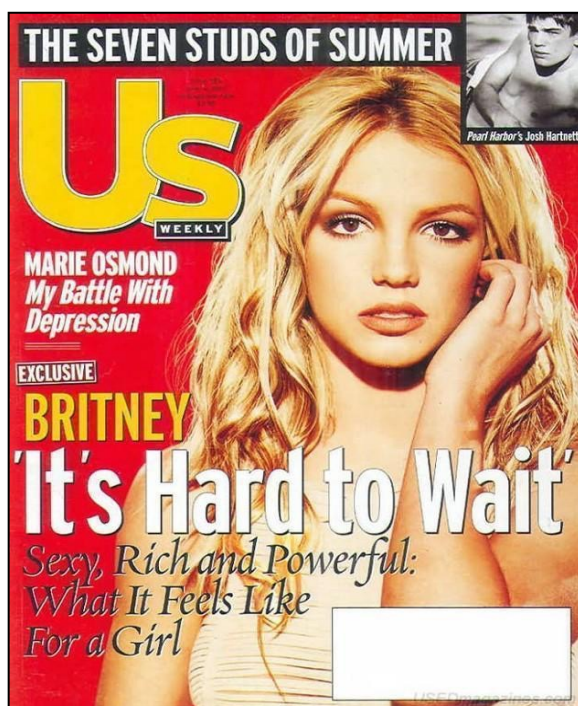
Ao pensar no corpo feminino, é possível observar as materialidades que o atravessam com intuito de condicionamento da mulher em posição de submissão. Judith Butler (2003) diz que gênero é um ato performativo de ideais normativos, operado em uma lógica de repetição de atos. A autora, por meio da teoria foucaultiana, olha para o gênero como efeito de práticas discursivas, ou seja, o gênero como ato performativo produzido pelo discurso. Portanto, o gênero, como performatividade, materializa nos corpos os ideais regulatórios com objetivo de imposição de poder e a constituição da diferenciação binária dos sujeitos. Segundo a autora, a performance é posterior à performatividade, sendo, de fato, os atos comportamentais reproduzidos. Essas performances são mantidas através da repetição desses ideais que podem ser reestruturados conforme tempo e contexto, mas que mantém o mesmo objetivo estratégico: a perpetuação de uma estrutura binária em que o homem ocupa o local de dominação sobre outros corpos. Butler (1999, p. 151) indica que:

[...] as normas regulatórias do ‘sexo’ trabalham de uma forma performativa para constituir a materialidade dos corpos e, mais especificamente, para materializar o sexo do corpo, para materializar a diferença sexual a serviço da consolidação do imperativo heterossexual.

Em seu ensaio sobre corpo e sexualidade, Jeffrey Weeks (2018) ensina que a sexualidade é forjada dentro das relações de poder, nas quais as marcas injetadas nos corpos são estratégias de divisão. Essa construção corporal do feminino, portanto, é realizada através de forças morais e éticas de instituições como a família e a Igreja, sendo propagada em diversos meios - e, dentre eles, a mídia. O que cabe aqui entender é que o ser mulher ocupa diversos lugares do imaginário coletivo, sempre em um processo de relação de poder e disputa de sua posição na sociedade. A seguir, analisamos como o acionamento de certas representações, como o ser angelical ou a “garota má”, não são apenas denominações, mas construtos discursivos que indicam posições, condutas e comportamentos. Vale ressaltar que essas representações estão atreladas a morais e éticas religiosas e conservadoras que usam de figuras bíblicas ou pagãs para controlar os corpos femininos.

## CORPO SANTIFICADO

Britney foi representada como um ser angelical, porém alimentando a fantasia de uma ingenuidade *sexy*. A cantora teve sua figura relacionada com uma construção imagética que transmitia o que chamamos aqui de uma pureza corrompida. Ser considerada um anjo, ser virginal ou representante da castidade é acionar, nos campos dos sentidos, as simbolizações que perpassam por essa construção discursiva. A capa a seguir traz como título principal os seguintes dizeres: “É difícil esperar” e em sequência questiona: “Sexy, rica e poderosa: como é para uma garota?”. A pergunta em si já oferece evidências que deixam nítidas os tratamentos distintos por gênero. A castidade tratada como uma forma de dedicação e a garota *sexy*, rica e poderosa causando estranhamento. Atentamo-nos para a primeira frase que está em destaque na capa e traz como pauta a virgindade da artista.

Figura 1 – Britney na capa da *Us Weekly*Fonte: *Us Weekly*, 2001.

A santificação das mulheres e a pureza de seus corpos são construções morais fundadas no cristianismo, tendo como representação maior a figura da Virgem Maria. Ela é mãe, virgem e a escolhida de Deus para receber a graça divina. Sua devoção, castidade, obediência e maternidade acompanham esse ideal divino da mulher que passa a ser perpetuado na sociedade. Segundo Martha Roble (2006), a Virgem Maria surge como representação feminina que busca um ideal purificador que se opunha à primeira mulher pecadora, Eva. Essas duas figuras bíblicas são modelos e demonstram a passividade exigida a mulheres. Maria, obediente diante Deus e dos homens, existe em contraponto a Eva, contestadora e pecadora, que seria justamente castigada pelo poder divino. Ao fazer uma análise da literatura medieval e da cultura cristã, os autores Assis e Muneratto (2013) observaram modelos femininos idealizados que foram mobilizados em um processo de opressão de gênero e consolidados no imaginário, sendo reproduzidos na atualidade.

É válido ressaltar que o corpo de Britney era usado em uma lógica pedagógica de morais e valores. Durante uma entrevista ao programa *Primetime*<sup>21</sup>, da emissora estadunidense ABC, Britney foi questionada sobre sua posição de modelo. Em determinado momento a apresentadora, Diane Sawyer, comenta sobre a ameaça feita pela esposa do ex-governador de Maryland, Kendel Ehrlich. Diante das mudanças de comportamento de Britney, Ehrlich declarou: “*sério, se eu tivesse a chance de atirar em Britney Spears, eu acho que faria*”.

Ao ouvir tal comentário, Britney se posiciona dizendo apenas: *“oh, isso é horrível! Isso é muito ruim”*. Em sequência, Sawyer afirma: *“porque você é exemplo para as crianças e deve ser difícil para os pais manterem os filhos longe disso”*. A fala da apresentadora se demonstra violenta igual à real ameaça, já que atua como justificativa e legitimação para essas condutas.

Em seus estudos sobre dispositivos pedagógicos na televisão, Rosa Maria Bueno Fischer (1997) afirma que o meio televisivo tem se colocado como educador de sujeitos, desde tarefas básicas até os modos de ser e estar no mundo. A autora ainda destaca que existem técnicas de exposição desses sujeitos na TV, de invocação de culpa e de necessidade de retratação de seus atos. O comentário de Diane Sawyer culpabiliza Britney pelas agressões verbais que recebe, enquanto constrói a imagem de uma jovem que decepcionou pais e filhos por atitudes controversas. Sobre essa questão, Spears questiona a própria apresentadora: *“eu sou responsável por elas [crianças]?”*.

Enquanto representação da castidade, Britney era consagrada, devota e semelhante à Maria. Após o término com Justin Timberlake, o beijo com Madonna e as aparições mais *sexys*, Britney torna-se pecadora e merecedora de castigos. Maria Madalena também é mencionada, por Assis e Muneratto (2013), como personagem de grande importância na formação do imaginário cristão. Ela, ao contrário de Eva, representa a pecadora arrependida. Os autores indicam que, para que as mulheres recebam o perdão, elas devem passar por dores e sofrimento, ou seja, a mortificação do corpo feminino.

O episódio protagonizado por Maria Madalena garantiu à mulher o direito ao arrependimento, demonstrado pela prostração, pela humilhação e pelas lágrimas, em oposição ao possível poder de persuasão de Eva, que levou toda a humanidade ao pecado e, por isso, passou a ser considerada enganadora (Assis; Muneratto, 2013, p. 90).

Em mais um trecho da entrevista, Sawyer questiona, com entonação acusatória, a letra da música *“Everytime”*, de Britney, e de sua relação com os boatos de que a cantora teria traído Justin Timberlake, sendo esse o motivo para o término do relacionamento. *“A minha fraqueza causou-lhe dor e essa música é o meu pedido de desculpas”*, canta Spears. Com esses versos, Sawyer pergunta: *“você partiu o coração dele. Você fez algo que causou muita dor para ele, muito sofrimento. O que você fez?”*. Sem respostas concretas, a cantora apenas afirma que os dois [ela e Justin] são muitos jovens e que ele é uma ótima pessoa. A especulada traição de Britney, então, é condenada pela mídia e por um público conservador, tal qual Maria Madalena. E assim, como a pecadora



arrependida, se espera da cantora uma busca por absolvição. Ao final desse trecho, a apresentadora pergunta à Britney: “e o que você aprendeu com isso?”.

No tópico seguinte, apresentamos como as morais conservadoras e religiosas constroem corpos femininos abarcados pela dualidade do ser sagrado em contramão ao ser profano. Quando a representação de “boa moça” começa a ser contestada, Britney Spears deixa de ser modelo positivo. Apresentada como “garota má” pelos meios jornalísticos, ela torna-se um exemplo a não ser seguido. Assim, uma jovem que se posiciona, guia sua própria imagem, frequenta festas e afirma não ser mais virgem quebra as condutas esperadas. Dos atos ali exemplificados, os jovens homens gozam e são vangloriados. Mostra-se na superioridade da condição de homem uma permissão para essas práticas. Essa distinção em relação a representações midiáticas de uma artista feminina e de um artista masculino expõe os papéis esperados e modos adequados de ser/estar no mundo, perpetuados a partir da diferenciação do gênero. Logo, essas categorias políticas instituídas através do sistema binário de controle, são perpetuadas e reproduzidas, também, nessas figuras midiáticas. Ou seja, “confrontando-se tais situações, faz-se evidente que a do homem é infinitamente preferível, isto é, ele tem muito mais possibilidades concretas de projetar sua liberdade no mundo” (Beauvoir, 1967, p. 392).

## CORPO PROFANO

A autora Marli Wandermurem (2007) aponta que o pensamento religioso construiu e difundiu, durante séculos, o corpo feminino como símbolo de pecado, invocando a necessidade de controlar as mulheres. A autora argumenta que dentro da cultura religiosa, a representação das mulheres é acompanhada da ideia de um “ser que criou transtornos para humanidade” (Wandermurem, 2007, p. 12). Nessa mesma linha, Paola Zordan (2005) expõe que, a partir do discurso eclesiástico, mulheres independentes passaram a ser associadas ao paganismo, criando, assim, a figura da bruxa. Portanto, as bruxas seriam a encarnação da rebeldia das mulheres.

Retornando à figura bíblica de Eva, Wandermurem (2007) expõe que a mulher é, simbolicamente, perigosa. Seria por culpa de Eva, e de sua tentação, que a humanidade teria sido condenada à mortalidade e à perda do paraíso. Porém, indo um pouco mais além, a figura escondida de Lilith traz outros indícios relevantes. De acordo com o mito, Lilith, a primeira esposa, veio do pó, igual Adão. No entanto, ao exigir igualdade diante do homem, foi considerada rebelde. Ela se volta contra Deus e os homens, tornando-se um perigo.

Como a autora menciona, ambas as figuras representam a ideia oposta de uma mulher submissa e uma mulher desafiadora, contudo, as duas permanecem sendo “portadoras de mal para a humanidade” (Wandermurem, 2007, p. 17). Mesmo se comportando como ser angelical ou como “garota má”, Britney Spears continua sendo pecadora.

O *Breakdown* de Britney, que ocorreu em 2007, é um acontecimento midiático que traz muitos indícios de sentidos acionados em corpos femininos que não cumprem com os comportamentos esperados. Os jornais apontaram esses momentos como uma “semana caótica e bizarra” na vida de Britney Spears. A seguir, a capa do *Daily News*, na qual os dizeres principais são “A fúria de Britney”. Aqui, temos aspectos relacionados ao corpo para observar. Não é apenas uma Britney raivosa, mas uma Britney careca e furiosa. As características unidas alimentam o sentido de loucura dado a esta capa.

Figura 2 – Britney na capa da *Daily News*



Fonte: Daily News, 2007

Ao observar os sentidos produzidos sobre ser mulher e bruxa em diferentes filmes, Kolinski Machado e Silva (2021) exploram a demonização desses corpos. Em *Convenção das bruxas*, uma das obras analisadas, os autores refletem sobre a figura da grande rainha bruxa, Eva Ernst. Em determinado momento, ela é uma mulher sexy e sedutora, mas sua forma real esconde um corpo grotesco que inclui, entre várias características, ser calva. A partir de Louro, os autores apontam que a mulher/bruxa provoca estranhamento, mas, ao mesmo tempo, são atrativas. O descontrole também é relacionado à ideia de corpos pagãos, como indica Zordan (2005). A histeria vista como possessão, a bruxa vista como ser capaz de confundir pensamentos e causar perturbações. Percebe-se, portanto, como os aspectos da capa operam em uma lógica específica, colocando Britney Spears nesse lugar de figura perigosa. Zordan (2005, p. 338) diz que:

No alvorecer das ciências psíquicas, as mulheres atordoadas pelo demônio, assim como toda sorte de 'enfeitiçados', como, por exemplo, as religiosas do convento de Loudun, serão tidos como histéricos.

A seguir, duas capas da *Entertainment Weekly* são trazidas, lado a lado, em uma análise comparativa onde uma mesma figura, Britney, é colocada nessa circunstância de ambiguidade dos corpos. Todos os elementos realizam um movimento que, em nossas análises, consideramos perspicaz, cruel e patriarcal. A bela jovem *versus* o - dito - corpo gordo, o bom e o mau, indicados não apenas pelo próprio corpo da cantora como também pelas cores empregadas. O preto em oposição ao branco. A mesma pose, também usada nessa dicotomia do corpo angelical e sagrado ao lado do corpo pecador que pede perdão por suas falhas.

Figura 3 – Britney em 2003

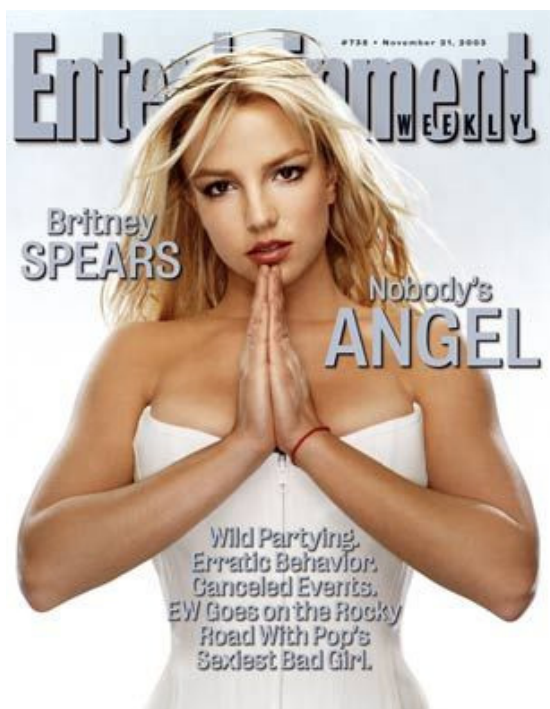


Figura 4 – Britney em 2007



Fonte: *Entertainment Weekly*.

A primeira capa, de 2003, apresenta uma Britney que tem as mãos erguidas diante do peito formando um sinal religioso. As cores da capa e de seu vestido são brancas, cor simbólica da pureza. Na celebração tradicional do casamento, a mulher casta entra no altar usando um vestido branco. Essa imagem angelical, propagada pela mídia, nada mais é do que uma alusão à passividade. Simone de Beauvoir (1967, p. 388), sobre isso, lembra que “a passividade a que a mulher é votada é santificada”.

Outro ponto interessante é o jogo de palavras e sua relação com a imagem. Ambos dialogam e alimentam essa dualidade da boa moça que não é exatamente tão pura. O título principal pode ser traduzido como “Anjo de ninguém”. Compreende-se, a partir dessa única frase, a ideia de questionamento, ou até mesmo acusação, dessa santidade inserida no corpo de Britney. A capa continua com alguns outros dizeres como: “Festejando selvagememente”, “Comportamento erráticos” e “Eventos cancelados”. Essas últimas construções seriam formas de argumentação para afirmar que a cantora já não é tão angelical como antes. Logo, o corpo ambíguo de Britney transita por essa pureza corrompida que é, ao mesmo tempo, atraente e repulsiva.

A segunda capa é de 2007, advinda da performance de Britney no *Video Music Award* (VMA), que ocorreu no dia 9 de setembro de 2007, em Las Vegas, levando ao palco a canção “Gimme more”<sup>22</sup>. O título da capa diz: “A volta de Britney já acabou? Ou ela tem uma oração?”. Novamente é necessário observar a construção ambígua entre o aspecto textual e visual. Como já foi dito, a capa da esquerda apresenta a imagem de uma pureza corrompida que é atrativa e também causa reprovação. No entanto, a capa carrega muito mais que uma ideia de falsa repulsa, ou melhor, um desejo obscuro por um ser angelical. Mesmo diante de todos os apontamentos trazidos sobre um comportamento controverso, a capa da direita ainda se sobressai nesse caráter de condenação. O corpo apontado como gordo acaba por causar mais repúdio que a “garota má”.

Nessa apresentação do VMA, a coreografia, figurino e playback foram alguns dos apontamentos feitos pela crítica, mas o peso de Britney Spears foi replicado praticamente pela maioria dos veículos que fizeram a cobertura daquela noite. *O Globo*<sup>23</sup> trouxe comentários negativos, declarando a performance como algo que “deixou a desejar”. A redatora da matéria, Erika Azevedo, ainda, declarou que Britney estava “fora de forma”, além de usar termos como “pesada” e “sem energia”. Já a agência de notícias britânica, *Reuters*, publicou que a cantora estava “ridícula, vestida igual a uma *stripper*”<sup>24</sup>. Após os comentários, pessoas próximas mencionaram que Britney ficou inconsolável, envergonhada e arrasada. A própria Spears fez comentários negativos sobre si. Inclusive, desabafou logo após sair do palco que estava parecendo “um porco gordo”<sup>25</sup>. Um ponto importante que Zordan (2005) traz é que os corpos das bruxas materializavam o mal e que os corpos femininos estranhos eram tidos como corpos corrompidos. Em razão disso, as bruxas foram sendo associadas à feiura, à velhice e, nesse caso, à gordura. Zordan (2005) expõe que a demonização e relação com inferno perpassam pela externalização do maligno através de corpos vistos como grotescos.

De acordo com Kolinski Machado e Silva (2021, p. 12) “a punição para essa bruxa/mulher que escapa às normas, contudo, é evidente: ao longo de *Abracadabra* (1993), Winifred, Mary e Sarah são enforcadas, queimadas e, finalmente, explodidas”. Seriam, portanto, as represálias a que essas mulheres, por não corresponderem ao esperado, poderiam ser submetidas. A caça às bruxas moderna condena as mulheres a novos tipos de punição. Não é à toa, portanto, que no ano seguinte à apresentação do VMA, o pai de Britney Spears entrou com o pedido de tutela da filha e ficou como tutor durante 13 anos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando a formação discursiva, simbologias e significações mobilizadas nos acontecimentos midiáticos analisados, conseguimos materialidades significativas para entender gênero e feminilidade como performatividade. Como indica Butler, gênero é efeito discursivo, então, compreendemos que as narrativas construídas sobre Britney Spears são práticas discursivas de perpetuação de uma performatividade de gênero. É interessante destacar que, em meio aos distintos “textos midiáticos” acionados, os discursos presentes eram similares, logo, há a reprodução recorrente de um ideal, ou seja, a repetição de normas comportamentais com intuito de fixar, naturalizar e, assim, regular corpos. Como afirma a autora, gênero se faz na repetição de uma performance. Gestos de princesa, pose angelical ou olhar de fúria e maligno apontam para uma performance, indicando, também, “formações discursivas” que produzem a performatividade.

Sendo santa ou profana, Britney Spears transitou pela dualidade do bem e mal dos corpos femininos. Contudo, ao longo dessa investigação, foi possível perceber, a partir da figura da princesa do pop, que esses corpos são ambíguos, jamais permanecendo completamente puros ou corrompidos, estando em deslocamento, e questionamento, constante. Na verdade, vale refletir que os corpos femininos sempre estarão ocupando o espaço de seres pecadores, tal qual aponta Wandermurem (2007). A submissa Eva ou a agitadora Lilith, opostos bíblicos que indicam formas distintas do feminino, ao fim, são colocados no mesmo espaço de causadores do mal. Assim, a ideia de binaridade constrói esse oposto feminino de santidade e profanação, mas continuamente caracterizando a mulher como figura que necessita ser controlada (Zordan, 2005). A passividade de uma Britney angelical era glorificada, mas ao mesmo tempo instigada a uma sensualidade compulsória. Já uma Britney que assume essa sensualidade é condenada, pois essa instigação parte de uma escolha e não de um desejo masculino.

A história de Lilith, Eva e Madalena, no contexto bíblico, tem fins similares: a condenação. As mulheres de Adão perdem o paraíso, Maria Madalena é apedrejada e as bruxas são queimadas. Os acontecimentos midiáticos observados nas análises descortinam e dão visibilidade a todo esse processo através do corpo da princesa do *pop*. A relação de Britney com Justin, a separação e uma possível traição traz nas entrelinhas um corpo angelical, porém corrompido, que é subjugado. O acontecimento tem como uma das características a interrupção da normalidade. Esse corpo, colocado como exemplo a ser seguido, mas que quebra com o esperado de uma boa moça, pode até mesmo ser observado como o próprio acontecimento em si que descortina, também, uma sociedade conservadora, patriarcal e de morais religiosas. Simões (2012a, 2012b), que vai pensar a relação do acontecimento com as celebridades, também indica que essas ocorrências, ou acontecimentos-objetos, dão visibilidade à trajetória dessas figuras públicas. Portanto, a autora desloca a atenção para a vida da celebridade e para o contexto em que ela está presente, logo, partindo da mesma premissa de que o acontecimento midiático fornece indicativos socioculturais.

Em sequência, na segunda parte da análise, é possível observar um pouco mais além ao perceber que o corpo dito gordo é visivelmente mais condenável. A Britney de 2003 tem comportamentos questionáveis, mas seu corpo segue sendo atraente, dentro dos padrões e, portanto, mais aceitável. O corpo feminino causador de balbúrdia e o corpo feminino estranho são condenáveis, mas em medidas diferentes. Para esse último caso, Britney Spears foi punida com o fim da liberdade, pois a partir do ano seguinte, 2008, seu pai Jamie Spears conseguiu instituir uma tutela que durou 13 anos. O caso de Britney é emblemático. Uma jovem que teve o corpo usado das mais diversas formas e, na perspectiva dessa pesquisa, colocado dentro de uma lógica pedagógica. A figura da princesa do *pop*, inicialmente, se constituiu como um modelo de feminilidade. A ideia de um ser angelical. Com o tempo, essa construção desaparece, seguindo para o exato lado oposto, "a garota má". Por mais que essa nova representação causasse repúdio, ela jamais deixou de ocupar o espaço de exemplo. Britney deixa de ser modelo a ser seguido e passa a ser modelo de comportamentos inadequados para as mulheres. A mídia e a sociedade permanecem utilizando o corpo de Spears nessa lógica, mas agora para apontar o que não ser, o que não fazer. Para além de ensinar como se portar, o corpo de Britney também é exposto para indicar quais são as punições para mulheres que não cumprirem com o esperado e, por conseguinte, se constitui em lugar importante para que, nessa investigação, possamos refletir sobre as possibilidades e impossibilidade de ser e de estar no mundo enquanto mulher.

## REFERÊNCIAS

ASSIS, Anne Caroline Moraes de; MUNERATTO, Bruno Gustavo. Gení apedrejada, Madalena arrependida e Maria santificada: relações entre a misoginia no imaginário cristão e o respaldo ideológico na perpetuação da violência contra a mulher. *Revista Diálogos Acadêmicos*, Fortaleza, v. 2, n. 2, p. 88-96, 2013.

BEAUVOIR, Simone. *O Segundo Sexo: a experiência vivida*. Tradução: Sérgio Millet. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BUTLER, Judith. Inscrições corporais e subversões performativas. In: BUTLER, Judith. *Problemas de Gênero: feminismo e subversão de identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 185-201.

BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do sexo. In: LOURO, Guacira Lopes (org.). *Corpo Educado: pedagogias da sexualidade*. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. 4. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2018. p. 149-170.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O estatuto pedagógico da mídia: questões de análise. *Educação & Realidade*, [Porto Alegre], v. 22, n. 2, p. 59-79, 1997. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71363/40517>. Acesso em: 12 jan. 2024

FRANÇA, Vera Veiga. O acontecimento e a mídia. *Galáxia*, São Paulo, n. 24, p. 10-21, 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/12939/9406>. Acesso em: 12 jan. 2024

FRANÇA, Vera Veiga.; LOPES, Suzana Cunha. Análise do acontecimento: possibilidades metodológicas. *MATRIZES*, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 71-87, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/138820/137279>. Acesso em: 12 jan. 2024

GÓMEZ, Clara Maduell; ROCHA, Mariani Viegas da. Construindo e Padronizando: um estudo histórico-cultural sobre corpos femininos. *Áskesis*, São Carlos, SP, v. 7, n. 2, p. 38-51, 2018. Disponível em: <https://www.revistaaskesis.ufscar.br/index.php/askesis/article/view/374/185>. Acesso em: 12 jan. 2024

KOLINSKI MACHADO, Felipe Viero; SILVA, Jussara de Souza Lima. Porque nem toda feiticeira é corcunda: sentidos sobre o ser bruxa/ser mulher em filmes infantis e infantojuvenis. *InTexto*, Porto Alegre, n. 52, p. 1-23, 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/106691/61844>. Acesso em: 12 jan. 2024

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da Sexualidade. *In*: LOURO, Guacira Lopes (org.). **Corpo Educado: pedagogias da sexualidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. 4. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2018. p. 5-32.

ROBLES, Martha. **Mulheres, mitos e deusas: o feminino através dos tempos**. Tradução: William Lagos e Débora Dutra Vieira. São Paulo: Aleph, 2006.

SIMÕES, Paula Guimarães. Acontecimento, mídia e experiência: uma perspectiva para a análise das celebridades. **Teoria e Sociedade**, Belo Horizonte, n. 20.2, p. 10-39, 2012. Disponível em: <https://bib44.fafich.ufmg.br/teoriaesociedade/index.php/rts/article/view/57/50>. Acesso em: 12 jan. 2024

SIMÕES, Paula Guimarães. A potencialidade do conceito de acontecimento para a análise da imagem pública das celebridades **Líbero**, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 129-140, 2012. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/345>. Acesso em: 12 jan. 2024

WANDERMUREM, Marli. Corpo feminino, corpo sedutor, corpo profano: a construção teológica do corpo feminino como simbologia do mal. **Revista de Gênero e Religião**, Salvador, v. 1, n. 1, p. 7-27, 2007. Disponível em: [https://fbb.br/wp-content/uploads/2021/11/1-reger\\_marli.pdf](https://fbb.br/wp-content/uploads/2021/11/1-reger_marli.pdf). Acesso em: 12 jan. 2024

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. *In*: LOURO, Guacira Lopes (org.). **Corpo Educado: pedagogias da sexualidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. 4. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2018. p. 33-81.

ZORDAN, Paola Basso Menna Barreto Gomes. Bruxas: figuras de poder. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 2, p. 331-341, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X200500020007/7827>. Acesso em: 12 jan. 2024

## NOTAS

1. Este artigo apresenta algumas das reflexões proposta para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), defendido em 2021 na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). A pesquisa completa pode ser acessada em: <https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/3826>.
2. Considerando a ampla gama de questões de sua vida privada e sua extensa carreira artística, a seguinte síntese pontua os principais lançamentos como hits e álbuns, além dos acontecimentos significativamente midiáticos e maior importância para essa pesquisa.
3. Ver em: <https://portalpopline.com.br/20-anos-de-baby-one-more-time-o-album-de-britney-spears-que-ditou-cara-do-teen-pop-nos-anos-2000/>.
4. Este primeiro lançamento lhe garantiu 32 milhões de discos comercializados pelo mundo, sendo um dos mais vendidos de sua discografia, além de um faturamento de 35 milhões de dólares com sua turnê.
5. Ver em: <https://portalpopline.com.br/nesta-semana-ha-17-anos-britney-spears-colocava-seu-album-oops-em-1-batendo-recorde/>.



6. Ver em: <https://youtu.be/Mzybwwf2HoQ>.
7. Ver em: <https://youtu.be/LOZuxwVk7TU>.
8. Ver em: [https://youtu.be/SMVTsr\\_w2HA](https://youtu.be/SMVTsr_w2HA).
9. Ver em: <https://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,AA1341945-7084,00-BRITNEY+SPEARS+PEDE+DIVORCIO+DE+KEVIN+FEDERLINE.html>.
10. Instante antes das agressões, a cantora tentou ver os seus filhos na casa do ex-marido. Diante da repercussão negativa e prestes a perder a guarda dos filhos, a princesa do pop foi internada em um centro de reabilitação, ficando um mês em reclusão.
11. Ver em: <https://www.papelpop.com/2017/10/ha-10-anos-britney-spears-lancava-o-iconico-blackout/>.
12. Ver em: <https://www.theguardian.com/music/2007/mar/21/news.paulmacinnes>.
13. Ver em: <https://www.theguardian.com/world/2008/feb/02/musicnews.usa>.
14. Ver em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/britney-spears-fara-residencia-em-las-vegas/>.
15. Segundo a Billboard, após estender a residência por mais 2 anos, Britney fez 248 shows e vendeu mais de 900 mil ingressos com arrecadação média de mais de 35 milhões de dólares.
16. Ver em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/06/23/britney-spears-fala-em-audiencia-de-tutela.ghtml>.
17. Durante a audiência, Britney revelou que foi forçada a fazer uma turnê em 2018, situação que já era especulada pela imprensa norte-americana. Ainda em seu relato, a cantora contou que teve sua medicação trocada ao recusar acompanhar uma coreografia. Um dos pontos que possivelmente causou mais choque, foi o fato de Britney ter o seu desejo de engravidar negado pelos seus tutores e que não lhe foi permitido a retirada do Dispositivo Intrauterino, o DIU.
18. Ver em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-58744035>.
19. Ver em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/tutela-de-britney-spears-e-encerrada-apos-13-anos/>.
20. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/saiba-tudo-sobre-o-livro-de-memorias-de-britney-spears-the-woman-in-me/>.
21. Disponível em: <https://youtu.be/j5FRoMtdaJ0>.
22. Disponível em: <https://youtu.be/0lDSW-qh3uU>.
23. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/grande-volta-de-britney-spears-deixa-muito-desejar-4156192>.
24. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-mtv/britney-spears-earns-scorn-for-mtv-performance-idUSN0639904920070910>.
25. Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-480947/I-looked-like-fat-pig-says-Britney-MTV-fiasco.html>.

Recebido em: 01/02/2023

Aceito em: 12/01/2024

## REFLEXÕES SOBRE AS RELAÇÕES ENTRE DOCUMENTARISTAS E ATORES SOCIAIS

### REFLECTIONS ON THE RELATIONS BETWEEN DOCUMENTARIANS AND SOCIAL ACTORS

Thífani Postal<sup>1</sup>

#### RESUMO:

O presente trabalho resulta de uma tese que se debruçou sobre o estudo da produção de filmes documentários que abordam questões sociais periféricas. Trata-se de um recorte que apresenta conceitos que trazem ao debate as possíveis relações estabelecidas entre documentaristas e atores sociais, utilizando a filosofia buberiana para nomeá-las e analisar seus impactos nos resultados de filmes documentários. Para tanto, se apoia no levantamento bibliográfico e na metodologia descritiva de cunho analítico. A partir dos conceitos e das ponderações de teóricos do cinema documentário, tais como Nichols, Gauthier, Freire e Ramos, o trabalho sustenta que a revelação da relação entre documentaristas e atores sociais pode servir como artifício para uma narrativa mais próxima da realidade ocorrida durante a produção fílmica.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; documentário; ética; atores sociais; alteridade.

#### ABSTRACT:

The present work is the result of a thesis that focused on the study of the production of documentary films that address peripheral social issues. It is an excerpt that presents concepts that bring to the debate the possible relationships established between documentarians and social actors, using the Buberian philosophy to name them and analyze their impacts on the results of documentary films. To do so, it relies on a bibliographic survey and a descriptive methodology of an analytical nature. Based on the concepts and considerations of documentary film theorists such as Nichols, Gauthier, Freire and Ramos, the work argues that the revelation of the relationship between documentarians and social actors can serve as an artifice for a narrative closer to the reality that occurred during production filmic.

1 Doutora em Multimeios pela Unicamp e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba. Professora titular no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba. Membro da Rede Folkcom. E-mail: thifanipostali@hotmail.com.

**KEYWORDS:** Communication; documentary; ethic; social actors; otherness.

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho resulta de uma tese que se debruçou sobre o estudo da produção de filmes documentários que abordam questões sociais periféricas. Trata-se de um recorte que apresenta conceitos que trazem ao debate as possíveis relações estabelecidas entre documentaristas e atores sociais, fazendo uso da filosofia buberiana para nomeá-las e analisar seus impactos nos resultados de filmes documentários.

Parte-se da premissa de que filmes documentários prometem asserções sobre o mundo histórico, embora representem visões específicas de seus idealizadores. Para Nichols (2005), os filmes documentários têm como função a representação social, ou seja, são obras de não ficção que procuram selecionar e organizar, a partir da intenção do cineasta, a matéria de que é constituída a realidade social. Quanto a isso, o autor alerta para o fato de que o argumento contido no documentário pode possibilitar uma forma distinta de observar a realidade, já que “[...] (1) uma imagem não consegue dizer tudo o que queremos saber sobre o que aconteceu e (2) as imagens podem ser alteradas tanto durante como após o fato, por meios convencionais e digitais” (Nichols, 2005, p. 28).

Dessa maneira, entende-se que os documentários podem oferecer ideias falsas como verdadeiras e/ou deslocadas de seu contexto, dependendo do ponto de vista de quem os realiza. Ou seja, são produções que envolvem diferentes modos de interpretação e possibilidades de abordagens. Como acrescenta Guy Gauthier (2011), poucos espectadores questionam quem segura a câmera, ou seja, muitos filmes se apresentam como a voz da verdade para os seus públicos, seja porque o documentarista, a partir de seu repertório, tem plena convicção de sua verdade, ainda que possa ser equivocada, ou porque a produção tem como função propagar uma ideologia de modo consciente.

Por ser uma obra que, por contexto, oferece aos receptores a ideia de asserções sobre o mundo histórico, coloca o documentarista numa posição de mediador, o que o responsabiliza pelo resultado da obra.

Desse modo, o trabalho se apoia no levantamento bibliográfico e na metodologia descritiva de cunho analítico. É a partir das ponderações de teóricos do cinema documentário - Nichols, Gauthier, Freire, Ramos - e da filosofia buberiana que se buscou pensar em situações que traduzem as possíveis relações estabelecidas entre documentaristas e

atores sociais, a fim de trazer ao debate um conjunto de conceitos capazes de nomear as relações identificadas.

## FILMES DOCUMENTÁRIOS E SUAS RELAÇÕES COM A ÉTICA

Por mais que os documentários tenham como intenção representar fragmentos do mundo histórico, é importante ressaltar que eles são produzidos por pessoas e que, por isso, podem carregar com mais ou menos intensidade as visões dos documentaristas sobre o tema que escolheram ou foram designados a trabalhar. Como assinala Nichols (2005, p. 30), os documentários “[...] significam ou representam os pontos de vista de indivíduos, grupos e instituições. Também fazem representações, elaboram argumentos ou formulam suas próprias estratégias persuasivas, visando convencer-nos a aceitar suas opiniões”. A partir dessa consideração, entendemos os documentários como narrativas midiáticas que podem carregar conteúdos ideológicos diversos, a depender da intenção e/ou do ponto de vista de quem os realiza.

O reconhecimento das diferenças entre as narrativas de ficção e de documentários possibilita a cobrança e a análise deles a partir da dimensão ética, considerando a ética como “[...] um conjunto de valores, coerentes entre si, que fornece a visão de mundo que sustenta a valoração da intervenção do sujeito nesse mundo” (Ramos, 2013, p. 33). Posto assim, diferentemente de ficção, uma narrativa inventada a partir da criatividade do sujeito, o documentário promete aos espectadores fragmentos de realidade, o que já supõe uma postura ética de quem o produz. A ideia de ética que se aborda é a apresentada por Buber (1982), ou seja, a ética se dá na postura respeitosa, na relação dialógica entre seres humanos e, também, entre seres humanos para com as coisas do mundo.

Com relação à postura do documentarista diante dos fragmentos do mundo, Marcius Freire (2011) ressalta que foi apenas no final do século XX que a produção de filmes documentários teve um aumento significativo, tornando a ética uma das questões mais fervorosas entre as discussões sobre o filme de não ficção. Ocorre que esse tipo de narrativa midiática, desde suas origens, buscou representar o exótico, o inédito, ao público para o qual se almeja exhibir. O autor chama a atenção para o fato de que muitas dessas produções ultrapassaram e ultrapassam os limites entre o que deve ser aceitável mostrar do Outro e o que deve ser encarado como pura invasão de privacidade revestida ou disfarçada pelo discurso de tratamento artístico ou científico.

Freire (2011) ainda esclarece que a ultrapassagem dos limites éticos tem impacto direto na forma como os espectadores percebem as narrativas midiáticas. Ao se referir ao uso exagerado das representações de fatos que ocorrem no âmbito privado, como nos *reality shows* televisivos e nos programas que apresentam cirurgias plásticas em seus detalhes, o autor lembra que a transformação do privado em espetáculo faz com que as pessoas se habituem a receber imagens da esfera particular, o que confunde o espectador sobre o que deve ser considerado público ou não.

Assim, acredita-se que, de certa forma, essas produções acabam influenciando outras narrativas midiáticas que têm o mundo histórico como matéria-prima de seus textos, como o jornalismo ou o próprio documentário, uma vez que a leitura da vida social, de modo geral, não escapa às representações do privado e do público.

Freire (2011) apresenta que a história do filme documentário está estritamente relacionada com a exploração do exótico. Parece haver certa tendência a tratar o Outro de modo fragmentado, com elementos extraordinários aos olhos do documentarista e do público para o qual se almeja exibir o seu trabalho. Há, nesse contexto, a produção da identidade estereotipada do Outro, ou seja, daquele que não possui reciprocidade com a cultura do documentarista.

Por esse motivo, afirma-se que refletir sobre a ética é fundamental para as discussões sobre documentários que têm no Outro a sua razão de produção, pois se trata de uma narrativa midiática que pode contribuir tanto para a produção de discursos intolerantes como para a reflexão e compreensão sobre os grupos diversos. Desse modo, a ética será tratada a partir das colocações de Buber (1982), visto que o discurso da moral<sup>1</sup> como modelo social, ideia que seja universal a uma determinada sociedade como na identidade nacional, já não cabe mais, considerando que as sociedades se encontram em meio a uma pluralidade de culturas e valores.

Entende-se a ética como uma postura de respeito com o outro, que tem como objetivo a reflexão sobre o comportamento humano, seja a partir das regras estabelecidas e que precisam ser problematizadas diante das sociedades múltiplas, ou da consideração sobre novas formas de convivência que não implicam em regras engessadas e, portanto, autoritárias e exclusivas.

De acordo com Buber (1982), a relação entre as pessoas compõe o habitat natural do ser humano, que, entretanto, foi violentamente sequestrado da sua natureza. Isso porque a

modernidade criou uma pedagogia que potencializa o individualismo ou o coletivismo, situações que, para o autor, ofuscam a percepção do indivíduo sobre si enquanto pessoa. Assim, sua filosofia tem no existir humano sua reflexão, considerando que os padrões sociais dominantes reduziram os seres humanos a conceitos, desconsiderando-os em suas singularidades. Suas discussões, portanto, se opõem à ideia de ética a partir de padrões universais e se apoiam na crença de que a ética existe na resposta autêntica dos indivíduos a indagações dos Outros e na reflexão sobre si. É com base nessas considerações que se pergunta: como os filmes documentários apresentam as relações entre documentaristas e atores sociais? Para tanto, torna-se necessário compreender a ética dialógica buberiana.

## A ÉTICA DIALÓGICA BUBERIANA

Buber (2007) afirma que se deve evitar descrever ou pensar os seres humanos a partir de conceitos, reduzindo-os a coisas, pois a generalização dos conceitos acaba afastando o ser humano de sua essência, que é autêntica de cada indivíduo. A ética dialógica, portanto, é um fenômeno ocorrido quando há a relação essencial entre as pessoas, ou, como o autor chama, a relação inter-humana.

Pensando as produções midiáticas e suas generalizações, deduzimos que boa parte das narrativas dominantes até o presente trata o Outro destituído de sua essência, o que contribui para a produção de identidades estereotipadas. O uso da identidade estereotipada é, portanto, uma representação destituída de ética.

Posto assim, a ética se dá na relação do ser humano com o mundo a partir de sua responsabilidade pessoal, resultante de uma postura honesta. Para Buber (2007), a verdadeira vida ocorre a partir do encontro existencial: quando a postura ética possibilita a vinculação entre os seres por meio do diálogo. Sendo assim, a chave para a ética está na responsabilidade com o Outro, no reconhecimento do Outro como caminho e, portanto, no encontro.

O diálogo ocorre quando se dirige ao Outro de forma autêntica, assumindo-o em suas especificidades. Portanto, vê-se o Outro como Tu e não como Isso, propiciando uma relação de respeito às diferenças, entendendo a singularidade dos seres como algo essencial da vida humana. Nesse sentido, a ética encontra-se na relação entre o Eu e o Tu (Buber, 2007).

Para Buber (1982), o ser humano pode estabelecer contatos com o mundo de forma ética ou não ética. A vinculação com o mundo se dá por meio das palavras “Tu e Isso”, princípios da humanidade. A partir dessa colocação, entendemos que a expressão “Eu-Tu” revela uma relação de reciprocidade, de respeito, que vê no Outro alguém singular e complementar. Nessa relação, há a contemplação da experiência que oferece a troca entre o Eu e o Tu. Desse modo, o Tu se manifesta de maneira não classificável, como aquele que respectivamente exerce e recebe a ação, sendo o princípio e o fim do evento da relação.

Já o termo “Eu-Isso” revela uma relação de separação. O Isso é o Outro, distante de mim, classificável. O Isso, portanto, são as coisas da vida classificadas, é o mundo da cultura criada pelo ser humano e, de acordo com o autor, o mundo ordenado não constitui a ordem do próprio mundo, apesar de não conseguirmos viver sem ordem. Nas palavras de Buber (1974b, p. 39), “o homem não pode viver sem o Isso, mas aquele que vive somente com Isso não é homem”.

Para melhor entendermos essas relações, vamos discorrer sobre dois conceitos também apresentados por Buber (1974b) e aplicados nas categorizações que serão apresentadas nesse artigo. Segundo o autor, há duas dimensões passíveis de serem identificadas nos seres humanos quando consideramos suas relações com o mundo e suas coisas: a pessoa e o egótico.

A pessoa é o indivíduo que tem consciência de si como participante do mundo e é aberta à relação com o Outro. Percebe-se como um ser-com, contemplando o seu si-mesmo. Buber (1974b) assimila a palavra pessoa à relação Eu-Tu, ou seja, o indivíduo que possui a postura ética, valorizando a participação e a relação respeitosa com o mundo. Quanto ao egótico, sugere que é o indivíduo egoísta, fechado, que se afasta dos outros e se distancia do Ser.

Nesse sentido, o egótico é individualista e não possui a atualidade que se dá na relação Eu-Tu, contrapondo-se ao Outro. Ele se alimenta apropriando-se ao máximo das coisas ordenadas do mundo, o que, segundo o autor, provoca sua estagnação, sendo apenas um ponto funcional, sem substância alguma. Em comparação aos dois indivíduos, Buber (1974b, p. 75) esclarece:

A pessoa toma consciência de si como participante do ser, como um ser-com, como um ente. O egótico toma consciência de si como um *ente-que-é-assim* e não de outro modo. A pessoa diz: ‘Eu sou’, o egótico diz: ‘eu sou assim’. ‘Conhece-te a ti mesmo’ para a pessoa significa:

conhece-te como ser; para o egótico: conhece o teu modo de ser. [...] A pessoa contempla o seu si-mesmo, enquanto o egótico ocupa-se com o 'meu': minha espécie, minha raça, meu agir, meu gênio.

Cabe ressaltar que o autor não pensa esses conceitos como invariáveis, uma vez que nos chama a atenção para o fato de que nenhum indivíduo é puramente pessoa ou egótico, mas que existem dimensões preponderantes, passíveis de serem identificadas nos seres humanos.

Diante dessas colocações, dirigir-se ao Outro como Tu - ação da pessoa - provoca a reciprocidade, está voltado para a ética e promove o diálogo, ao passo que se dirigir ao Outro como Isso - ação do egótico - resulta em um posicionamento sem reciprocidade, transformando o fenômeno em monólogo. O Tu, portanto, percorre o caminho do risco, do novo, da descoberta, enquanto o Isso propicia apenas a segurança do mundo, sem o dever ético.

Pode-se afirmar que o diálogo só ocorre por meio da verdadeira comunicação. Para Buber (1982), a comunicação não se expressa por falares, sons ou gestos, mas pela presença do ser, ou seja, pela relação Eu-Tu. Essa relação possibilita a experiência do outro lado e a experiência do Outro sobre o Eu, resultando em uma troca que não visa abdicar as especificidades de ambos os sujeitos. Posto assim, a alteridade ocorre por meio da comunicação, que só se efetiva na relação dialógica, autêntica - Eu-Tu.

O diálogo abordado por Buber (1982) assume posições de ação e passividade, pois pressupõe que o Eu aja na aceitação do Outro, na doação para o Outro e na compreensão dele em suas especificidades, bem como propicia ao Tu a honestidade nas respostas, resultando na conversação. Assim, a conversação dialógica depende totalmente da maneira como o Eu se inclina para a aceitação do Outro.

Na perspectiva de Buber (1982), o ser humano deve ser compreendido por meio de sua dualidade de Ser, ação da pessoa, e Parecer, ação do egótico. Pensando a sociedade plural como também local de discursos e ações de intolerância, muitos indivíduos buscam se ligar aos discursos dominantes na intenção de serem aceitos socialmente. É a partir desse fenômeno que Buber (1982) se refere ao sequestro de seu habitat natural, pois o indivíduo se distancia de sua essência em função da aceitação social, pautada na aparência. Em contrapartida, a vida no Ser possibilita a vivência do que é verdadeiro: a superação dos discursos dominantes pautados na aparência. Posto assim, a comunicação dialógica propicia uma relação autêntica, caracterizada



pela troca entre Seres que expressam suas intenções, ou seja, agem honestamente de acordo com suas essências.

No entanto, o que podemos observar na atualidade é a ausência de diálogo em meio a tantas informações disponíveis nos variados meios de comunicação, incluindo a propagação de notícias falsas via canais digitais. Nesse sentido, as sociedades se encontram emaranhadas em uma infinidade de discursos egocêntricos que buscam sustentar suas visões fechadas sobre o mundo. Talvez se possa comparar os grandes centros urbanos, lotados de diversidades, com o mito bíblico da Torre de Babel. Nesse sentido, não é a variedade de línguas que impossibilita a comunicação entre os seres humanos, mas a multiplicidade de discursos isolados e individualistas que, em meio aos discursos dominantes, acabam por dificultar a vida em sociedade voltada para a ética, que ocorre com a comunicação dialógica.

Assim, o que se pretende, com base nas colocações de Buber, é apresentar conceitos que contribuam para a reflexão das relações existentes em documentários, especificamente entre documentaristas e atores sociais, problematizando-as a partir da compreensão sobre a ética dialógica. Para tanto, os conceitos de Buber serão utilizados como pontos de partida para oferecer outros termos que possam nomear as relações passíveis de serem identificadas e refletidas nos filmes documentários.

## **AS RELAÇÕES ENTRE DOCUMENTARISTAS E ATORES SOCIAIS**

Observou-se que a ética dialógica ocorre através da relação respeitosa da pessoa com o mundo e suas coisas. A relação entre duas pessoas será chamada de Eu-Ser com Tu, considerando que o Eu, nesse caso, é um indivíduo voltado para a reflexão sobre si e sobre o mundo, o que se dá de maneira mais ética e aberta. Viu-se, também, que o discurso apenas reproduzido - ordenação das coisas - e o olhar limitado sobre o mundo ocorrem através do indivíduo egótico, que possui uma postura mais fechada. A relação entre indivíduos egóticos será chamada de Eu-aparência com Isso. Nessa última, não há troca, há a apropriação do Outro para a sustentação do discurso-monólogo do Eu que está preocupado mais com a sua aparência. Entende-se que a ética dialógica só ocorre na relação Eu-Ser com Tu, de modo que a relação Eu-aparência com Isso é destituída da responsabilidade com o mundo, portanto, ausente de compromisso com a ética.

Participar de um evento discursivo é receber a informação de forma fechada. Nesse modelo, o Outro é posicionado de maneira passiva, tornando-se objeto, um Isso. Já na

participação de um evento dialógico, o Outro é também agente transformador de novas informações e experiências, ocupando uma posição ativa. Entende-se que é por meio da relação Eu-Ser com Tu que ocorrem alteridades. Aqui, a alteridade é a ação de se colocar no lugar do Outro, buscando compreender a ele e às coisas do mundo. Compreender o Outro possibilita olhar para si, para suas próprias concepções, a partir do olhar e da cultura do Outro. Ou seja, a alteridade ocorre na troca, no compartilhamento.

Para Buber (1982), a alteridade se dá na conversação, no ato de responder de forma genuína quando a palavra é dirigida. Para o autor, a conversação genuína ocorre quando os participantes trazem a si mesmos para ela, ou seja, quando estão preparados para dizer o que verdadeiramente têm em mente. Assim, a alteridade está totalmente atrelada à sinceridade e ao respeito decorrente da ética dialógica, promotora da troca. Essa atitude, segundo Buber (1982), pressupõe uma verdade que permite se voltar para o Outro, confirmando e aceitando as suas especificidades. Aceitar não significa concordar com todas as ideias do Outro, mas entendê-lo, percebê-lo como uma pessoa fundamental para o entendimento do mundo e de si. A aceitação do Outro, portanto, se relaciona à convenção de parceria estabelecida e, por isso, resultante na ética dialógica.

Em resumo, para Buber (1982), a reflexão sobre si a partir do Outro, o caminhar para a alteridade por meio da relação entre Eu e Tu, pode ser entendida como uma ética, considerando que a atual sociedade tem como uma de suas marcas a crise das relações humanas, o conflito que leva a uma não comunicação dialógica. Assim, a alteridade é entendida como resultado da ética dialógica que só se estabelece na relação Eu e Tu, o que resulta na compreensão do Outro e também de si. Logo, os filmes documentários que abordam questões sociais podem ser também produções capazes de explicitar o fenômeno ocorrido no habitat natural dos seres humanos, ou seja, a ética dialógica.

Como lembra Nichols (2005), as questões éticas no cinema surgem quando há a pergunta sobre como tratar as pessoas a serem filmadas. Diferentemente dos filmes de ficção, cujos papéis já são determinados pelos diretores e os atores aceitam ou não os interpretar, os documentários lidam com pessoas em seus cotidianos, extraindo fragmentos de suas realidades, o que faz com que a responsabilidade do diretor com o Outro seja bem maior quando assume a produção de um documentário.

A respeito dos subgêneros de documentário, os modos observativo e participativo são os que mais colaboram para as reflexões acerca das relações entre documentaristas e

atores sociais, uma vez que são subgêneros que intencionam produzir a sensação de que o que está sendo representado é fiel ao fragmento de mundo selecionado.

O modo observativo, como o próprio nome sugere, evidencia a observação espontânea da experiência vivida, apresentando apenas aquilo que é filmado, ou seja, a produção não inclui elementos complementares, como comentários em voz over, sons, legendas, repetição de câmera etc., o que pode fazer com que a narrativa pareça sem contexto, sem história. O modo observativo, também conhecido como cinema direto, propõe representar especificamente o que foi filmado, de modo que os atores sociais interagem uns com os outros ignorando a presença da câmera. De acordo com Nichols (2005), esse modo de afastamento do diretor faz com que o receptor assuma uma posição mais ativa, interpretando aquilo que assiste. O modo observativo suscitou muitas discussões acerca da ética e da representação da realidade, apontamentos que colaboram com as reflexões sobre o documentário de ética dialógica.

Nesse subgênero, o documentarista é oculto, frequentemente assimilado à metáfora da mosquinha na parede. Ele também apresenta na tela os aparatos tecnológicos para frisar a ideia de que há alguém observando o mundo histórico, sem interferências. No entanto, Nichols (2005) ressalta que muitos dos filmes que oferecem esse modo de produção, na verdade, apresentam indícios de que houve interferência do documentarista na composição das cenas. O autor cita o termo “entrevista mascarada” para se referir à ação do documentarista determinar o tema geral da cena com os atores sociais e, só então, passar a filmá-la de maneira observativa.

Além disso, Freire (2012) também ressalta que, no início do cinema direto - segunda metade do século XX -, tinha-se a convicção de que o conteúdo filmado era o resultado exato do que havia sido observado e capturado pelas lentes do documentarista. No entanto, a ideia foi, aos poucos, sendo contestada, uma vez que, apesar da não aparição do documentarista no processo, a produção é resultante de seu olhar sobre as coisas ou sujeitos escolhidos para representar a partir das seleções dos ângulos, enquadramentos etc. Posto assim, apesar da sensação de que há uma passividade por parte do diretor, sua produção é também resultante de uma posição de domínio e ação sobre o conteúdo.

Desse modo, torna-se impossível considerar que não ocorre interferência no cinema direto, uma vez que a produção envolve, sobretudo, as escolhas do documentarista,

desde os recortes das conversas que escolheu explicitar até os planos, ângulos e detalhes que optou por apresentar a seu público. Outra situação que deve ser abordada é justamente a sua ausência proposital no conteúdo da produção. Ora, algumas produções explicitam o material técnico cinematográfico, como a câmera, mas não o principal fomentador do conteúdo: o indivíduo por trás da narrativa. Como atesta Godoy (2001, p. 261), no cinema direto não se revela o método de produção, “[...] ou seja, do ponto de vista epistemológico, o direct cinema pressupõe um discurso sobre a realidade sem se considerar como o discurso foi produzido”.

Por ocultar a figura do documentarista, crê-se que o modo observativo pode se aproximar da voz de Deus, pois há no conteúdo toda uma seleção de recortes e escolhas que refletem a postura do documentarista frente àquele ou àquilo que propôs filmar. Ele se ausenta e a sua ausência pode ser pensada como uma postura que almeja não assumir a sua responsabilidade. Nessa perspectiva, o modo observativo, ou cinema direto, apresenta a relação Eu-Aparência com Isso quando o documentarista determina o conteúdo a partir da interferência sobre o quê e como quer filmar.

A partir do modo observativo, também se torna possível pensar em uma terceira forma de relação, sendo ela Eu-Isso com Tu-Aparência. Essa relação ocorre quando o documentarista também se coloca como objeto, empregando seu conhecimento técnico para evidenciar os conteúdos de interesse dos atores sociais. Os atores, por sua vez, podem assumir uma postura mais ativa, deslocada de seu cotidiano, uma vez que estão diante de pessoas e aparatos incomuns em sua rotina. No caso da relação Eu-Isso com Tu-Aparência, o documentarista se omite para que a voz do Outro seja predominante, e esse evento é discursivo e não dialógico.

O modo observativo não explicita os meios que levam à produção do documentário, meios que envolvem, sobretudo, a interação entre as pessoas. Não se sabe a real relação estabelecida entre documentarista e atores sociais. Logo, o que se tem de concreto para ser observado é a narrativa midiática oferecida pelo documentarista, conteúdo que não promete a constatação da imparcialidade. Como coloca Sérgio Puccini (2009, p. 45),

No documentário direto, a possibilidade de estar colado ao personagem, indo com ele a todos os cantos do mundo, depende de negociação prévia entre personagem e documentarista, negociação que sempre esbarra em limites éticos, de preservação de privacidade, ou corre o risco de se tornar uma encenação autorizada, mas nem sempre assumida pelo personagem que se deixa filmar.

Assim, parece que o documentário direto esconde, justamente, a relação entre documentarista e atores sociais, interação fundamental para a produção do filme. Como sustenta France (1998), a realização do documentário que tem o Outro como centralidade da produção é decorrência de uma prática, muitas vezes, não aparente na tela, mas fundamental para o resultado do filme. Essa prática é chamada de inserção, ou seja, fase preliminar na qual o documentarista se relaciona com os atores sociais.

Sabe-se que a explicitação dessa relação não deve ser a preocupação de muitos documentaristas que produzem filmes como esse ou outros subgêneros e, sabemos também, que não se deve cobrar a explicitação da relação nas produções. O que se pretende com essas colocações é refletir sobre os documentários que abordam questões sociais e visam apresentar conteúdos para a promoção de alteridades, ou seja, buscam fazer com que os espectadores recebam conteúdos de diferentes localizações sociais.

Por sua vez, o subgênero modo participativo apresenta que a intervenção do documentarista é inevitável. Sua narrativa inclui entrevistas e depoimentos dos atores sociais, podendo incluir a participação/interação do documentarista. Nesse sentido, ele pode também se tornar ator social de seu filme. Esse subgênero não encontra problemas morais com relação à participação do documentarista como determinante nos rumos da produção, sendo sua interação percebida como ação positiva.

De acordo com Nichols (2005), o modo participativo possibilita ao espectador testemunhar o mundo histórico, a começar pela participação do documentarista. O autor chama a atenção para o fato de que esses filmes apresentam fé excessiva nas testemunhas, sendo caracterizados, muitas vezes, por histórias ingênuas. Cabe ressaltar que o termo cine-olho ou cinema verdade, cunhado por Dziga Vertov, acabou sendo associado a um subgênero do documentário participativo. A intenção de Vertov foi abolir o uso de estruturas teatrais ou literárias para que o cinema fosse utilizado como forma de “[...] construir uma nova realidade visual e, com ela, uma nova realidade social” (Nichols, 2005, p. 182), nas quais as pessoas deixassem de representar e fossem filmadas em suas realidades.

Assim, o modo participativo é o que mais se aproxima das considerações sobre a ética dialógica. A necessidade do corpo a corpo pode ser entendida como a relação pessoal, inter-humana. As entrevistas e depoimentos com a explicitação do documentarista se aproximam da ideia de comunicação dialógica. No entanto, essa relação dependerá da

postura ética do documentarista, pois nem sempre as entrevistas e depoimentos são resultantes de ações responsáveis.

Apesar de incluírem a presença do documentarista, algumas produções do modo participativo apresentam-no de forma quase que oculta. Muitas expõem timidamente a imagem do documentarista que, em muitos casos, passa despercebida ao espectador. Também se pode pensar na oralidade quando se ouve raramente o documentarista - que responde rapidamente a indagações dos atores sociais -, quando não emite apenas sons de concordância, como “sei”, “aham”, “pode crer”. Assim, tem-se sequências de depoimentos e conteúdos destituídos do que provocou essas falas, ou seja, a relação entre os indivíduos. O Eu, documentarista, portanto, permanece na maior parte do tempo oculto. E, quando oculto, a narrativa pode apontar para três principais situações: (1) quando o documentarista seleciona apenas os recortes de seu interesse, sustentando a sua visão sobre o mundo histórico que é diferente da visão dos atores sociais, constituindo uma postura egótica; (2) quando é um indivíduo de fora do grupo social das pessoas filmadas e oferece ao espectador a predominância das vozes dos atores sociais, assumindo a posição de um Isso; (3) quando faz parte do grupo social dos atores sociais e, portanto, reproduz apenas suas perspectivas sobre o mundo histórico, de forma egótica.

Posto assim, o modo participativo possui as suas singularidades e pode apresentar as relações Eu-Ser com Tu, Eu-Aparência com Isso, Eu-Isso com Tu-Aparência e Eu-aparência com Tu-aparência, sendo que, nesses dois últimos, só o olhar do Outro conduz a narrativa.

A partir das reflexões realizadas, será apresentado um resumo de como se pensou as relações possíveis de serem identificadas nos documentários, com foco em filmes de modo participativo e que têm como tema o movimento periférico hip-hop.

- i. **Eu-Aparência com Isso:** ocorre quando a postura do documentarista é egótica e busca contemplar mais a sua visão de mundo sobre as perspectivas dos atores sociais. Nessa situação, os atores sociais ocupam a posição de coisas - Isso -, ou seja, servem para sustentar a posição ideológica ou outras intenções do documentarista. Essa posição resulta em um documentário discursivo, pois não oferece conteúdos que refletem as diferentes localizações sociais. A intenção do Eu, com essa narrativa, é atender aos anseios do seu público que, muitas vezes, são pessoas pertencentes ao seu grupo social e, portanto, se satisfazem com o discurso do documentarista. O filme *Fala tu (2003)*, de Guilherme Coelho, aborda

o cotidiano de três atores sociais, sendo rappers moradores de territórios periféricos da cidade do Rio de Janeiro. Em seu tratamento, o documentário deixa nítida a falta de conhecimento do diretor sobre o tema que escolheu abordar e sua postura egótica quando prefere extrair dos atores sociais temas relacionados à miséria e à violência no lugar da ideia proposta a eles: seus trabalhos com o *hip-hop*. Essa afirmação é passível de ser analisada pela representação da relação entre diretor e atores sociais na obra e, também, de ser conferida nos créditos no documentário, ocasião em que os atores comentam sobre a postura indiferente do documentarista com relação aos temas sensíveis e suas más escolhas durante as filmagens.

- ii. **Eu-Aparência com Tu-Aparência:** ocorre quando o documentarista é parte do grupo social ao qual pertencem os atores sociais. Na produção, o Eu se revela como condutor de seu discurso utilizando seus pares para compor a narrativa que se apresenta como egótica. Isso porque contempla a sua perspectiva sobre o mundo histórico, oferecendo aos espectadores um discurso específico. Sua intenção com o público pode atender tanto aos indivíduos pertencentes a seu grupo social como a outros quando o documentarista intenciona apresentar vozes, muitas vezes, deslocadas dos discursos dominantes. Assim, diferentemente da relação “Eu-Aparência com Isso”, cuja intenção é alcançar um público que corrobore o olhar do documentarista, a relação “Eu-Aparência” com “Tu-Aparência” pode ter a intenção de levar o discurso a outros grupos e setores sociais objetivando mudanças. Ainda assim, a narrativa do filme revela conteúdo discursivo ao contemplar apenas uma localização social. Sobre essa relação, não há análise fílmica, uma vez que interessa desvelar as relações entre documentaristas e atores sociais pertencentes a grupos diferentes.
- iii. **Eu-Isso com Tu-Aparência:** ocorre quando o documentarista, pertencente a outro grupo social, oculta-se do conteúdo, emprestando o seu conhecimento cinematográfico para que a voz do outro seja predominante. Nesse sentido, ainda que o documentarista seja essencial para a produção, a sua postura enquanto pessoa é ofuscada, de modo a ocupar apenas o papel de traduzir o discurso do *Outro* em linguagem cinematográfica. É, portanto, um Eu-Isso - objeto. Com relação aos espectadores, essa postura, muitas vezes, intenciona falar ao próprio grupo do documentarista que, mais ligado aos problemas

sociais, busca provocar reflexões a partir de outras vozes apresentadas no filme. Apesar da postura ética almejada, já que visa a alteridade por meio de sua narrativa, o filme é discursivo, uma vez que contempla apenas uma localização social. O filme *Favela no ar* (2002), de 13 produções, Rosforth e Stocktown, é um documentário que apresenta o tema *hip-hop* de forma bastante didática. O documentarista é oculto, mas o seu conhecimento sobre o tema pode ser observado na forma como o tratou. Além disso, o uso das técnicas cinematográficas revela uma produção que busca enaltecer os atores sociais, com uso de contra-plongée e linguagem de videoclipe em muitos momentos em que os rappers se apresentam. É possível detectar que o documentarista é alguém de fora do grupo que filma, pelo motivo de os atores sociais usarem expressões que indicam distância como “você” e não “nós”. Se não fosse por isso, poder-se-ia entender *Favela no ar* como um filme que revela a relação Eu-Aparência com Tu-Aparência.

- iv. **Eu-Ser com Tu:** ocorre quando o documentarista, pertencente a outro grupo social que não o dos atores sociais, é parte essencial da produção, ocupando uma posição participativa e responsável quanto ao mundo. O Eu-Ser busca apresentar conteúdos reveladores por meio de diferentes perspectivas, incluindo as suas e a de seu grupo social. É, portanto, também ator social de sua obra. O Outro é tratado como parte essencial para as reflexões em uma relação equilibrada e respeitosa entre as partes. A postura de pessoa - não egótica - pode revelar a relação inter-humana que ocorre por meio da *ética dialógica*. Portanto, trata-se de uma narrativa dialógica que visa atingir espectadores oriundos de diferentes grupos sociais, pois sua intenção é a reflexão sobre o mundo histórico a partir de diferentes localizações sociais. O filme *Aqui favela: o rap representa* (2003), de Junia Torres e Rodrigo Siqueira é o documentário analisado que mais chega próximo dessa relação. Nele é possível ver algumas imagens de Junia caminhando e interagindo com os atores sociais, além de ouvir expressões que revelam proximidade entre as partes, como risos descontraídos que demonstram uma relação de reciprocidade entre documentaristas e atores sociais. Ainda que não represente, em seu todo, a ideia da relação Eu-Ser com Tu, o filme entrega indícios de uma relação inter-humana a partir da forma como as pessoas envolvidas se relacionam: desprendidas e confiantes umas nas outras.



## CONSIDERAÇÕES

Acredita-se que a relação Eu-Ser com Tu, quando apresentada no próprio documentário de modo a explicitar a ética dialógica, pode ser utilizada como um mecanismo para provocar outras reflexões nos espectadores, independentemente do grupo social ao qual pertençam. Outro ponto que deve ser observado nessa relação é o fato de que o documentarista, por ser um indivíduo de fora do grupo representado em seu filme, possui um repertório oriundo de um lugar social que pode propiciar outras leituras sobre a cultura do grupo representado. Cabe ao documentarista observar e problematizar esses conteúdos.

Em outras palavras, acredita-se na importância da posição do documentarista enquanto produtor de significados a partir da habilidade de construí-los por meio de informações livres de preconceitos, ou seja, assumindo uma postura ética. Nesse sentido, além de dominar as técnicas cinematográficas, o documentarista disposto a produzir narrativas responsáveis deve também ser um tipo de maestro das informações, de modo que explicita o conteúdo como resultado da ética dialógica.

Assim, entende-se que o cinema que tem a intenção de abordar questões sociais de modo ético, por meio de documentários, pode usar da revelação da relação entre documentaristas e atores sociais como artifício para uma narrativa mais próxima da realidade ocorrida durante a produção. Cabe ressaltar que não se pretende, com isso, limitar os documentaristas de suas possibilidades, mas refletir sobre um modo de documentário que contemple a ética dialógica, ou seja, produzido com a intenção de provocar transformação social, utilizando recursos do cinema para promover alteridades.

Dessa forma, acredita-se que a ética dialógica é a chave fundamental para pensar a produção de documentários que tenham como intenção abordar questões sociais, justamente porque, como coloca Nichols (2005, p. 27), “do documentário, não tiramos apenas prazer, mas uma direção também”, levando em consideração que “a crença é encorajada nos documentários, já que eles frequentemente visam exercer um impacto no mundo histórico, e para isso, precisam nos persuadir ou convencer de que um ponto de vista ou enfoque é preferível a outros” (Nichols, 2005, p 27).

Ou seja, pretende-se, por meio dessas reflexões, pensar na produção de documentários a partir das relações estabelecidas entre documentaristas e atores sociais, uma vez que o produto final é, especialmente, resultado dessas relações. Compreender as relações é

desvelar possíveis intenções; é olhar para o produto midiático, a partir das ferramentas propostas, com mais criticidade.

## REFERÊNCIAS

AQUI favela, o rap representa. Direção: Júnia Torres e Rodrigo Siqueira. São Paulo: [s. n.], 2003. 1 DVD (79 min), son., color.

BUBER, Martin. **Eclipse de Deus: considerações sobre a relação entre religião e filosofia**. Trad. Carlos Almeida Pereira. Campinas: Verus Editora, 2007.

BUBER, Martin. **Do diálogo e do dialógico**. São Paulo: Perspectiva, 1982.

BUBER, Martin. **Eclipse de Deus: considerações sobre a relação entre religião e filosofia**. Trad. Carlos Almeida Pereira. Campinas: Verus Editora, 1974a.

BUBER, Martin. **Eu e Tu**. São Paulo: Moraes, 1974b.

DROIT, Roger-Pol. **Ética: uma primeira conversa**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

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

FALA Tu. Direção: Guilherme Coelho. Rio de Janeiro: Matizar: VideoFilmes, 2003. 1 DVD (74 min), son., color.

FAVELA no ar. Direção: Ivan 13P. Produção: 13 Produções, Rosforth e Stocktown. São Paulo: 13 Produções, 2002. 1vídeo (52 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KW7U4GFKKVc>. Acesso em 25 out. 2023.

FRANCE, Claudine de. **Cinema e antropologia**. Campinas: Unicamp, 1998.

FREIRE, Marcius. **Documentário: ética, estética e formas de representação**. São Paulo: Annablume, 2012.

GAUTHIER, Guy. **O documentário: um outro cinema**. Campinas: Papyrus, 2011.

GODOY, Hélio. **Documentário, realidade e semiose: os sistemas audiovisuais como fontes de conhecimento**. São Paulo: Annablume: FAPESP, 2001.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papyrus, 2005.

PUCCINI, Sergio. **Roteiro de documentário: da pré-produção à pós-produção**. Campinas: Papyrus, 2009.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac São Paulo, 2013.

## NOTAS

1. A moral se refere ao conjunto de normas estabelecidas a partir das tradições, ou seja, nas palavras de Droit (2012, p. 18), “[...] especializou-se mais ou menos no sentido daquilo que é transmitido, como código de comportamento e juízos já construídos, mais ou menos cristalizados [...] parece constituir um conjunto fixo e acabado de normas e regras”. Já o termo ética, para o autor, atualmente é empregado para a reflexão sobre as regras de comportamentos que estão por ser construídas, de acordo com as relações sociais.

Recebido em: 28/09/2023

Aceito em: 15/01/2024

## CONSTRUÇÃO DAS NARRATIVAS PELAS EMPRESAS DE PLATAFORMA: IMPACTOS NA PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO<sup>1</sup>

### CONSTRUCTION OF NARRATIVES BY PLATFORM COMPANIES: IMPACTS ON PRECARIOUS WORK

Maria Cristina Maiello<sup>1</sup>

Luiz Alberto de Farias<sup>2</sup>

Carolina Frazon Terra<sup>3</sup>

#### RESUMO

Este artigo, baseado na apresentação feita no Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho, no 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2023, problematiza como a construção de narrativas em torno do trabalho por plataforma impacta a formação da opinião pública e o bem-estar social dos trabalhadores. Reflete sobre a articulação entre discurso e assimetrias no âmbito laboral dissimuladas pelo véu da tecnicidade. O texto suscita a reflexão sobre as retóricas em torno do trabalho digital e as implicações dos agenciamentos sociotécnicos utilizados pelas empresas, que emergem com uma roupagem discursiva de disrupção, de autonomia e de empreendedorismo, mas revelam-se como forma de sustentação do controle, do corte de custos e da precarização do trabalho. Por meio de uma metodologia pautada em pesquisa bibliográfica, traz, adicionalmente e com intencionalidade, a título de ilustração, exemplos de conteúdos das empresas de

- 1 Maria Cristina Maiello é mestranda na linha de pesquisa Comunicação: Interfaces e Institucionalidades, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM), da Escola de Comunicações e Artes (ECA), da Universidade de São Paulo (USP). Possui especialização em Gestão Integrada da Comunicação Digital e graduação em Comunicação Social com Habilitação em Rádio e TV, ambos pela ECA-USP. Também é formada em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero. Trabalha há mais de 20 anos em Comunicação Corporativa, sendo, atualmente sócia-diretora da agência de comunicação Fato Relevante. E-mail: maiello@uol.com.br
- 2 Luiz Alberto de Farias é livre-docente pela ECA-USP, pós-doutorado em Comunicação pela Universidade de Málaga/Espanha, doutor em Comunicação e Cultura (Prolam/USP), mestre em Comunicação e Mercado, especialista em Teoria da Comunicação e graduado em Relações Públicas (Casper Líbero), graduado em Jornalismo (Universidade Cruzeiro do Sul). Professor visitante na Universidade de Málaga e Universidade Nova de Lisboa (Portugal). Foi diretor acadêmico da Universidade Anhembi Morumbi. É Professor da ECA-USP e atua no programa de pós-graduação Stricto Sensu em Ciências da Comunicação. E-mail: lafarias@usp.br
- 3 Carolina Terra é pesquisadora com pós-doutorado, líder do grupo de pesquisa Influcom e membro do Com+, professora na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de S.Paulo. Autora dos livros Byung-Chul Han e a Hipercomunicação (2023); Comunicação organizacional: práticas, desafios e perspectivas digitais (2021); Marcas Influenciadoras Digitais (2021); Mídias sociais e agora (2011); Blogs corporativos (2008). E-mail: carolterra@usp.br

plataforma brasileiras como maneira de suavizar os discursos negativos em torno de seus negócios. A discussão se dedica à utilização da narrativa como forma de legitimação da supremacia do capital sobre o trabalho, que influencia a formação da opinião pública.

**PALAVRAS-CHAVE:** Trabalho por plataforma; narrativa; opinião pública.

## ABSTRACT

This article, based on the presentation at the Communication and Work Research Group, at the 46th Brazilian Congress of Communication Sciences, in 2023, problematizes how the construction of narratives around platform work impacts the formation of public opinion and well-being workers' social. The text raises the reflection on the rhetoric around digital labor and the implications of the sociotechnical arrangements used by companies, which emerge with a discursive guise of disruption, autonomy, and entrepreneurship, but reveal themselves as a way of sustaining control, cost cutting, and precariousness of work. Through a methodology based on bibliographic research, it brings, additionally and intentionally, as a matter of illustration, examples of content from Brazilian platform companies as a way to soften the negative discourses around their businesses. The discussion is dedicated to the use of narrative in order to legitimize the supremacy of capital over labor, which influences the formation of public opinion.

**KEYWORDS:** Platform work; narrative; public opinion.

## INTRODUÇÃO

Com o avanço das Tecnologias da Informação (TICs) e de equipamentos sociotécnicos no final do século passado e nas primeiras décadas do século XXI, proliferaram o trabalho por plataforma e as narrativas que sublinham conceitos como libertação do trabalho enfadonho, empreendedorismo e autonomia. Essas retóricas têm impactado o imaginário da sociedade e concorrem para aumentar as assimetrias das condições laborais. Este artigo propõe-se a discutir, a partir do olhar de autores que se dedicaram ao tema, a utilização da narrativa como forma de legitimação da supremacia do capital sobre o trabalho, que influencia a formação da opinião pública. Trata-se de uma estrutura de análise com base na literatura especializada sobre esses discursos, para que seja possível abordar o condicionamento dessas práticas no futuro.

Esta reflexão recai sobre a estratégia discursiva das empresas que utilizam a tecnologia para dissimular a precarização do trabalho. As atividades laborais vêm se desenvolvendo

em uma relação de dependência das plataformas digitais, tendo em geral a racionalidade capitalista como finalidade e a comunicação como meio de organizar e propagar essa lógica de extração de valor. Os discursos dominantes das plataformas são os de que elas promovem o desenvolvimento econômico e oferecem oportunidades aos trabalhadores (Grohmann, 2021, p. 173).

Mitos do empreendedorismo são construídos para habitar o nosso imaginário, com histórias falaciosas de independência e de sucesso financeiro a partir do próprio esforço, a exemplo de *start-ups* financiadas por investidores batizados de “anjos”. Criam-se enunciados para que as empresas sejam percebidas como inovadoras, revolucionárias, com centros de convivência e despressurização, além de oferecerem horários flexíveis.

A estratégia narrativa da disrupção, adotada pelas empresas de trabalho por plataforma, propõe sentidos para a sociedade e para as instituições que deveriam representá-la. A tecnologia e as formas de trabalho na ambiência digital são apresentadas como “novidades”, trazem argumentos que escondem interesses de classe, mas são exibidas como verdades absolutas, buscando transformá-las em “leis naturais”, embora não encontrem respaldo na realidade. Essas mistificações concorrem para esfacelar as medidas protetivas ao trabalho, mostrando-se como uma reafirmação do “velho” com novas roupagens (Filgueiras, 2021, p. 12).

A construção do discurso - de agilidade, liberdade e ganho - é parte integrante da precarização do trabalho (Ferrari; Graham, 2021, p. 212). A modelagem da percepção e a repetição discursiva estão correlacionadas ao domínio das ferramentas e podem favorecer deliberadamente um grupo em detrimento de outros, reforçando a discrepância social. Os conteúdos são multiplicados por dispositivos digitais de espalhamento, conforme elucida Morozov (2018, p. 11): “Quem domina a tecnologia mais avançada também domina o mundo”.

Esse perfil de governança das plataformas desfigura o trabalhador, alienado de direitos e de benefícios. Tais dinâmicas são retratadas por autores contemporâneos que apontam o que está visível e invisível nessas relações, considerando que o poder econômico e o saber tecnológico concentram-se em grandes empresas digitais, a exemplo de Han (2017), Lemos (2021), Liu (2020), Morozov (2018), O’Neil (2020), Corrêa (2020) e Silveira (2019). As questões mais específicas relativas ao trabalho digital, a sua precarização e os possíveis caminhos para transpor essas barreiras estão colocados por Colclough (2022), Dardot e Laval (2016), Filgueiras (2021), Ferrari e Graham (2021), Grohmann (2021), Poel, Nieborg e Duffy (2021), Purcell e Brook (2022), Qadri (2021), Srnicek (2022).

Esses pesquisadores problematizam o discurso da disrupção tecnológica, as implicações no trabalho e a possibilidade de reversão dessas referências enunciativas. Eliade (2016), Farias (2019) e Lippmann (2010) abordam a construção de mitos, heróis e a formação da opinião pública, que endossa muitas dessas narrativas.

A construção deste artigo, a partir desse quadro de autores, baseia-se em pesquisa teórica de documentos, como livros e artigos acadêmicos, visando identificar conteúdos latentes sobre a aparente emancipação dos trabalhadores e suas controvérsias.

Parte essencial da resistência ao uso das tecnologias para precarizar o trabalho reside na refutação das narrativas dos empregadores, sua denúncia e reversão da contradição que elas engendram quanto à proteção do trabalho assalariado (Filgueiras, 2021, p.171).

A reflexão sobre as retóricas mobilizadas para induzir a sociedade a práticas empresariais e a políticas públicas convenientes para as grandes empresas digitais pretende contribuir para a desconstrução desses enunciados e para a identificação de brechas para resgatar a integridade no trabalho.

## PLATAFORMIZAÇÃO E ENUNCIÇÃO DO FIM DO EMPREGO

O cerne do discurso corporativo está calcado na urgência em adaptar-se à era tecnológica, que implicaria retirar os direitos mínimos dos trabalhadores, alterar a legislação e modificar o entendimento em processos judiciais movidos por prestadores de serviços. No bojo da disrupção tecnológica, argumenta-se que arranjos alternativos no universo laboral são necessários para acompanhar “os tempos”.

Narrativamente, o capital tem distorcido diversas terminologias, reinventando alguns conceitos. Alardeia “novas” relações que dispensam o contrato de trabalho para que as empresas possam focar no seu crescimento. Há diversos eufemismos e expressões para abordar o trabalho por plataforma, como economia compartilhada (*sharing economy*), economia de bicos (*gig economy*), economia sob demanda (*on-demand economy*), entre outros.

As plataformas e aplicativos são retratados como tecnologias que conectam a demanda de clientes por serviços com a disponibilização destes por trabalhadores. Assim, posicionando-se como aparatos sociotécnicos “neutros”, as empresas eximem-se dos vínculos empregatícios.

Na conjuntura do pós-Guerras Mundiais, nações do centro do capitalismo experimentaram o estado de bem-estar social e medidas protetivas ao trabalho, que alcançaram até mesmo alguns países em desenvolvimento, como ocorreu em parte do Brasil (Filgueiras, 2021, p. 189).

No entanto, enunciados retumbantes sobre o fim do emprego e a consequente desobrigação dos direitos trabalhistas ecoam desde o êxito da política conservadora e neoliberal, configurando-se na contemporaneidade como um aprofundamento da tensão histórica entre capital e trabalho. Algumas reformas concorreram para romper com as condições dos contratos típicos de emprego a partir de preceitos neoliberais ascendidos no final dos anos 1970 (Dardot; Laval, 2016; Filgueiras, 2021). Constantemente, alterações legais são apresentadas com o intuito de ampliar o espaço do capital e do livre mercado, a exemplo da profusão de reformas realizadas depois da crise financeira de 2008 (Filgueiras, 2021, p. 12).

A estrutura do trabalho por plataforma, calcada em processos algorítmicos, molda comportamentos e descaracteriza vínculos laborais, a serviço dos interesses patronais. As plataformas são programadas para serem veículos de controle sobre o trabalho. Essa mediação é estratégica para tornar invisível o trabalho humano, liberando as empresas das controvérsias e das obrigações. Os falsos dilemas atribuídos à tecnologia retardam a retomada de direitos de quem trabalha, um desafio histórico.

Outros autores que abordam a temática (alguns já citados) são Jose van Dijck, Thomas Poell, Martijn de Waal, Nick Srnicek, Tarleton Gillespie, Shoshana Zuboff, Cathy O’Neil, Sérgio Amadeu da Silveira, Carlos D’Andrea, Rafael Grohmann, entre outros. Nossa ideia não é trazê-los em sua totalidade, apenas nos utilizarmos de extratos de alguns em nosso texto.

Para Gillespie (2010), a expressão “plataforma” traz embutida em si o papel de intermediação das empresas de tecnologia, que instituem regras próprias e um cenário no qual é preciso estar presente hoje. Para ele, são quatro os principais significados de “plataforma”:

- a. Político - articula um posicionamento ou crenças políticas;
- b. Computacional - formado por uma estrutura que mistura *design* e formatos digitais;
- c. Figurativo - como fundação, base ou como condição; e
- d. Arquitetônico - como estruturas criadas pelo homem.



O termo “sociedade de plataformas” (Van Dijck; Poell; Waal, 2018) designa a relação inextricável entre plataformas *on-line* e estruturas sociais, ao sinalizar para a infiltração e convergência gradual das plataformas com as instituições e práticas *off-line* que organizam as sociedades democráticas. O papel central das plataformas está no fato de impactarem transações econômicas, relações sociais e o funcionamento das instituições, de tal maneira que Estado e governo são obrigados a ajustar suas estruturas normativas e democráticas.

Já Nick Srnicek (2016) denominou de capitalismo de plataforma a tendência de intermediação de atividades de oferta e procura de produtos e serviços a partir de aparatos tecnológicos e logísticos que geram dados de mercados e cadeias inteiras de produção-serviço-consumo.

A migração de parte das atividades para as plataformas torna as premissas do direito do trabalho fundamentais, uma vez que as empresas se posicionam como espaços de exposição de bens ou de serviços de terceiros, quando administram, total ou parcialmente, os negócios. Independentemente de quem produz as mercadorias, as plataformas lucram com esse modelo de atuação. A legislação do trabalho não pode concentrar-se nas demandas da elite empresarial tecnológica, mas deve, sim, cumprir seu papel protetivo.

A elaboração de retóricas e de novas formas de gestão são aspectos constituintes dessas “mudanças”, influenciando o comportamento do trabalhador com narrativas que versam sobre grandes transformações e sugerem a adaptação da sociedade, das instituições e da legislação. As mensagens publicadas em vários canais de comunicação impactam a audiência, mas enfrentam ainda poucos questionamentos.

Filgueiras (2021, p. 190) afirma que “[...] não se pode tomar como verdade a narrativa de uma parte interessada em determinado tema’. Assimilar esse discurso que segue a lógica da expansão do capital implica cair em uma armadilha, na qual “[...] os limites do debate são delimitados pelo adversário, reduzindo ou mesmo inviabilizando a defesa ou a criação de alternativas para quem é atacado” (Filgueiras, 2021, p. 190). O discurso, portanto, é parte do conflito entre classes.

## PROMESSAS DE LIBERTAÇÃO E DE EMPREENDEDORISMO

O êxito do Vale do Silício, situado na Califórnia (EUA), polo industrial de empresas de tecnologia, tornou-se a narrativa preponderante do próprio capitalismo (Morozov, 2018,

p.20), com promessas de vivenciar o oásis do consumo e as divindades tecnológicas. A sua retórica aniquilou a nossa “[...] capacidade de imaginar outros modelos de gestão e de organização da infraestrutura de comunicação” (Morozov, 2018, p. 34) que não fossem as plataformas voltadas para a publicidade, coleta de dados e externalização da mão de obra.

O complexo industrial californiano exhibe o discurso da emancipação por meio do consumo de seus ativos, dita a forma como enxergamos a tecnologia que ele mesmo produz e manipula a noção de subversão em prol de suas empresas:

[...] o Vale do Silício fica feliz em nos fornecer uma multiplicidade de ferramentas para enfrentar o sistema, ferramentas produzidas lá mesmo, no Vale do Silício: a Uber nos oferece serviços de transporte que se contrapõem ao setor existente dos táxis; o Airbnb nos ajuda a encontrar acomodações e evitar o setor hoteleiro; a Amazon se encarrega de vender livros sem passar pelas livrarias; para não mencionar os incontáveis aplicativos que nos vendem vagas de estacionamento, nos arranjam parceiros sexuais, fazem reservas para nós em restaurantes. Não resta quase nenhuma restrição social, econômica ou política que o Vale do Silício não tenha se empenhado em romper (Morozov, 2018, p. 19).

Os enredos repletos de “oportunidades” de quem detém o saber tecnológico, recursos para inovação e ferramentas de comunicação, intensificaram-se com o advento da plataforma dos negócios. Esse fenômeno discursivo engendrou novos desafios aos trabalhadores e influenciam a percepção sobre sua força de trabalho.

O Vale do Silício é mais do que uma região no norte da Califórnia que se tornou sinônimo da alta tecnologia. É um sonho. É um sonho de um mundo com novas regras e novos governantes, com base nos princípios de meritocracia e eficiência, para trilhar o caminho ao topo. [...] “É o sonho que um *playground* de *hackers*, com riqueza inimaginável e supervisão externa mínima, esteja indiscutivelmente tornando o mundo um lugar melhor. Mas o que pode ser um sonho para alguns eleitos está se tornando cotidianamente um pesadelo para todos os outros” (Liu, 2020, p. 1, tradução nossa).

O sociólogo espanhol Jorge Moruno (2015), em seu livro *La fábrica del emprendedor*, aborda que as origens desse empreendedorismo exacerbado vêm com o colapso do modelo de trabalho tradicional, restando aos (des)empregados a atividade de empreender como maneira de sobrevivência. Trata-se, também, segundo o autor, de um discurso que passa pelo projeto neoliberal de conseguir se tornar um produto a ser oferecido aos outros e de maneira a ser um valor a ser explorado. A subversão de tal modelo residiria na

cooperação entre as pessoas. Iniciativas como FairWork<sup>2</sup> e Observatório do Cooperativismo de Plataforma<sup>3</sup> são alternativas que vão ao encontro do que propõe Moruno.

Cuidadosamente fabricados, os enunciados assumem contornos ficcionais, retratando as empresas digitais como representantes modelares do progresso: “o Vale do Silício é o prenúncio do futuro, e qualquer um que se oponha a ele é considerado preso ao passado” (Liu, 2020, p. 4, tradução nossa). A única opção possível é ser resiliente diante das novas práticas corporativas para manter o posto de trabalho. Um mantra repetido à exaustão.

As “novidades” enfatizam a possibilidade de apenas dois futuros do mercado de trabalho: o paraíso para aqueles que seguirem suas fórmulas e o inferno do desemprego e da informalidade para os que resistirem (Filgueiras, 2021, p. 43). O autor cita uma série de clichês em circulação, como “a CLT é velha”, “novas formas de trabalho estão substituindo o assalariamento”, “sindicatos são anacrônicos”, “no mundo moderno reformas trabalhistas são inevitáveis”, “normas têm de ser flexíveis para se adequar a novas tecnologias” (Filgueiras, 2021, p. 43).

Para justificar a redução de custos e a terceirização de serviços, o discurso destaca continuamente que a sustentabilidade do negócio está em risco, liberando as empresas para focar em obter suas margens de rentabilidade, fragmentar a execução e contratar externamente funções consideradas não essenciais. Como consequência, para serem eleitos e avaliados como bons prestadores de serviços, os trabalhadores devem investir na sua qualificação e em equipamentos adequados à prestação de serviço.

Sobre o cenário internacional, repetidamente fala-se da necessidade de reformas, da obsolescência da legislação trabalhista no contexto da tecnicidade, notadamente a importância da redução de encargos, o que possibilita atrair investimentos e proporciona mais competitividade.

Como se vê, as estratégias narrativas transpõem fronteiras e adquirem diferentes matizes, sempre apoiados no enredo da tecnologia indissociável do capitalismo, presumindo ser a única forma de viabilizar a inovação, o que se mostra muito eficiente. “Em todos os casos, porém, instituições e trabalhadores devem se adaptar, aproveitando as oportunidades que essas narrativas oferecem, para evitar o crescimento do desemprego e melhorar as condições do mercado de trabalho” (Filgueiras, 2021, p. 43). As versões legitimam o fato de o livre mercado desrespeitar a tudo e a todos que se opuserem a essa racionalidade neoliberal, destacadamente o bem-estar da massa de trabalhadores.

Assim, ressaltamos um dos discursos mais perversos da era da plataformização, o do empreendedorismo, segundo o qual o indivíduo estaria liberado do expediente e da opressão patronal. Essa abordagem camufla a ausência de garantias e a existência de jornadas de trabalho intermináveis, ou seja, mais uma vez a finalidade está no barateamento da mão de obra.

Nessa direção, mas como aspecto mais radical da narrativa sobre os novos trabalhadores, está o chamado “empreendedorismo”, pois a solução para o desemprego sequer passa por alguém que o contrate: tudo agora depende exclusivamente de você. O empreendedorismo se consolidou como apologia para que os indivíduos abram os próprios negócios, sejam “seus próprios patrões”, o que seria a solução para o desemprego no novo cenário enfrentado pelos trabalhadores. (Filgueiras, 2021, p. 40).

A aparência de uma realidade admirável revela-se, na prática, como o cotidiano do trabalhador autônomo, o “empreendedor de si mesmo”, o “sujeito-empresa”, seguindo a racionalidade empreendedora neoliberal (Dardot; Laval, 2016). As retóricas sobre flexibilidade, liberdade e autonomia cumprem o papel de colocar os riscos como responsabilidade dos prestadores de serviço, posicionando as plataformas tecnológicas como agentes neutros, em vez de empresas de transporte, de entrega, de venda de passagens, de aluguel de quartos etc. Na prática, os problemas do emprego, da segurança e da saúde dos trabalhadores são deixados à deriva, endereçados para serem resolvidos por quem produz.

A aura de neutralidade do aparato digital é bastante eficiente do ponto de vista do capital. E quanto mais as narrativas produzem sentido, mais o campo laboral se fragiliza. Contrapor-se aos conteúdos corporativos propagados em canais próprios, impulsionados nas redes sociais digitais e repercutidos na mídia por seus embaixadores, trata-se de uma tarefa hercúlea, mas necessária para mudar o curso das disputas entre capital e trabalho.

As atividades por plataforma, na configuração atual, representam a negação do vínculo empregatício e, na maioria das vezes, da própria relação de trabalho. Haja vista os entregadores das plataformas, que, para além da discussão dos vínculos trabalhistas, não têm acesso sequer à lista de seus clientes. Nessa conformação, apesar de várias iniciativas de organização dos trabalhadores, o acesso a seus dados e aos dos destinatários das entregas é uma prerrogativa das plataformas, o que representa um entrave para sua articulação enquanto possíveis empreendedores.

Com essa ressignificação discursiva, piso salarial, jornada limitada, benefícios, segurança e condições de insalubridade deixam de ser temas em pauta. A promessa de empreendedorismo e de libertação das tarefas repetitivas para reservar mais tempo para o lazer e para a família não se concretiza na prática. Ao contrário da expectativa de um trabalho mais criativo, o mecanismo de convencimento retórico resultou na invasão das obrigações no espaço e no tempo do sono.

O emprego das novas tecnologias como ferramentas mais sofisticadas de disciplinamento e controle tem expandido o adoecimento psíquico no mundo do trabalho. Contrariando a retórica empresarial sobre práticas sustentáveis e responsabilidade social, as últimas décadas se mostraram pródigas em formas de pressão, intensificação, cobrança e assédio moral organizado, que instrumentalizam as TICs para potencializar a eficiência dessas medidas (Filgueiras, 2021, p. 82).

As tecnologias são frequentemente utilizadas para vigiar as atividades laborais, sobretudo as externas, pelas empresas por plataforma. A lógica da gamificação, com aplicação dos mecanismos e dinâmicas dos jogos, é utilizada como forma de controle. A narrativa das “empresas de si mesmo” parecia ir ao encontro dos anseios dos assalariados por mais autonomia. Porém, a tecnologia avaliativa utilizada pelos aplicativos subjuga o trabalhador a um novo tipo de dependência.

## IMPACTOS NA FORMAÇÃO DA OPINIÃO

As estratégias de influência no humor público e de negação do valor do trabalho não são novidade, mas ganharam escala com a constituição das redes sociais e a ampliação do espaço para moldar a percepção sobre o universo laboral digital. A disseminação da prosa californiana, impulsionada pela velocidade de propagação no espaço cibernético, certamente mudou o curso da atenção, impactando na formação da opinião pública sobre esses temas. Essa ampliação da visibilidade nas mídias sociais “tem feito com que haja um novo discurso relativo à construção de sentido. Como se, de fato, a plena democratização narrativo-discursiva fosse realidade” (Farias, 2019, p. 135).

Observando as narrativas institucionais de duas grandes empresas de plataforma - Uber e iFood - é possível notar o quanto o discurso de auxílio, mobilidade, velocidade e conveniência estão presentes.

No item “Quem somos”, da Uber (2023), vemos:

Trabalhamos para melhorar a mobilidade das pessoas em todo o mundo

Mobilizamos o mundo. É nossa força vital. Corre por nossas veias. É o que nos tira da cama todas as manhãs. Isso nos leva a reimaginar constantemente como podemos nos mover melhor. Para você. Por todos os destinos que te esperam. Por tudo o que você quer alcançar. Para todas as suas formas de ganhar dinheiro. No mundo todo. Em tempo real. Na incrível velocidade do agora.

Até a forma como os trabalhadores dessa plataforma são chamados, representa um eufemismo: “motoristas parceiros”.

Na área institucional do site de iFood (2023), a marca afirma: “O iFood é uma empresa brasileira que aproxima clientes, restaurantes e entregadores de forma simples e prática. E para proporcionar uma experiência incrível a cada um deles, nossa entrega vai muito além do delivery”.

Trata-se de uma narrativa que exalta o benefício da empresa para os públicos envolvidos - clientes, restaurantes e entregadores - sem qualquer menção às questões referentes ao trabalho de plataforma exercido pelos motoqueiros que não têm qualquer vínculo empregatício com a organização.

A opinião pública desenvolve-se conjugando conversações e compreensões acerca de diferentes mundos, territórios e repertórios. “A opinião se forma em processo contínuo, movida por fatos, circunstâncias, filtros, culturas e interesses” (Farias, 2019, p. 43). O caráter impermanente da opinião pública consiste no fato de que ela transforma e é transformada continuamente.

A opinião se forma diante do acesso a informações - aquelas oriundas de fontes sobre as quais o interlocutor opte por ter como base informacional, ou seja, a formação da opinião antecede ao processo da informação, seja pela escolha das fontes, seja pela capacidade de decodificação -, seu processamento e geração de um código de entendimento definido a partir de lentes próprias a cada pessoa, gerando enunciação e possível embate-encontro com outras opiniões chegando a um consenso (Farias, 2019, p. 43).

Assim, o objetivo das empresas de plataforma é dar visibilidade aos discursos positivos de mediação, agilidade e utilidade delas com relação aos seus *stakeholders*. Com isso, há uma clara intenção em demonstrar e formar uma opinião pública que esteja em harmonia com tal *modus operandi*, seja como apoiadora de sua existência, mas, sobretudo, consumidora destas organizações.

O filósofo norte-americano Walter Lippmann (2010, p. 40) discorre sobre a forma que várias visões influenciam nossas mentes: as opiniões individuais são resultantes de aprendizados, de leituras, do que ouvimos e do que falamos. Enquanto a mentalidade de grupo ocorre quando aspectos do mundo exterior se mesclam com as impressões pessoais e cruzam com as nossas visões. O pensamento corrente na sociedade e do trabalhador forma-se, portanto, a partir do encontro dessas narrativas empresariais com seu repertório e anseios. As mensagens difundidas orbitam em constante possibilidade de vir a ser a expressão da opinião, nem sempre a favor das necessidades da sociedade (Farias, 2019, p. 46).

Aqueles aspectos do mundo exterior que têm a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida em que o comportamento cruza com o nosso, que é dependente do nosso, ou que nos é interessante, podemos chamar rudemente a opinião pública. As imagens na cabeça desses seres humanos, a imagem de si próprio, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamento, são suas opiniões públicas. Aquelas imagens que são feitas por grupos de pessoas, ou por indivíduos agindo em nome dos grupos, é Opinião Pública com letras maiúsculas (Lippmann, 2010, p. 40).

Individual e coletivamente, carregamos inúmeros conteúdos, mitos e modelos exemplares em nosso imaginário, que são depurados constantemente, podendo mudar conforme nossas vivências e interações, e que nos orientam de maneira inconsciente nas decisões. “As impressões vivas de um grande número de pessoas são em infinita medida pessoais em cada uma delas, e extremamente complexas nas massas” (Lippmann, 2010, p. 177).

A humanidade precisa de histórias, que são contadas e revisitadas, em diferentes registros: “a narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade: não há em parte alguma, povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm narrativas (Barthes, 2011, p. 19).

Refletir sobre esses mecanismos propicia uma visão crítica do contexto social e possibilita vislumbrar influências e formas de controle inseridos nas narrativas, desconstruindo o jogo de luz e sombra, que ora revela e ora esconde conteúdos de acordo com interesses. “Os mitos ora são efeito de causas não intencionais, ora são construídos. Para tanto atuam os meios de comunicação por conta própria ou pautados por agentes cuja intenção é explícita” (Farias, 2019, p. 117).

Os enredos que suportam a aura da tecnicidade e ofuscam as necessidades reais dos cidadãos produtivos são contados e recontados, construindo narrativas e símbolos míticos gestados no Vale do Silício, com o papel de propagar discursos repletos de simbolismo, projetados para reorganizar as relações sociais e os sistemas políticos a seu favor. A compreensão desses enredos, desvelando os agentes da trama social que retroalimentam o imaginário e a opinião pública com as “novidades”, contribui para melhor entendimento de agendas embutidas no uso da tecnologia nas relações de trabalho.

A fascinação por heróis de moletom e camiseta, que começaram em garagens com ideias geniais e construíram impérios digitais com “propósito”, embala diversos negócios, vivificados pelas narrativas. A obsessão pelo “sucesso” recupera o desejo de transcender os limites da condição humana de tantos personagens conhecidos. Esses elementos encontram eco em Eliade (2016, p. 8), na afirmação de que o mito fornece modelos para a conduta humana, conferindo, por isso mesmo, significação de valor à existência, como fábulas da contemporaneidade, fórmulas mágicas para livrar-se da opressão, com sonhos de trabalho criativo, liberdade, empreendedorismo e libertação.

A consciência do caráter tendencioso e ideológico das narrativas pode auxiliar a resgatar os direitos dos trabalhadores e a “denunciar o caráter demagógico do empreendedorismo atual” (Filgueiras, 2021, p. 181). Defendemos que a articulação entre narrativas das empresas por plataforma e a opinião pública deva ser desconstruída, buscando o equilíbrio e o enfrentamento de controvérsias, que podem gerar medidas mais representativas para o bem-estar social. “Quanto melhor forem as instituições, quanto mais todos os interesses envolvidos forem formalmente representados, mais as questões estão desembaraçadas, mais critérios objetivos são introduzidos” (Lippmann, 2010, p. 308).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso argumentativo deste artigo teve por objetivo mostrar, por meio da recorrência do tema nas referências bibliográficas utilizadas, como as perspectivas descritas acerca da competência narrativa reduz a visão do todo, ressignificando sentidos, deixando lacunas, transformando a opinião pública e corroendo as lutas civilizatórias no campo do trabalho. Para Filgueiras (2021, p. 189), está em marcha nas últimas décadas uma ofensiva do capital contra o trabalho ao redor do mundo: “[...] buscam-se, comumente com sucesso, o desmantelamento do direito do trabalho e dos demais direitos sociais”. Nessa abordagem, destacamos como o senso crítico acerca dos discursos tendenciosos



e ideológicos pode auxiliar a resgatar os direitos de quem trabalha e a “denunciar o caráter demagógico do empreendedorismo atual” (Filgueiras, 2021, p. 181).

Vale observar o caráter proposital que as empresas de plataforma dão aos seus discursos “[...] as organizações são observadas como produtoras de narrativas, ou seja, reconhece-se o protagonismo, a intencionalidade e o fazer comunicacional por trás das narrativas cuidadosamente elaboradas pelas instituições” (Santos, 2014, p. 8). Trata-se de uma tentativa, inclusive, de legitimação do posicionamento organizacional em relação aos seus públicos de interesse e também frente à opinião pública.

Assumindo que “[...] a opinião se configura, reconfigura e transforma de acordo com a evolução das tecnologias” (Farias, 2019, p. 35), entendemos ser um aspecto crucial a elaboração e a divulgação de narrativas que ressaltem as reais mudanças necessárias para o bem-estar dos trabalhadores. “Nesses termos, no que concerne às ‘novidades’, usar o léxico dos empresários contra eles mesmos talvez seja uma estratégia a considerar” (Filgueiras, 2021, p. 186). Dessa maneira, as organizações elaboram e repercutem “[...] determinadas narrativas com o intuito de mobilizar os públicos, incitá-los a uma ação, seja ela de consumo, adesão (compra), no caso do público externo, ou cumprimento de tarefas e comprometimento, pelo público interno” (Santos, 2017, p. 298).

As controvérsias dos discursos empresariais, sobretudo das grandes empresas por plataforma, podem se transformar em agendas a serem discutidas, com temas como liberdade, compartilhamento, direitos, benefícios, diálogo e democracia. O pior cenário é quando as forças de trabalho endossam as narrativas hegemônicas e suas promessas, ao invés de ocuparem-se em subverter vetores da disputa com o capital.

No entanto, parte dos trabalhadores tem adquirido ciência das armadilhas contidas nas narrativas e buscado compreender o funcionamento das ferramentas que envolvem o trabalho por plataforma, a exemplo da vigilância impetrada pelos algoritmos. Os estudos têm apontado formas de reverter esse estado das coisas, uma vez que os “[...] algoritmos não apresentam resultados hegemônicos e não retiram totalmente a agência dos trabalhadores das plataformas” (Ferrari; Graham, 2021, p. 207). Aproveitando-se dessas brechas e falhas da enunciação algorítmica das plataformas, os trabalhadores atuam a partir das fissuras encontradas. As práticas de resistência e as maneiras de subverter o *modus operandi* das plataformas evidenciam uma apropriação social das tecnologias. Essas iniciativas e os questionamentos aos discursos hegemônicos podem ser objeto de

investigações e de estudos futuros, que permitam refletir sobre possíveis ações e reações por parte dos trabalhadores.

O uso de algoritmos segue um processo de programação com intencionalidades de vigilância e controle, que os trabalhadores buscam contornar. As regras colocadas pelas empresas, em geral, são quebradas digitalmente, com o uso de outros *softwares* instalados nos aplicativos dos trabalhadores para rejeitar ou aceitar demandas e entregas, fazer comparações de solicitações de viagens ou aumentar o valor das tarifas por meio da alteração dos dados do GPS (Ferrari; Graham, 2021, p. 215).

Nessa visão, a desestruturação das narrativas questiona as dinâmicas em torno da tecnologia e do trabalho, diminuindo as assimetrias de poder entre a gestão e os trabalhadores, que continuarão a se expandir se eles e seus sindicatos não desenvolverem habilidades para gerir dados, sistemas algorítmicos e governança das plataformas (Colclough, 2022, p. 297).

O avanço da tecnologia deve ser pensado fora dos limites da retórica do Vale do Silício, refutando a ideia de que os trabalhadores que defendem seus direitos são rivais do progresso. A reflexão crítica pode engendrar ações, evitando o determinismo tecnológico e a dissimulação das dinâmicas da acumulação. “Nesse sentido, a questão é conseguir impor, como justificção para o próprio capitalismo, políticas de crescimento que vão além de compensar a automação e que repartam os ganhos de produtividade” (Filgueiras, 2021, p. 173-174). Novas narrativas fazem-se necessárias para influenciar a formação da opinião e a transformação da realidade do trabalho no contexto das plataformas.

## REFERÊNCIAS

BARTHES, R. Introdução à Análise Estrutural da Narrativa. In: BARTHES, R. *et al.* *Análise estrutural da narrativa*. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. p. 19-62.

COLCLOUGH, C. Righting the wrong: putting workers' data rights firmly on the table. In: GRAHAM, M.; FERRARI, F. (ed.). *Digital Work in the Planetary Market*. Cambridge: MIT Press, 2022. p. 291-302.

CORRÊA, Elizabeth Saad. A comunicação das organizações diante de públicos, esfera pública e opinião pública: como as plataformas sociais digitais se encaixam nisso. *Revista Organicom*. São Paulo, v. 17, n. 33, maio/ago 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/175986/168634>. Acesso em: 3 jan. 2023.

- DARDOT, P.; LAVAL, C. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- ELIADE, M. *Mito e realidade*. Tradução de Pola Civelli. São Paulo: Perspectiva, 2016. (Coleção debates, v. 52).
- FARIAS, L. A. *Opiniões voláteis: opinião pública e construção de sentido*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2019.
- FERRARI, F.; GRAHAM, M. Fissuras no poder algorítmico: plataformas, código e contestação. *Fronteiras: estudos midiáticos*, São Leopoldo, RS, v. 23, n. 2, p. 207-219, maio/ago. 2021.
- FILGUEIRAS, Vitor. “*É tudo novo*”, *de novo*: as narrativas sobre grandes mudanças no mundo do trabalho como ferramenta do capital. São Paulo: Boitempo, 2021.
- GILLESPIE, T. The politics of “Platforms”. *New Media & Society*, London, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010. Disponível em <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444809342738>. Acesso em: 23 jan. 2024.
- GROHMANN, R.; ARAÚJO, W. F. O chão de fábrica (brasileiro) da inteligência artificial: a produção de dados e o papel da comunicação entre trabalhadores de Appen e Lionbridge. *Palavra Chave*, Cundinamarca, CO, v. 24, n. 3, p. 1-30, 2021.
- GROHMANN, R. *et al.* Plataformas de fazendas de cliques: condições de trabalho, materialidades e formas de organização. *Galáxia*, São Paulo, v. 47, p. 1-24, 2022a.
- GROHMANN, R. *et al.* Platform Scams: Brazilian workers’ experiences of dishonest and uncertain algorithmic management. *New Media & Society*, London, v. 24, n. 7, p. 1611-1631, 2022b.
- GROHMANN, R. Trabalho digital: o papel organizador da comunicação. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 166-185, jan./abr. 2021.
- HAN, B. *a sociedade da transparência*. Tradução Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.
- IFOOD. *Sobre iFood*. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.news.ifood.com.br/institucional/>. Acesso em: 6 out. 2023.
- LEMOS, André. *A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital*. Porto Alegre: Salinas, 2021.
- LIPPMANN, W. *Opinião pública*. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- LIU, W. *Abolish Silicon Valley: How to Liberate Technology from Capitalism*. Watkins, 2020.

- MOROZOV, E. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu, 2018.
- MORUNO, J. *La fábrica del emprendedor: trabajo y política en la empresa-mundo*. Madrid: Akal, 2015.
- OCHIGAME, R. Informática do oprimido. *DigiLabour*, [s. l.], 1 out. 2021. Disponível em: <https://digilabour.com.br/tag/informatica-do-oprimido/&gt;>. Acesso em: 6 jul. 2023.
- O'NEIL, C. *Algoritmos de destruição em massa: como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia*. Tradução Rafael Abraham. Santo André, SP: Rua do Sabão, 2020.
- PEREIRA, G. *et al.* Sempre fomos antagonistas: resistência e dissidências algorítmicas para além do Norte Global. *Revista Rosa*, São Paulo, n. 7, 2023. Disponível em: <https://revistarosa.com/7/sempre-fomos-antagonistas>. Acesso em: 6 jul. 2023.
- PURCELL, C.; BROOK, P. At least I'm my own boss! Explaining consent, coercion, and resistance in platform work. *Work, Employment & Society*, London, v. 36, n. 3, p. 391-406, 2022.
- POELL, T.; NIEBORG, D.; DUFFY, B. E. "Infrastructure", "Governance". In: POELL, T.; NIEBORG, D.; DUFFY, B. E. *Platforms and Cultural Production*. London: Polity, 2021. p. 51-107.
- QADRI, R. Platform workers as infrastructures of global technologies. *ACM Interactions*, New York, v. 28, n. 4, 32-35, 2021.
- SANTOS, L. C. dos. A emergência das narrativas organizacionais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, 2014, Foz do Iguaçu. *Anais [...]*. São Paulo: Intercom, 2014.
- SANTOS, L. C. dos; D'ALMEIDA, N. Narrativa e comunicação organizacional. *Organicom*, São Paulo, v. 14, n. 26, p. 290-301, jan./jun. 2017.
- SILVEIRA, S. A. da. *Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas*. São Paulo: Edições Sesc SP, 2019. (Coleção Democracia digital). Edição do Kindle.
- SRNICEK, N. Nick. Valor, renda e capitalismo de plataforma. *Fronteiras: estudos midiáticos*, São Leopoldo, RS, v. 22, n. 1, p. 1-13, jan./abr. 2022.
- SRNICEK, N. *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2016.
- UBER. *Quem somos*. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.uber.com/br/pt-br/about/>. Acesso em: 6 out. 2023.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WAAL, M. *The platform society: public values in a connective world*. Oxford University Press, 2018.

## NOTAS

1. Trabalho originalmente apresentado no Congresso Intercom 2023, no GP Comunicação e Trabalho. Posteriormente, foi editado, atualizado e alterado para a submissão para a revista.
2. Ver em: <https://fair.work/en/fw/trabalho-decente-ja/>.
3. Ver em: <https://cooperativismodeplataforma.com.br/>.

Recebido em: 23/10/2023

Aceito em: 29/01/2024